

ARTIKLITURUNDUS JA KUIDAS SELLEST MAKSIMUMI VÕTTA

Autor: Peep Laja, internetmarketing.ee

Mis on artikliturundus?

Kõige lihtsamini lahti seletades on artikliturundus üks reklaamiviise, kus mingi organisatsiooni esindaja kirjutab lühiartikleid (tavaliselt 400 ja 1000 sõna vahemikus) oma valdkonna teemadel.

Peale artikli kirjutamist selle autor teeb teose vabalt levitatavaks ja avaldatavaks – tasuta. Iga artikkel sisaldab lühiinfot selle artikli autori, tema organisatsiooni ja teenuse kohta koos lingiga tema veebile.

Artikliturundus on üks odavamaid, ent efektiivsemaid turundusviise.

Milleks kasutada artikliturundust ja kuidas see mulle kasulik on?

Artikliturundus on olnud maailmas kasutusel sama kaua kui on eksisteerinud trükipress. Interneti ajastuga on aga see oluliselt hoogu juurde saanud, sest avaldatud saamiseks ei pea enam omama tuntust, tutvusi ega raha.

Artikliturundus on sulle isiklikult ja sinu ettevõttele ja selle teenustele/toodetele kasulik peamiselt kolmel järgneval moel. See aitab sul:

- 1) positsioneerida ennast kui eksperti oma valdkonnas;**
- 2) tuua sinu veebile kvalifitseeritud külastajaid;**
- 3) tõsta sinu kodulehe positsiooni otsimootoritest, mis viib külastajate arvu märgatava kasvuni.**

Nüüd kõigest kolmest lähemalt.

Positsioneerimine

Kui artiklid on hästi kirjutatud ja pakuvad väärtust lugejale, siis nende autor positsioneerib end kui eksperti sel teemal. Kui autorit teatakse kui eksperti mingil teemal, siis teda kuulatakse, kui ta tulevikus sel teemal sõna võtab, tema käest küsitakse nõu ja tema teenuseid/tooteid usaldatakse palju rohkem kui teiste tegijate omi, kes samal turul konkureerivad. Inimesed usaldavad eksperte, ja usaldus on peamine põhjus, miks keegi kelleltki ostab.

Kelle juurde lähemaks pigem koolitust saama, Peep Vain või Juku Metsatalu? Kuna sa tõenäoliselt pole Juku Metsatalust midagi kuulnud ja tead Peep Vainu ja tema koolitajamainet hästi, siis pole valikut raske teha.

Mis juhtuks sinu müüginumbritega, kui sind peetaks oma ala Peep Vainuks?

Artikliturundus on lihtne ja odav võimalus saada avaldatud. Kui sa teed seda edukalt, hakkavad inimesed ja meedia sinuga ühendust võtma, kui tahavad arvamust sinu valdkonna kohta.

Igaüks võib saada eksperdiks oma alal. Sa ei pea selleks omama doktorikraadi ja 30 aastat kogemust. Olulisem kui tiitlid ja numbrid on imago. Positsioneerimise tuum pole selles, kui suur ekspert sa oled, vaid kui suureks eksperdiks sind peetakse.

Kirjuta vähemalt 10 artiklit mingil konkreetsel teemal, ja juba oled rohkem sõna võtnud sel teemal kui 99% elanikkonnast. Kirjuta 50 artiklit, ja tõenäoliselt oled kõige aktiivsem kirjutaja sel teemal, ning on raske jääda märkamatuks.

Kvalifitseeritud külastajad sinu veebile

Kui keegi loeb sinu artiklit ja klikib lingile selle artikli lõpus ning satub sinu kodulehele, siis see külastaja on mitte lihtsalt külastaja, vaid kvalifitseeritud külastaja.

Kvalifitseeritud külastajad on hoopis teist masti mehed kui suvalised külastajad, sest nad juba teavad midagi sinu kohta (nad lugesid su artiklit!) ja on juba enne sinu kodulehele sattumist positiivselt meelestatud. Sa oled alustanud nendega suhteloomist juba enne, kui nad on sinu ja sinu firmaga kohtunud!

Kvalifitseeritud külastajad märkasid sinu artiklis midagi, mis neile huvi pakkus ja suure tõenäosusega soovivad nad rohkem teada saada sinu ettevõtte, selle teenuste või mille iganes kohta. Seda tüüpi külastajad on mitmeid kordi varmamad liituma sinu uudiskirjaga, tegema hinnapäringuid või muul moel sinuga kontakti looma.

Ei peagi vist mainina, et see kõik on vägagi kasulik sinu tuludele.

Sinu veebi külastuste kasv tänu tugevatele positsioonidele otsimootorites

Mida teevad inimesed internetis? Uuringud kinnitavad, et üle 90% kasutab seda eelõige info otsimiseks.

Kõik otsivad infot. Info koosneb sõnadest. Sinu artikkel koosneb sõnadest. Kõik otsivad sõnu.

Mida rohkem sõnu sul artiklites on, seda parem. Mida rohkem sinu organisatsiooni tegevusalaga seotud sõnu ja fraase, seda suurem võimalus võimalus on teistel sind leida otsimootoritest nagu Google (kõige populaarsem otsimootor).

Kaks peamist võtmefaktorit saada hea positsioon (heaks positsiooniks võiks lugeda kuulumist esimese 10 tulemuse sekka) otsimootorites on järgmised: 1) võimalikult palju linke sinu kodulehele 2) võtmesõnade rohkus. Näiteks kui tahad, et inimesed leiaks sinu artikli otsides mingit võtmesõna, siis proovi artikkel kirjutada moel, et see võtmasõna sisalduks nii pealkirjas kui sisus. Sisus võiks selle osakaal olla 2...5%. Võtmesõnu võib ühes artiklis olla 1-3, üle selle hakkab see juba mõjutama artikli sõnastust – aga artikkel on mõeldud ikka eelkõige inimestele.

Kes ei tea, siis võtmesõnadeks kutsutakse sõnu ja fraase mida inimesed otsivad otsimootoritest. Näiteks kui ma kirjutatan Google otsingusse "Tartu kinnisvara", siis selles näites ongi "tartu kinnisvara" võtmesõnaks.

Otsimootoritele meeldib ka, kui sinu kodulehel on võimalikult palju sisu (loe: erinevaid lehekülgi). Mida rohkem erinevaid lehekülgi, mis sisaldavad sinu valdkonna võtmesõnu, seda rohkem su veebileht otsimootoritele meeldib.

Kui näiteks kirjutad 10 artiklit oma valdkonna teemal, ja avaldad need nii enda veebis kui ka teistel saitidel (näiteks artiklid.eu, kust sinu artikkel levib ka edasi) siis juhtub 2 asja:

- a) 10 artiklit lingiga sinu saidile näitab otsimootoritele, et sinu veebileht on oluline nende võtmesõnade suhtes, mis sinu artiklis kõige enam figureerivad. See tõstab sinu positsiooni selle võtmasõna suhtes ja kui jätkad artikliturundust, võid varsti oma veebi leida esimeste tulemuste seas. See tõstab sinu veebiliiklust oluliselt, mis on omakorda hea sinu sissetulekule.
- b) Sinu kodulehel avaldatud artiklid, mis on kõik optimeeritud mingile võtmesõnale, näitavad otsimootoritele, et sinu veeb on selle teema suhtes oluline veebileht ja see on jällegi kasulik sinu positsioonile otsingu tulemustes.

10 parimat viisi artikli teemade leidmiseks

Paljudel tekib küsimus, et millest kirjutada? Kust võtta materjali artikli teemadeks?

See probleem on pigem pseudoprobleem, mille taha on lihtne peituda. Teemasid, millel kirjutada, pole üldse keeruline välja mõelda. Siin on 10 parimat viisi artikli teemade leidmiseks:

1. **Küsi oma klientidel!** Mis infot nad vajavad, et oma tööd paremini teha? Mida nad veel seni hästi ei mõista sinu valdkonnast? Mille suhtes nad tahaksid rohkem selgust saada?
2. **Pane tähele, mis küsimusi sinult pidevalt küsitakse.** Olgu need sinu kliendid, sõbrad-tuttavad või kodulehe külastajad, pane tähele, mida sinu valdkonna või sinu ettevõtte kohta kõige enam küsitakse. Artikli teema saabki olla seesama küsimus.

3. **Mida sa ise pead juurde õppima, et oma äri järgmisele tasemele viia?** Mis aitab sul kasvada? Kasuta artikli kirjutamist iseenda harimiseks. Ühe artikli kirjutamine teemal, millest sa ise tahad rohkem teada, aitabki sul teha just seda.
4. **Kirjuta millestki, mis sulle pinda käib.** Kas on mingi valearusaam sinu ettevõtte valdkonna suhtes? Kas on mingi nähtus ühiskonnas, mis sulle peavalu valmistab ning sinu toode-teenus aitaks lahendada?
5. **Ajurünnak.** Võta paber ja pastakas ning varu 5 minutit. Pane kirja kõik mõtted mis pähe tulevad potentsiaalseteks teemadeks. Isegi kui mingi teema tundub tobe ja ilmselge, siis pea meeles, et kuigi sina valdad oma teemat hästi ja mitmed asjad võivad tunduda liiga lihtsatena, siis tegelikult suure tõenäosusega on see ikkagi uus ja huvitav paljudele.
6. **Mis on puudu teiste artiklites?** Võta lahti Google, või mõne ajalehe arhiiv ja otsi, millised artiklid on juba ilmunud sinu valdkonna kohta. Sirvi neid ja pane tähele, et mida need artiklid kahe silma vahele jätavad.
7. **... müüdid.** Millised on müüdid, valearusaamad või suisa laim sinu valdkonna kohta? Parim viis neid müüte purustada on kirjutada selle teemalisi artikleid.
8. **Kuidas ...** Kuidas-tüüpi artikleid on lihtne luua ja nad on lugejale enamasti väga atraktiivsed. Näiteks kindlustusfirma võiks kirjutada artikli „Kuidas valida reisikindlustust?“ ja tarkvaraarendusega tegelev ettevõtte „Kuidas korraldada tarkvara allhanget“.
9. **Eneseanalüüs.** Seda tüüpi artikleid inimesed armastavad lugeda, välja trükkida ja seinale panna. Eneseanalüüsi artiklid on nagu testid, et mingit olukorda analüüsida. Näiteks „Kuidas aru saada, kas su meeskond vajab müügikoolitust?“ või „Kas sina kasutad neid viite motiveerimisnippi?“

ja kõige viimasena kõige olulisem:

10. **10 peamist viisi kuidas ...** See formaat on ennast tõestanud kui kõige atraktiivsem lugejate jaoks, samuti on sellist tüüpi artiklit tõenäoliselt kõige lihtsam kirjutada. Jälgima peaks siin, et need poleks „pastakast välja imetud“, vaid ikka tõelised punktid, millest lugejal kasu on. Näiteks „10 viisi parima puhkusele leidmiseks“ või „10 kõige efektiivsemat viisi kaalust alla võtmiseks“.

Samuti iga punkt sinu "top 10" artiklis saab olla eraldi artikkel. Lihtsalt laienda teemat ja mine süvitsi, ning saad iga "10 peamist"-tüüpi artiklist genereerida veel 10 erinevat artiklit!

Õpeta teistele seda, mida sa juba tead. Sul on väga palju materjali artiklite jaoks, kui sa ainult teadvustad, et nad ei tea sinu valdkonnast suurt midagi. Ära oletä, et teised teavad sama palju kui sina.

Kuidas kirjutada artikleid 15 minutiga

Paljudele tundub, et artiklite kirjutamine on üks suur vaev ja aeganõudev tegevus. Absoluutselt mitte! Siin on 5 nõuannet kuidas kirjutada artikleid kiiremini kui kunagi varem:

- **Fookus!** Ära proovi ühte artiklisse mahutada kõike. Ideaalne pikkus ühe artikli jaoks on 500-750 sõna. Pikemaid artikleid ei viitsitagi naljalt lugeda. Vali üks konkreetne teemapunkt ja püsi sellel. Kui tuleb teisi mõtteid, vormi nendest eraldi artiklid.
- **Kirjuta artikkel mitmes osas.** Kirjuta 5 minutit (või kuni mõtteid jätkub), siis tee midagi muud (kasvõi terve päeva) ja tule hiljem artikli juurde tagasi. Sinu alateadvus töötab artikli kallal edasi ning kui pärast jätkad artikli kirjutamist, siis on su peas mitmeid ideid artikli täiendamiseks.
- **Otsi inspiratsiooni.** Vahel lihtsalt jookseb mõte kinni ja ei tule pähe, et mida kirja panna. Väga lihtne viis inspiratsiooni saamiseks on vaadata ringi, et mis sel teemal internetis räägitakse. Inglise keele valdajatel on elu lihtne, kuna selles keeles infot on lõpmatus koguses, vaja ainult Google lahti teha. Või otsi teemakohaseid artikleid (näiteks Delfis) ja loe netikommentaare, vaata mis mõtted ja küsimused inimestel on.
- **Harjuta!** Mida rohkem artikleid sa kirjutad, seda rohkem kogemusi sa saad ja seda kiiremini sa suudad neid kirjutada tulevikus. Sea omale eesmärgiks kirjutada vähemalt 2 artiklit nädalas. See tähendab, et 1 kuu pärast on sul juba 8 artiklit ja 6 kuu pärast 24. Või kui tõstad tempot, hoopis rohkem.
- **Vali teema, mida sa valdad.** Raske on kirjutada kiiresti millestki, millest sa kuigi palju ei tea. Seepärast on hea mõte keskenduda teemadele, mida tunnend läbi ja lõhki.

Kuidas muuta oma artikkel lugejale atraktiivseks

Kui kirjutad artikli, mida keegi ei ole, siis osutub see ajaraiskamiseks. Õnneks on paar head nippi, kuidas sinu artikli loetavust oluliselt tõsta.

- **Kõik algab pealkirjast.** Kui su pealkiri on igav, siis seda artiklit ei avata. Nii lihtne see ongi. Jäta meelde: pealkirja peamine roll on huvi äratada! Pühenda pealkirja sõnastamisele mitu minutit ja proovi end panna lugeja rolli. Pane kirja mitu erinevat versiooni pealkirjast ja küsi sõbralt, millise pealkirjaga artiklit nad tahaks kõige enam lugeda.
- **Liigenda teksti ja kasuta alapealkirju.** Tekst peab olema loetav! Kui sinu artikkel on üks suur sõnadejoru ilma liigendusteta, siis ei loe seda pea keegi.

Hea, kui ühes lõigus poleks rohkem kui 4-5 rida. Kui võimalik, siis lisa iga paari lõigu tagant üks alapealkiri. Inimesed sageli artiklit avades ei loe seda läbi sõna-sõnalt, vaid sirvivad kiiresti. Alapealkirjad on hea viis silmade tähelepanu haaramiseks ja sinu peamiste mõtete kommunikeerimiseks.

- **Tee lühidalt ja konkreetselt.** Ära kirjuta pikemaid artikleid kui 1000 sõna. Soovitavalt jää 500 ja 750 sõna vahepeale. Oma kirjutises ole konkreetne, välja peamisi punkte selgelt ja ära liigselt nämmuta. Sinu kui autori maine sõltub artikli headusest! Lugeja hindab sind selle järgi, kui palju kasulikku informatsiooni ta sellest sai.

Kuidas oma artikleid levitada?

Kui oled oma artikli(d) valmis saanud, on vaja neid levitada, et maitsa artikliturunduse vilju. Tekib küsimus, et kuidas neid siis levitada?

- **Alusta oma veebiga.** Pane artikkel üles oma kodulehele, ning soovitavalt lingi sellele oma veebi avalehelt. Nii leiavad külastajad su artikli hõlpsasti, ja sama kehtib otsimootorite kohta, kes sinu veebi külastavad iga teatud aja tagant. Mida rohkem uut materjali sinu kodukal, seda kõrgema positsiooni saad otsimootorites.

Üks parimaid viise, kuidas pidevalt tuua kodulehele korduvkülastajaid, on pakkuda pidevalt uuenevat kvaliteetsisu. See kommunikeerib, et sa oled huvitatud lisaväärtuse pakkumisest oma klientidele/külastajatele, sa oled aktiivne oma valdkonnas ja sa tead, mida sa teed.

- **Lisa oma artikkel artikliturunduse veebilehtedele nagu artiklid.eu** Artikliturunduse veebilehed ja artiklite kataloogid on kohad, kuhu inimesed, kes otsivad informatsiooni tulevad artikleid lugema. See on koht, kus just need, kes otsivad seda infot, mida sina oled kirja pannud, kasutavad info leidmiseks. Artiklid, mis on avaldatud artikliturunduse veebilehtedel on vabalt levitatavad ja kopeeritavad tingimusel, et autoriinfo ja artikli sisu ei muudeta. See tähendab, et veebimeistrid võivad võtta sinu artikli ja avaldada selle oma veebilehel. Mida rohkemates kohtades see avaldatakse, seda rohkem sa sellest võidad. Artikliturunduse veebilehtedelt sinu artikkel levib kui viirus – ja ühe artikli aktiivne eluiga võib olla aastaid.
- **Suhtle meediaga.** Kontakteeru oma valdkonna erialase ajakirjandusväljaannetega ja uuri, kas nad oleksid huvitatud avaldamast sinu artikli. Siin pead enne kindlaks tegema, et kui nemad selle artikli avaldavad, kellele jääb autoriõigus (ja õigus avaldada) – kas sulle või neile.

- **Saada see oma uudiskirja.** Kui sul on oma uudiskiri, mida saadad klientidele või muudele asjaosalistele regulaarselt, siis see on ka ideaalne koht, kuhu oma artikkel lisada.
- **Erialised foorumid.** Kui kuskil netis eksisteerib foorum, kus räägitakse sinu valdkonna teemadel, siis on hea mõte teha postitus ja kas avaldada artikkel täismahus või siis ainult link artikile.

Autorikast ja kuidas seda süüakse

Iga artikliga, mida sa kirjutad ja levitad, käib kaasas nn autorikast. See on osa artikli lõpus, mis annab ülevaate artikli autorist, tema ettevõttest või teenusest ja sellest, milleks see kõik hea on lugeja jaoks.

Mida lisada autorikasti?

- Sinu nimi: uskumatult paljud inimesed unustavad mainida oma nime! Sinu nimi ja tutvustav fraas (näiteks positsioon) on kõige tähtsamad asjad, mida sinna kirjutada.
- Sinu veebilehe aadress: <http://www.firma.ee>. Veelgi parem, kui vormistad selle aadressi HTMLis ja paned ankruks võtmesõna, mille peale tahad, et sind Googlest leitaks. Näiteks üks Tartu kinnisvarafirma võiks teha sellise lingi: `Tartu kinnisvara`
- Lühitutvustus: See 1-3 lauseline osa peaks väljendama selgelt mis teeb sinu ja sinu pakkumise unikaalseks ja eriliseks.
- Üleskutse: Lõpeta enesetutvustus üleskutsega. See on koht kus sa annad märku, mis on järgmine loogiline samm lugeja jaoks. Näiteks "Kliki siia, et leida 10 nõuannet kodu ostmiseks meie veebist" või "Avasta kuidas saada 15% allahindlust kõikidest laptopidest". Üleskutse teeb sinu lingile klikkimise atraktiivseks ja toob sulle oluliselt rohkem külastusi. Ära lisa rohkem kui 1 üleskutset.
- Mida ei tohiks teha: Ära lisa oma kõiki elusaavutusi - see ei huvita kedagi. Lugejate jaoks on oluline, mis nemad sellest infost saavad: keskendu vaid lugejale. See tähendab ka, et ära räägi pakkumistest, mis ei ole seotud artikli teemaga. Fookus on oluline!

Viimased nõuanded

3 viimast soovitusartikliturunduse kasu maksimeerimiseks:

- Kui kirjutad artikleid, siis anna nendes piisavalt infot, aga mitte 100%. Anna neile põhjus tulla su veebilehele.
- Kui oled kirjutanud mingi hulga artikleid, need avaldanud ning soovid neid veelkord enda heaks tööle panna, siis selleks on üks hea viis olemas. Pane hulk teemakohaseid artikleid kokku ja kutsu seda raportiks. Loo üks PDF fail, mis sisaldab kõiki su artikleid ja paku seda PDF faili oma kodulehe külastajatele kui tasuta toodet. Või veelgi parem, kasuta seda meelitusvahendina: tee see PDF faili ainult kättesaadavaks neile, kes liituvad sinu uudiskirjaga. See mitmekordistab uudiskirjaga liitujate arvu päeva pealt.
- Koosta tasuta e-kursusi. Kui oled kirjutanud suure hulga artikleid, võid need kokkukirjutada e-kursuseks ning promoda seda kui lisapõhjust sinu kodulehe külastamiseks. Jaga see e-kursus mooduliteks (osadeks) ja saada huvilistele 1 moodul päevas (saad selle kõik automatiseerida kasutades autoresponderit). Kui oled kõik moodulid ära saatnud, siis viimase kirjaga pane teele müügipakkumine. Oma e-kursusega oled juba tekitanud neis usaldust ja tõestanud oma kompetentsi, ning kursuse läbinud on mitmeid kordi avatumad sinu pakkumisele.

Kõik õigused reserveeritud. Seda artiklit võib vabalt levitada ja see on täiesti tasuta. Lubamatu on vaid selle artikli sisu muutmise või üksikute osade eraldi avaldamine.

Autor: Peep Laja

Peep Laja on internetiturunduse ekspert. Peep koolitab internetiettevõtjaid ja aitab inimestel elada just sellist elu nagu nad ise tahavad – tänu internetiturundusele. Uuri mida sina enda heaks teha saaksid: <http://internetmarketing.ee>