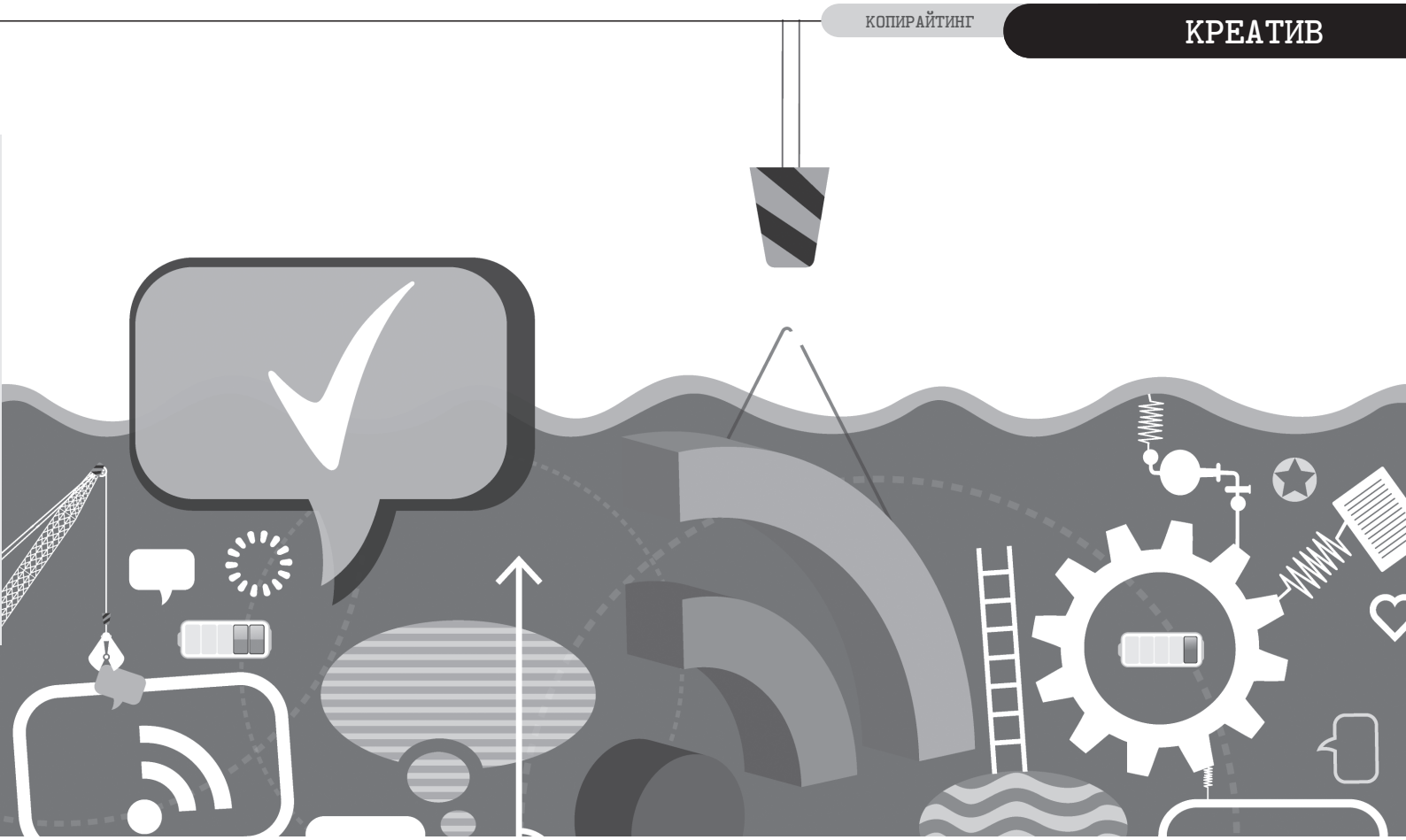

# Вне конкуренции

## Как позиционировать и перепозиционировать свой блог?

ЭКСПЕРТ:

директор по бизнес-развитию компании «Практик Гут», бизнес консультант по вопросам маркетинга, PR и рекламы, организации продаж.

АВТОР: ЮЛИЯ МАХОТИНА

Чем конкурентнее рынок, тем важнее для его участников найти свое уникальное позиционирование. Зачастую это единственный шанс выделиться, повысить узнаваемость своего товара или личного бренда, добиться признания среди потребителей. И в этом смысле блогеры мало чем отличаются от корпораций: писатели тоже занимаются позиционированием. Только по-своему.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ БЛОГГЕРОВ

Как известно, рыночное позиционирование начинается с определения целей компании, выделения уникальных характеристик ее имиджа, товаров и услуг, определения «хитов продаж». После этого неповторимые черты корпоративного позиционирования находят свое отражение в слоганах, логотипе, фирменном дизайне, стиле рекламных материалов и коммуникациях в целом. Нечто подобное происходит и тогда, когда речь идет о позиционировании медиа-продукта – в том числе, блога. Учитывая информационную природу блогосферы, мы предлагаем начинающим авторам подумать о следующих элементах дифференциации своих работ.

## 1. ВЫБОР ТЕМЫ

Когда наши клиенты спрашивают нас, с чего начать ведение блога, мы задаем им вопрос: «Что вы лучше всего знаете, о чем любите и можете говорить бесконечно, ощущая себя авторитетным экспертом или экспертом со своей оригинальной точкой зрения?». В поиске ответа на этот вопрос мы предлагаем им отстраниться от мнения друзей и знакомых, забыть про модные темы и остаться наедине с самим собой. О чем бы вы хотели сообщить другим людям? Даже если на интересующую вас тему уже есть немало блогов, это не должно останавливать нового автора. Каждый, кто по-настоящему увлечен чем-то, обязательно передаст в материале свое особое отношение к ней тексте и найдет искренний отклик среди читателей, увлеченных теми же идеями.

Зачастую удачным выбором оказывается решение написать простым, доступным языком о ежедневных победах и поражениях в своей профессии. Популярность таких произведений, как «Записки юного врача» (М.Булгаков), наличие целой серии произведений А. Хейли о людях и решениях, которые они принимают в критических ситуациях, давно доказали состоятельность этого направления. Я подобрала примеры не случайно. Мы обратили внимание, что изучение тем, разработанных в классической литературе, всегда помогает нашим клиентам найти свое родное направление.

Чтобы избежать плагиата, выделив тему, мы вместе с клиентом обсуждаем, как она отражена в произведениях разных авторов и подробно расписываем, что в данном случае можно написать в новом блоге, опираясь уже на свой собственный опыт и отличительную авторскую точку зрения. Последнее является обязательной и ключевой характеристикой выбранной темы. Поэтому, как только у автора появляется представление, о чем он хочет рассказать своим интернет-читателям, мы просим его написать первые пробные тексты. Полученные материалы проходят тщательную проверку на оригинальность изложения и подхода и при необходимости дорабатываются.

## 2. ВЫБОР СТИЛЯ

Формирование авторской индивидуальности на медиарынке всегда связано с поиском уникального стиля изложения. Неповторимый журналистский стиль – это естественное продолжение и художественное отражение уникального позиционирования. Если мы видим, что наш автор эмоционален, мы стараемся, чтобы его рассказ велся от первого лица, с использованием прилагательных, с большим количеством деепричастных оборотов и т.д. Многие начинающие блогеры надиктовывают текст на диктофон и переносят на чистый вордовский лист свойственные для них обороты речи, с последующей литературной редакцией.

Авторский стиль формируется не сразу. Поэтому мы рекомендуем запастись терпением и ежедневно создавать новые заметки, которые снова сравниваем с блогами на ту же тему, заостряя внимание на их авторской позиции, на озвученной проблеме и узнаваемом авторском стиле. На основе результатов мониторинга вносятся правки, позволяющие отточить уникальные характеристики содержания блога, его узнаваемую позицию и манеру изложения.

Многие начинающие блогеры стремятся использовать принятый в некоторых «живых журналах» интернет-сленг и крепкое словцо. Однако наш опыт показывает, что мода и повышенный интерес к такому способу подачи информации прошли. Мы не рекомендуем нашим блогерам изощряться в оригинальных речевых формах. Если они не являются их естественным способом общения, то привлекают не тех читателей, на внимание которых рассчитывал автор, и скорее запутывают посетителей, а не помогают создавать неповторимый художественный образ.

Но главным критерием оценки блога остается конечно его посещаемость и реакция читателей. Именно они расставляют все точки над и в оценке качества содержания авторского ресурса.

## 3. ФАКТЫ, ПОДТВЕРЖДАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ

Мы предлагаем нашим блогерам периодически подкреплять свои утверждения статистическими данными и официальными документами. Это не просто повышает уровень достоверности и доверия к публикуемой информации. Вместе с этим растет читательская лояльность и рейтинг цитирования в интернете.

Самое лучшее, что можно предложить читателям, - это интересные факты и истории из вашей собственной практики. Их могут дополнить сведения из открытых источников. Обычно наши авторы выбирают два-три вида исследований:

- официальная статистика Росстата;
- информация с порталов налоговых органов, пенсионного фонда, отраслевых министерств, интернет ресурсов областных и районных центров;
- новостные ленты, результаты исследований различных аналитических центров;
- сайты и каталоги выставок;
- анализ рекламной информации;
- материалы круглых столов и форумов, соответствующие тематике блога;
- публикации профессиональных изданий;
- порталы и публикации ВУЗов;
- собственные опросы, наблюдения и результаты тестирований и так далее.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОПЫТНЫХ БЛОГГЕРОВ

Опытные авторы, уже успевшие собрать вокруг своего ресурса целевую аудиторию, обращаются к нам с другими специфическими вопросами. В частности, их интересует: чем еще можно удивить своих пользователей, не потеряв и не оттолкнув их? Как простимулировать всплеск интереса? Проблема наших клиентов заключается в том, что читатели привыкли к ним и относятся к блогу как к уважаемому, но привычному и предсказуемому ресурсу. Со временем приток новых читателей прекращается. Авторские страницы внезапно теряют способность производить всплеск интереса в онлайн-сообществе, перепостов и перепечаток становится все меньше, и сам автор бывает обескуражен. Что дальше? В этом случае требуется довольно кропотливая работа, в которой помогают следующие инструменты.

- Исследование целевой аудтории блога, ее интересов, реакции на разные формы изложения текста, определение сезонных и модных «информационных течений», повышающих интерес читателей. Сравнение и анализ конкурентных блогов, особенно, тех, которые возникли на волне успеха нашего автора. На основе результатов анализа определяются ключевые причины снижения внимания ЦА и проводится комплексная редакция блога.
- Создание разделов для новой целевой аудитории. Этот вариант может привести к глобальному изменению темы и обновлению стиля изложения.
- Запуск PR-проектов, подразумевающих непосредственное участие читательской аудитории.
- Создание авторских «звездных» дуэтов (как в шоу бизнесе), которые демонстрируют либо две противоположные точки зрения, либо взаимодополняют друг друга (приглашенный блогер). Авторы дуэтных блогов должны искренне верить в то, о чем пишут и подтверждать свои слова результатами собственных исследований . Поэтому мы находим оппонентов или союзников для наших клиентов только с помощью мониторинга и сравнения сточек зрений предполагаемых конкурентов.

Работа над перепозицианированием известного блога требует больше усилий, такта и терпения по сравнению с запуском и развитием страницы начинающего блогера. Однако, возрождение интереса к известному блогу у действующих пользователей и привлечение внимания новых читателей сторицей компенсируют тяжелые труды автора, вдохновляя его на новые интернет-произведения уже с позиции признанного мэтра своего интернет-сообщества.

НАБЛЮДЕНИЯ

Блогосфера постепенно превратилась в конкурентную среду, в которой владельцы блогов стремятся привлечь и удержать свою группу читателей. В нашей практике бизнес-консультаций мы выделяем несколько основных тематических направлений на этом рынке (см. также рис. 1). Здесь и блоги, посвященные социальным проблемам, и различные виды обзоров, и фоторепортажи. При поддержке профессиональных форумов успешно развиваются узкоспециализированные блоги (в том числе корпоративные). Кроме того, отдельные сообщества активно делятся информацией о радостях и проблемах материнства и воспитании детей, а также о моде, красоте и здоровье. Свою нишу уверенно продвигают любители различных видов спорта и экстремальных путешествий. Мы также не смогли обойти внимание мастеров, предлагающих работы (из чего угодно и на любую тему) созданные своими руками. Каждое направление делится на многочисленные сегменты, в которых ежедневно идет упорная конкурентная борьба за внимание и комментарии посетителей. В таких условиях от умения выделиться напрямую зависит вопрос популярности (выживания) авторского блога. Причем с этой задачей к нам за консультацией обращаются и начинающие блогеры и опытные авторы с многолетним стажем и весомой базой подписчиков. Для каждой группы мы выделили несколько универсальных рекомендаций, которые становятся эффективной базовой точкой отсчета в работе над позиционированием и перепозиционированием блогов.

Рис. 1. Основные тематические направления, в работе и творчестве отечественных блогеров (по результатам исследования компании «Практик Гут» в период февраль – май 2013г)