

СуперБлог:

Как зарабатывать деньги и репутацию в Живом Журнале?

Роман Масленников

Annotation

Блогер – это диагноз. Но с этим люди живут, наслаждаются жизнью, зарабатывают, радуются жизни! Как? Ответы Вы найдёте в данной мини-книге.

Расшифрованные записи закрытой лекции известного PR-специалиста – Вашему вниманию.

Из мини-книги Вы узнаете ответы на следующие вопросы:

- По каким правилам играют ЖЖители?
- Как стать «одним из них»?
- Секреты успеха известных блогеров?

А также:

- Как продвинуть в блогах крупную и маленькую компанию?
- Как бесплатно попасть в пост к самому дорогому блогеру Рунета?
- Списки известных региональных блогеров – «местных Артемиев Лебедевых».

Издание адресовано узкому кругу читателей, интересующимся блоггингом как явлением и практикой.

-
- [Роман Масленников](#)
 - [Вступление](#)
-

Роман Масленников

СуперБлог: как заработать деньги и репутацию в Живом Журнале?

Вступление

Вашему вниманию – мои наработки по ведению блога в Живом Журнале. Навыки пригодятся и для любой другой блог-платформы. Адресовано тем, кто хочет сделать блог своей основной работой, а также жаждущим вести дневник максимально эффективно.

Формат «мини-книги» будет соблюден. Никакой воды. Только практика.

Конечно, Вы вправе послушать или посмотреть аудио– или видео– запись данного вебинара – купить или скачать [1] . Но книга есть книга. И здесь есть бонусы! Какие – сами увидите в Приложениях.

P.S. Конечно, я мог бы опубликовать данный текст в виде статьи. Мне не хотелось бы быстрого обесценивания предложенной информации. Первыми ею точно должны воспользоваться избранные.

Вперед!

Роман Масленников Автор книг «СуперФирма», «СуперЛичность», «СуперКонсалтинг», «101 совет по PR» и др.

Предупреждение!

Данная мини-книга является стенограммой одноименного аудио-семинара. Поэтому, текст в ней – «как есть». Не сильно корите меня за это. Это опять же преследует 2 цели: экономия и шифровка информации. Кто захочет, тот поймет! А чтобы был стимул за то, что вы решились продраться через «надиктованный текст», – (признаюсь, сам часто ругаю авторов, которых хочется прочесть, но у которых книги надиктованы), – вот вам подарки за некомфортное чтение.

Бонусы

Все, кто купит данную книгу – получит от меня бесплатную 15-минутную консультацию по скайпу. Добавляйте меня – rmaslennikov, чтобы условиться о времени. А может быть, все произойдет сразу!

Когда данный материал выйдет в виде полноценной книги – вычитанной, отредактированной, комфортной для чтения – вы узнаете об этом первыми! Жду Вас в скайпе.

Введение в блоггинг

Блогеры могут вставать во сколько захотят, правда, засыпают черт-те когда, но это уже вопрос другой.

из личного опыта

Сегодня поговорим про блогосферу, про персональные блоги.

Что такое вообще блоги и блогерство? Это стиль жизни, а по минимуму – это часть жизни или часть работы. Причем, на первый взгляд, несущественная, а на самом деле достаточно важная, отнимающая много времени. Поэтому блогер – это не просто чувак, который курит бамбук, встает, смотрит комментарии, а потом снова засыпает, что-нибудь пишет периодически, иногда мониторит себя. Это, в принципе, такой, достаточно ответственный товарищ, сам по себе журналист. Вот один блогер, его зовут Сергей Мухамедов, он называет свой блог НедоСМИ [2]. То есть: блог – это почти СМИ, но недоСМИ. Но вся работа, весь функционал фактически такой же, как и у человека, и главного редактора, и издателя, и корреспондента в одном лице.

Сегодня расскажу о том, что вообще творится в блогосфере, как начать свой блог. В основном, технические моменты будут касаться «Живого Журнала», а в целом – структура будет касаться любой блог-платформы. Чуть позже я расскажу, почему именно ЖЖ, и почему на нем не стоит концентрироваться, но именно по нему стоит осваиваться весь алгоритм работы. И, соответственно, технологические вещи и какие-то контентные вещи: как создавать контент? «Content is the king», – как говорил Билл Гейтс. Контент решает все! И в заключение скажу, как на блоге можно зарабатывать, причем не только деньги или, в данном случае – не только репутацию. Но и то, и другое! Вот такая примерно структура сегодняшнего выступления.

Итак, блогер, в принципе, как я уже говорил, это отчасти его стиль жизни, это отчасти его профессия. И этой профессией нужно уметь овладевать быстро. Потому что кто быстро учится, кто быстро приобретает новые умения, те, соответственно, в пиаре остаются дольше. По крайней мере, дольше – компетентными. Кто не осваивает новых умений, те, соответственно, в пиаре деградируют. Поэтому осваивать, осваивать новые вещи! Может быть, у кого-то уже есть «Живой Журнал» или другой блог, у

кого-то его вообще никогда не было, а у кого-то он был, но кто-то его забросил по тем или иным причинам. Сегодняшняя информация поможет вам либо начать с нуля, сделав правильные шаги, либо возобновить блог с пользой для дела.

Почему ЖЖ?

«Живой Журнал» – это самая известная блог-платформа, Livejournal.com или уже какое-то время, вот уже несколько лет – Livejournal.ru. Это стартовая страница, где можно увидеть то, что происходит в блогосфере. Там же обновляется и ТОП записей, там же видно, какие записи в ТОПе, какие записи продвигаются (попозже я расскажу, как их продвигать), что люди сами комментируют.

Для того чтобы увидеть движение российской блогосферы, нужно у себя при регистрации блога или в существующем блоге поставить галочку «использовать кириллические сервисы». В этом случае вы будете видеть российский ТОП. Если вы эту галочку не поставите, то зайдя на Livejournal.com, то вы будете видеть функционал менее расширенный, чем в русской версии касательно английского расклада, что происходит в английской блогосфере. По крайней мере, на английском языке – вот так вот выразимся, потому что, в принципе, это дело международное. Поэтому установите это галочку обязательно – «использовать все опции кириллического сервиса».

Вообще раньше российская часть ЖЖ – это коротко от «Живой Журнал», Livjournal, – он принадлежал изначально Америке, американским товарищам. Российский сегмент там был очень небольшой. Но потом его выкупил российский олигарх и создалась российская компания «СУП», которая управляла контентом, сервисами, функционалом и развивала, развивала, развивала. Сейчас, по приблизительным оценкам (могу где-то там до десятых процента ошибаться), 70 % ЖЖ вообще всего, мирового – это русские посты, русские комментаторы, русские блогеры.

Фактически тогда это было непонятно, зачем это было сделано – российский бизнесмен выкупил долю в ЖЖ. Сейчас это, в принципе, уже очевидно – для того, чтобы выдавать альтернативную повестку дня. То есть, что у нас есть? У нас есть Первый канал. У нас есть аналог Первого канала – новости Яндекса в интернете. И у нас есть альтернатива Первому каналу... ну, в принципе, ее особо и нет... ну, с натяжкой – Рен-ТВ, может быть, НТВ. Самая яркая оппозиция Первому каналу, правда, это на другом уровне стоит – телеканал Дождь. Примерно также соотносится ТОП-5 новостей Яндекса и раньше соотносилось ТОП-30 Яндекс-блогов. Сейчас это Livejournal.ru – 25 главных записей. Вот это альтернативная повестка дня. То есть: если мы хотим узнать, что нам хотят сказать, мы смотрим

Первый канал или Яндекс, а если мы хотим узнать, что реально происходит, то мы смотрим блоги и, соответственно, ТОП блогов.

Какое-то время ТОП-30 блогов был на Яндексе, но потом он был закрыт по причине якобы «не выгодно» или надоело его развивать – в общем, какие-то технические вещи были выдвинуты как аргументы. На самом деле, это было сделано для того, чтобы Яндекс на своем же поле не показывал альтернативную картину дня.

Вот этот ТОП-30 записей через некоторое время переехал на сайт Артемия Лебедева. То есть это можно найти легко: Яндекс, внизу есть ссылка на студию Лебедева, туда заходите, там «инвентарь», и там находите ТОП-30 блогов. Там они разграничиваются по авторам, по комментариям, по посещаемости – сводный рейтинг.

– *А регистрироваться там не надо?*

Нет, это все можно свободно смотреть, ТОП-30 записей на студии Лебедева. Сейчас, конечно, все больше смотрят ТОП на Livejournal.ru, потому что ТОП-30 немножко запаздывает, все туда раньше хотели попасть, но постепенно «флёр» Яндекса (кстати, самая крутая штука Яндекса) ушел, и сейчас все смотрят в первоисточнике. Там ТОП-25 записей Livejournal.ru загружается на первой страничке, и дальше уже можно смотреть записи вниз: «загрузить еще 25», «еще 25» – ну, в общем, так можно смотреть в день порядка миллиона записей, если не ошибиться. Так, округляю. И вот попасть в ТОП-25 – считай, ваш пост посмотрят, ну, тысяч сто, как минимум. И дальше эта цифра будет расти в зависимости оттого, сколько вы в этом ТОПе продержитесь. А как продержаться в этом ТОПе тоже чуть позже я расскажу.

В примерно так работает ЖЖ, и вообще, в принципе, так работают блоги – альтернативная повестка дня. Естественно у Яндекса есть опция «Яндекс-блоги» – там, где он показывает записи, что вообще пишется в блогосфере. И там не только Livejournal, там еще есть Liveinternet, там есть блог с mail.ru, микроблоги он тоже показывает. Там есть разные опции: и популярные блоги посмотреть, и микроблоги. Но если мы посмотрим на все, примерно сто с хвостиком, блог-сервисы: Livejournal, mail.ru, еще что-то там, liveinternet, есть блог-системы специальные для аудиторов, есть для трейдеров, есть блоги для тех, кто хочет познакомиться, есть для тех, кто хочет, наоборот, рассориться, есть блог-системы для сисадминов – в общем, достаточно много платформ. Среди них Livejournal лидирует, поэтому, в принципе, он забивает всю картину. То есть можно посмотреть темы блогов, о чем говорят, и там коротко будут заголовки. Это по вкладочке, тоже без регистрации, можно смотреть blogs.yandex.ru.

Если вы освоите ЖЖ, то, в принципе, вы освоите и все остальные системы достаточно легко. На самом деле, блоги – не такая уж и легкая тема, которую легко взять, так скажем, с нуля, с кондачка, нахрапом – РАЗ! Да, я пробовал. Зачем я завел блог? Чтобы раскрутить свой семинар. Я думал, сейчас зарегистрируюсь в Livejournal, повешу анонс, и ко мне сразу сто человек выстроится в очередь. Ничего такого не произошло! Я даже какое-то время погорчался, подумал, что не работает. А на самом деле, просто я не делал несколько простых шагов, которые, в принципе, привели к тому, что из блога можно получать вообще все, что угодно: от эксклюзивной информации до, как я уже говорил, финансовых вещей или каких-нибудь полезных знакомств.

Что это за шаги? Да! Ну и скажу, что эти шаги меня привели к тому, что у меня сейчас три блога-тысячника. Один – pr-maslennikov.livejournal.com. Кстати, сейчас можно короче набирать любые адреса в «Живом Журнале»: набираете ник-нейм. lj.ru. И так на любой блог можно попадать. Потом следующий блог у меня tudj, и следующий – t-link.lj.ru. Все они тысячники, то есть: имеют больше тысячи подписчиков. В какой-то момент это было важно – блог-тысячник, круто, авторитетно! Позже эта система поменялась. То есть: если у тебя тысяча друзей (имеется в виду взаимных друзей), то это еще ничего не значит, если ты тысячник. Раньше это значило. Сейчас главное – сколько твой блог посещает людей, насколько часто записи попадают в ТОП, насколько ты активно пребываешь каждый день. То есть сейчас такие параметры важны. И недавно еще ввели такой параметр «социальный капитал». Как он рассчитывается вообще непонятно. Рейтингование тоже уже перемешалось сто раз. Опять-таки, почему?

Все ссылаются на технические особенности, совершенствование сервиса, бла-бла-бла, типа «мы растем, мы делаем круче для вас, чтобы все работало». По сути, это для чего: когда блог изначально был платформой оппозиционных сил, он сейчас таковой и является, там решили поиграть и правительственные силы, и они, соответственно, достаточно успешно там играли. И потом, чтобы поменять все карты, Livejournal взял и поменял там алгоритмизацию. Соответственно, все оппозиционеры как были, так и остались наверху, да и просто интересные блогеры или пишущие про какую-нибудь популярную фигню типа проституции. А люди, которые освещают правительственную точку зрения, они как-то все вниз укатились, и они вот сейчас тоже уже вроде как наверх подтянулись. Я думаю, сейчас опять что-нибудь перемешают.

В принципе, так это все работает.

Кто живет в ЖЖ?

Если вы в Livejournal, то надо понимать, на чьей платформе вы играете. Кроме оппозиции там очень много троллей, то есть людей, которые встают утром, могут не побриться, и так продолжается неделю, у которых отключен телефон, они общаются только письменно, с ошибками и, в основном, матом, и при этом им где-то 25–35 лет. То есть это не подростки, это уже там дядечки и тетечки выросшие. Вот они обзываются, пишут гадости – это второе население блогосферы.

Ну и третье население – это такие, может быть, люди, которые производят хороший контент, фотографии, истории пишут. Вот таких, к сожалению, мало, но вы можете стать одним из них. Контент – это хорошие фотографии, хорошие истории. Пример хороших фотографий – это, например, блогер Илья Варламов, Сергей Доля. Пример хороших рассказов – это Слава Сэ, девушка... такая, у нее еще свинка на обложке... на юзерпике... как-то, в общем, ее там зовут. Ну, такие, она интересные истории пишет, периодически в ТОПе вы ее можете там наблюдать. Но таких мало. Поэтому качественный контент всегда приветствуется и вот к этому нужно стремиться. Ну тот же «Оттенки серого», Сергей Мухамедов, тоже интересный контент производит. «Оттенки серого» – это у него никнейм такой, к книжке он отношения не имеет, хотя, думаю, вопросов таких ему уже задавали.

Никнейм, профайл и головастики

Итак, когда вы зарегистрировались в «Живом Журнале», ну, прежде всего, с чего начинается всё? С никнейма! С выбора никнейма! Я вообще придерживаюсь той позиции, что блоги нужно вести по одной тематике, желательно, профессиональной. То есть то, чем вы занимаетесь конкретно. Если это будет, например, касательно журналистики, то определенной – экономическая журналистика, или шоу-бизнес, или еще что-то. В общем, на чем-то конкретном специализироваться нужно. И поэтому отсюда возникает рекомендация, как имя делать блогеру: имя или фамилия, тире – и принадлежность к профессиональной деятельности. Ну, например, раньше был блог популярный `rimenov-uplifto`. Это Сергей Пименов, глава компании «UPLIFTO», музыкального лейбла. У него коллега Александр Поляков, группа «ППК», у него – `polyakov-ppk`. Есть основатель издательского дома «Gameland» – это журнал «Свой Бизнес», «Total DVD», «Total Football» – Дмитрий Агарунов, у него `dima-gameland`. Ну, в общем, такой принцип: имя или фамилия, тире – принадлежность к профессиональной конторе, к фирме, к лейблу. Это имя блога.


Ну, дальше, соответственно, вам нужно быстренько подтвердить e-mail, который вы выбрали. Имя

– чем короче, тем лучше. Ну это, в принципе, в интернете всегда так. Дальше нужно полностью заполнить профайл. Чем полнее вы его заполните, тем лучше. Все, что предлагается – все заполняйте: ваши любимые книги, ваши любимые фильмы, все, что относится к профессии, все-все-все туда пишете, имя, фамилию, связан ли этот блог с вашим Twitter, Facebook и Vkontakte.

Всё, что предлагается, всё делайте. Ну, за исключением, может быть, по возможности, мобильник свой можете не оставлять, и не писать свой домашний адрес, и всякие другие интимные вещи. А всё остальное – пишете! Всё, что предлагается – заполняйте!

Дальше. Здесь есть такая штука – профиль картинок. Тоже нужно все загрузить. Видите, «интересы»? Для чего «интересы» нужны: для того, чтобы по этим интересам находить других пользователей, которым интересно то же самое. Если «интерес» подчеркнут как гиперссылка, значит, такие люди есть. Если он не подчеркнут, значит, можете его оставить до лучших времен – может быть, кто-нибудь найдется с таким же интересом. Но лучше подобрать другой, чтобы с ним можно было работать. Все подсказки там, соответственно, есть.

Идентификация

Основная картинка  Это картинка, которая будет показана в вашей личной карточке. Она также будет представлять вас в ваших записках и комментариях, если вы не выберете другую.

Управление картинками

Имя Ваше имя будет показано в вашем профиле и в результатах поиска

Пол


День рождения

Показывать день рождения:

Формат отображения дня рождения:

Учебные заведения Показывать учебные заведения: [Изменить список учебных заведений](#)

Головастики

Текущий головастик:  Стандартный головастик

Коллекция: У вас нет головастиков. Вы можете купить их здесь.

Интересы

Перечислите ваши интересы, разделяя их запятыми, чтобы другие пользователи смогли найти вас, используя поиск по интересам.

Лучше всего подходит следующие слова

Правило подбора: интерес должен звучать так, как если бы включился в предложение «Мне нравится _____».

Ссылка на существительные, используйте множественное число, например: «Меня интересуют машины» вместо имени непересует машина.

ХОРОШИЙ пример: велосипеды, горные лыжи, компьютеры, DVD-диск, mp3-файлы, сыр

LITMES ГЛАВНОЕ → Масштабное строительство «Стан-5066» — российского комплекса по произ... [Рекомендовать запись](#) [Случайный блог](#) [Написать в ЖЖ](#)

– «Головастик» – это что?

«Головастик» – это такая опция, микро-фишка, которая как бы характеризует пользователя, сразу, коротко. Символ – о чем вообще блог. То есть он может быть с мигалкой на голове – это значит «против синих мигалок», синие ведерки. Он может быть в шляпе с пейсами – понятно, еврейский такой блог или косящий под это. Может быть, например, какой-нибудь космонавт, в очках – в общем, их очень много, это просто символ. Другая трактовка – это просто дополнительная монетизация самого Livejournal. То есть, чтобы им отчисляли всякие деньги за воздух, грубо говоря. Но можно без этого обходиться.

Еще «головастик» – это фирменный знак. Есть персональные «головастики»: у Темы Лебедева свой «головастик», у Ильи Варламова свой «головастик», по-моему даже у Навального свой «головастик» есть, и даже свой «головастик» есть у полиции! Так что, в принципе, «головастики» – это такая аморфная вещь, символ, не более.

Фишка: если вы заходите к кому-то в блог и хотите посмотреть, кто он вообще, о чем. Ну и из записей вам не сразу понятно в какой он должности, кто он вообще, где он работает. Все ищут сразу профиль его посмотреть: кто-то набирает «/profile», кто-то набирает «личная информация», у кого-то она называется по-другому – в общем, еще на пять минут поисков. Проще посмотреть профиль человека, нажав на «головастика», и вы сразу автоматически попадаете на профиль человека. То есть: внутренняя страничка – не надо ничего набирать, искать информацию. Щелкаете по

«головастику» – попадаете в «профиль» к человеку. Я тоже этого хода не знал, пока там онлайн-лекцию не послушал от самих ЖЖ-истов. Была у них там в прошлом году онлайн-конференция... ну, вот такая вот небольшая опция.

Головастики в ЖЖ на сегодня имеются такие:

ГОЛОВАСТИКИ

Поразите всех! Уникальная подборка головастиков создана специально для того, чтобы привлечь внимание к вашей персоне - выбирайте и самовыражайтесь!

Не нашли головастика на свой вкус? Нарисуйте его сами и выставьте в [lj_userheads!](#) Лучшие появятся в магазине!



Головастика вы покупаете на 1 год.
Все ваши купленные головастики доступны на странице [редактирования профиля](#) в разделе «Головастики».

Полный список можно посмотреть [здесь](http://www.livejournal.com/shop/userheads.bml) – <http://www.livejournal.com/shop/userheads.bml>

– А у вас какой «головастик»?

У меня там раньше был человек в очках, а потом просто я забил, и сейчас обычный стоит, стандартный.

– Чтобы посмотреть другие блоги, надо иметь свой?

Тоже – не обязательно.

– То есть можно тоже стороннему человеку зайти и везде там, где угодно...?

В основном, да. Кто-то закрывает свои записи, нужно добавиться к нему в друзья, попросить в личном сообщении, представиться, и тогда добавит, откроет записи. Но в основном сейчас все как бы открыто, все записи смотрят. Потому что блоги ведутся для пропаганды чего-от явного или не явного. Соответственно, и закрывать их смысла особого нет.

Сейчас мы видим что? «О себе» – желательно информации побольше написать. Дальше мы видим ссылочку такую на «гости». Раньше, в принципе, это имело смысл, сейчас эта функция появилась в статистике, то

есть в самом профиле. Там есть опция «статистика», туда заходите, там можно увидеть всех гостей, кто к вам заходил на страничку. Но в данной ссылке особой потребности сейчас нет.

Дальше вот – «поиск». Как бы лейбл Яндекса. Как вы думаете, для чего он здесь? В основном, самая главная функция подспудная, эту опцию недавно на ЖЖ самом сделали недавно, достаточно хорошая, – эта функция для того, чтобы Яндексу показать, что «наш блог адекватен вашей системе поиска, самой лучшей в России, мы на вас ссылаемся, и вы нас типа не забудьте». Посыл такой. То есть от Яндекса несколько сервисов лучше установить.

Сервис	Количество записей
LiveJournal	63 605
Я.ру	33 231
Блоги@Mail.Ru	23 907
LiveInternet	23 647
Diary.ru	11 336
Blogger.com	9 119
Дневники на Mamba	4 734
BabyBlog.ru	4 421
Всего 103 сервиса	

Сервис	Количество записей
Блоги@Mail.Ru	3 940 924
Twitter	331 718
Микроблоги на GIP	57 390
Я.ру	6 723
Рутит	6 335
Жужужу	2 290
FriendFeed	1 590
Juick	1 239
Всего 12 сервисов	

Сервис	Количество записей
LiveInternet	2 642 669
Я.ру	2 125 952
LiveJournal	2 091 606
Сообщества	1 024 582
Автономные	824 151
Twitter	666 508
Diary	306 146
Всего 42 532 640 блогов	

Герцогиня Кембриджская станет домохозяйкой
Жертвотелями на «РосПил» Навального заинтересовалась ФСБ
Как на самом деле устранили главного террориста
Эксперты: дочь менеджера "ЛУКОЙЛА" жестоко избили
[все обсуждаемые новости](#)

Смотрите рейтинги записей, основанные на API Поиска по блогам и [описание того, как создавать на базе API свои рейтинги.](#)

Инструменты

- Добавить в поиск блог или форум
- Кнопка «Читать в Яндекс.Подписках»
- Добавить в каталог блогов
- Установить поисковую форму на свой блог
- API поиска по блогам
- Конструктор схем проезда
- Мониторинг пингов
- Пульс блогосферы

Фильмы
Сериалы
Запросы

14 Форсаж 5
14 Свадьба по обмену
11 Топ
11 Месть
14 Generation П
12 Красная Шапочка
16 Воды слонам!
[Пираты Карибского моря](#)
11 ПираМММиде
Топ 50 фильмов

Как установить? Вы заходите на страничку blogs.yandex.ru, и в нижнем правом углу можно наблюдать инструменты. Вот по всем этим инструментам пройдите, выполните все, что там написано. Сейчас мы разберем некоторые вещи.

Мы последовательно проходимся по каждому сервису и Яндекс-опции добавляем себе в «Живой Журнал», вплоть до того, что там есть такая опция «Оповестить Яндекс о том, что блог появился». Вы можете поставить на свой блог кнопку, показывающую, на каком месте вы находитесь. Это надо читать так: если вы хотите, чтобы Яндекс вас увидел, срочно поставьте эту кнопку.

Этот каталог носит такой характер: вы в него добавитесь, а добавится ли он в каталог – фиг знает. То есть: может добавиться, а может и нет. Шанс

один из ста. Но у Яндекса есть платная опция добавления в каталог блогов. Ей тоже можно иногда воспользоваться, если на это есть бюджет.

– *Сколько стоит?*

Раньше стоило что-то порядка 12 000 рублей, сейчас – не знаю сколько. В принципе, в Яндексе там есть такая опция «Посмотреть, сколько стоит добавление в каталог». Это тоже такой явный сигнал Яндексу о том, что «я лоялен, смотрите мой блог, чтобы он у вас искался» и все такое.

В Яндекс-каталоги можно добавлять не только блоги, но и любые сайты, страницы персональные

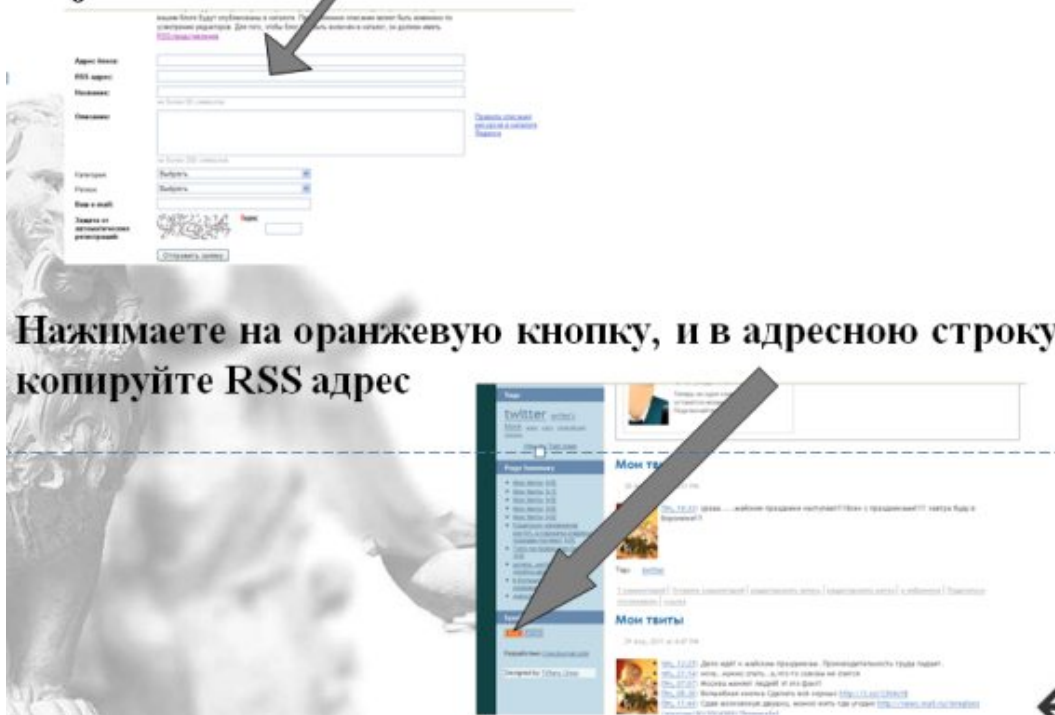
– тоже это все, так скажем, плюсом является. Яндекс к вам будет лучше относиться. Такая вот коммерческая форма «взятки».

Так-с, дальше едем! Вот здесь тоже все опции достаточно простые, RSS, в принципе, можно пропустить, им уже мало кто пользуется, но если есть желание и вы его понимаете, то добавьте там RSS-страничку. Раньше все от RSS балдели, пользовались. Сейчас это желание отпало.

– *Что это – RSS?*

RSS – это автоматическая подписка на новости того или иного новостного канала. Но сейчас люди уже сами знают куда зайти, сейчас уже по-другому все работает: даже если ты подписан на что-то, то ты все равно будешь смотреть то, о чем говорят все, то, о чем смотрят все, то, что все обсуждают, а не то, на что ты подписан. То есть нужна такая сила воли, чтобы заглушить весь инфопоток, что тебе пытаются сказать навязчиво, и смотреть только свою информацию. Основная масса RSS уже не использует именно потому, что реагирует очень, смотрит то, что обсуждают все.

RSS адрес Вы берете на своей страничке на livejournal.com



Нажимаете на оранжевую кнопку, и в адресную строку копируете RSS адрес

Дальше: тип аккаунта. Ну, естественно, можно начать с бесплатного, так сказать, разобраться в системе. Всегда можно перейти на условно платный, то есть спонсируемый аккаунт. То есть это значит, вы будете какой-то контент вести, а вам попутно будут рядышком показывать рекламу. То есть вы таким образом будете работать на «Живой Журнал», на его рекламодателя, предоставляя контент, а за ваш счет будут гонять кругом рекламу, но при этом вам дадут опции некие, некоторые опции платного блога. То есть: загрузка большего числа картинок (юзерпиков), загрузка большего числа фотографий.

Лучше перейти на платный аккаунт, чтобы и рекламу отключить, но и не только для этого. Бесплатный блог позволяет добавить вам тысячу друзей. Соответственно, аккаунт платный, который стоит, по-моему, в районе шестисот рублей в год, позволяет добавлять две тысячи друзей. Как их добавлять, по какому принципу, я сейчас чуть позже скажу, и расскажу, что две тысячи – это не предел. Раньше все думали, что только Алексею Навальному можно десять тысяч друзей добавлять, чтобы и у него было больше десяти тысяч взаимных, но сейчас эта опция доступна много кому. Попозже расскажу, как это вообще все делается.

Я, в принципе, раньше сам заплатил «Живому Журналу» просто за то, что он мне реально помог в разных вещах. То есть я там консультировался на разных сообществах, типа там нужна мне была машина на выходные, в

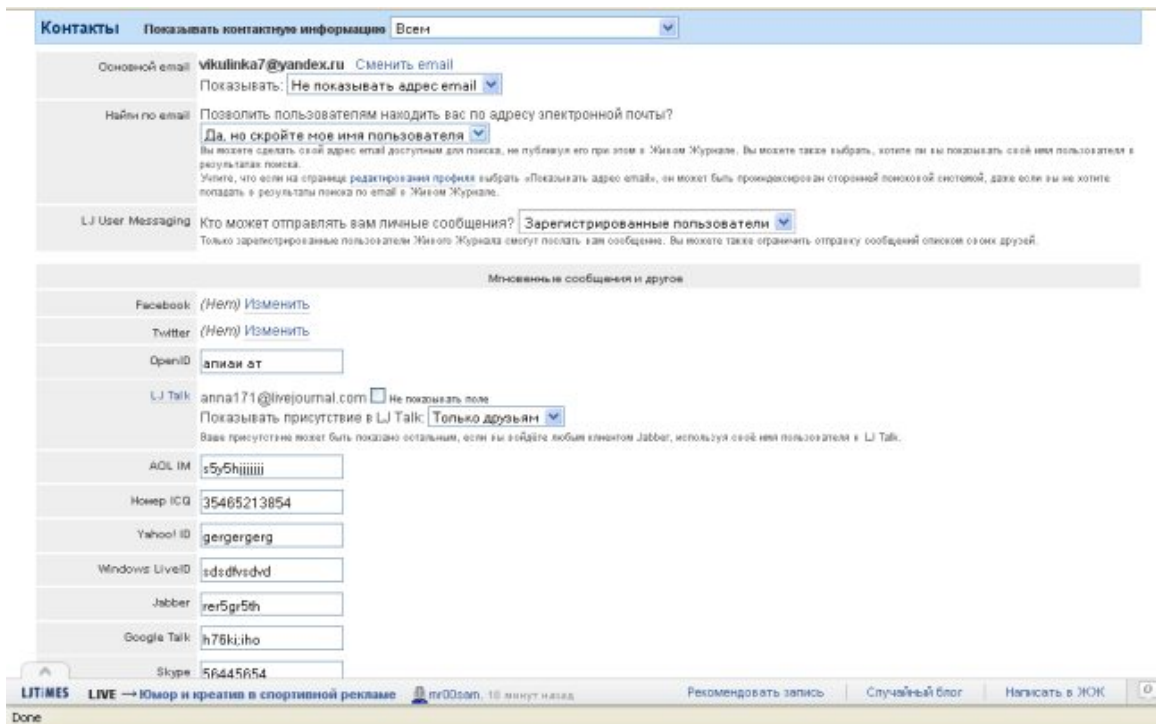
пять городов съездить, ди-джеев отправить – люди нашлись за очень вменяемые деньги, чуть ли не бесплатно. Кто-то мне там книжку редкую подогнал в другом сообществе, фактически бесплатно: повесил объявление, на что-то там поменялся – раз! – подогнали книжку. Или там вопрос какой-то обсудить. Мне было просто, как из уважения, приятно было выразить... я поэтому перешел на платный аккаунт – выразить свой респект этому сервису.

Сейчас это строгий функционал, просто опций больше. А потом оказалось, что у платных аккаунтов можно рекламу отключать, ну и много других вещей появилось. Поэтому, в принципе, если вам что-то понравилось, имейте под рукой web-кошелек Яндекс-Деньги, и как-то можно легко рассчитываться. Тем более цены небольшие, а Яндекс-Деньги – самая ходовая валюта. Но можно и без этого тоже обойтись.

Дальше: опять-таки нужно четко прописать заголовки, стили журнала. Вот мало кто заходит на страничку, которая называется «стиль журнала», и опция там называется «оформление журнала», а там есть список ссылок. То есть эта опция, в принципе, доступна и бесплатным журналам. Там можно прописывать все ссылки на свои официальные аккаунты, все ссылки на свои проекты, интересные записи, можно переименовать ленту друзей. Также не пренебрегайте этим. Опция «профиль», «оформление журнала», «стиль журнала». Такой алгоритм. Туда заходите, там все правите: <http://www.livejournal.com/customize/options.bml?group=linkslst>

Например, кто-то меняет эти записи, как Артемий Лебедев чушь вставляет из спама. То есть какая-нибудь «Русская Aziza на вашем корпоративе», все заходят, удивляются новому заголовку, как бы здесь еще смотрят, что новенького появилось. Кто-то оставляет там все постоянным: «Корпоративный блог компании *такой-то*». У меня там, например, написано «пиар-специалист с широкими полномочиями». Вот первый раз за пять лет я поменял это, написал «пиар-специалист с широчайшими возможностями». В принципе, а так – это все стоит, индексируется в Яндексе. Заголовок журнала – тоже не пренебрегайте этим. Аналог в сайте, в html – это так называемые хэды. Потому что блог, в принципе, мы знаем, это альтернатива сайту, все там должно присутствовать тоже: заголовок, подзаголовок и так далее.

Так-с, едем дальше: вот, мы подошли к самому интересному! Вы заполнили профайл. К сожалению, здесь нет такой опции «заполнено на 100 %», или там на сколько процентов вы все это сделали. Vkontakte, например, есть такая опция, а в ЖЖ почему-то нет. Но можете спросить у опытного блогера, типа «смотри, я все заполнил?» – и переходить уже к следующим этапам.



Следующий этап – это набор френдов, набор друзей, френд-марафон так называемый. Самый простой способ френд-марафона – это так называемый список Техномада [3]. Техномад – это такой блогер, который долгое время, да и сейчас тоже, находится в ТОП-Ю. Периодически он публикует какие-то платные посты, какие-то сливы информационные, периодически он сам какой-то контент находит, общается там достаточно весело. Такой, некий законодатель мод.

Заходим в Яндекс, набираем «список Техномада». Месяца три этим надо манипулировать. Но не каждый день, но раза три в неделю. В чем суть? Там пошаговая инструкция дается: как добавить друзей скопом, как посмотреть, кто тебя в ответ добавил, отфрендить тех, кто не добавил, добавить пул следующих. Там, в принципе, все подробно со ссылочками написано. Воту меня этот список, в принципе, сработал у ди-джея (я тоже думал, что он не работает), которого зовут Роман Бегус, begus.livejournal.com. Я ему этот список Техномада дал, он технарь такой, математик, через месяц мне звонит – не работает. Через полтора месяца: «Да не работает!» – я говорю: «Подожди». Потом он перестал звонить, я не знаю, почему. Может быть, я перестал на пятый звонок отвечать, может быть, у него действительно что-то получилось. И вот на выходных я захожу к нему – раз! – тысячник! Уже тысячник.

В принципе, вещь, она такая, понимаете, носила характер некоей пирамиды. Кто там вначале был, те, соответственно, сливы больше получили. Но здесь, в принципе, инструмент проверенный, то есть про него

много говорят и там на лекциях, и везде – аналогов не существует. Поэтому, в принципе, для начала... вот депутату там одному, соответственно, тоже я советовал с этим работать – тоже сейчас, в принципе, я ему говорил, что там неспешная работа, через полгода, но у него очень уже неспешная система, через год он тысячник стал. Ну это вообще! Просто курили бамбук, грубо говоря – куча дел, но и то, через год левой ногой, и все равно тысячник!

Можно, в принципе, управиться в хорошем темпе за месяц. Но здесь вам потребуется, конечно, не только список Техномада.

Значит, как еще добавить себе друзей? В интернете есть вот по интересам так называемые френд-марафоны, добавить френдов. Вот так в разных сочетаниях напишите, и вы попадете на сообщества. Их несколько в интернете: `add_friends`... ну и в таком же духе. И там периодически люди вывешивают какие-то новые списки, какие-то карусели, где «мы вот сейчас новый список Техномада сделаем». То есть: включаемся в такие игры, и включаемся где-то примерно так – каждый день в новое сообщество, и там смотреть, где чего новенького появилось. Вот при интенсивной работе в этих сообществах типа `add_friends`, можно еще себе в неделю сто-двести френдов себе набрать взаимных. То есть смотрите уже: получается, список Техномада вам даст в месяц... ну двести точно даст. В неделю такие активные френд-марафоны плюс каждую неделю условно говоря по сто. То есть получается шестьсот через месяц. Это как бы без сверх-усилий.

Что еще можно делать? Воту ТОПовых блогеров, таких, как, например, «оттенки серого»,

Радулова или еще кто-то, наблюдаются такие периодически посты, они в начале года обычно происходят: добавляю новых друзей, представьтесь, расскажите, кто вы, что вы, я вас добавлю, вы меня добавьте, и те люди, которые еще за вами зайдут, они тоже всех вас добавят, потому что такие правила этого поста. Вот периодически мониторию такие вещи. В данный момент, неделю где-то примерно, не больше, идет такой френд-марафон на блоге как раз «Оттенки серого», он там такой призыв вывесил. Когда я там был, там было порядка трехсот комментариев, я там свой оставил, меня там уже двадцать человек добавило, просто, ничего не делая, потому что я в этом посте. Надо будет зайти, добавить их в ответ как-нибудь. Такие вещи возникают периодически у каждого ТОПового блогера, который решил подновить свою базу. В данный момент идет такой френд-марафон, можете в него включиться.

Ваши новые друзья

Следующий момент: как добавить френдов? Ну здесь мы уже плавно переходим к тому, о чем я говорил раньше, что френды, в принципе, это не особо и главное сейчас. Что учитывается при это пресловутом социальном капитале, при рейтинговании блогов – всегда можно посмотреть, на каком месте ваш блог находится через тот же сервис Яндекс, или через тот же Livejournal.ru, установив эту статистику. То есть: движение все можно отслеживать в реальном времени.

Итак, что это за способ? Покупка постов! Раньше эта опция, в принципе, покупалась только на «черном» рынке или у пиар-агентств. То есть: «Выведите мой пост в ТОП». И, соответственно, как его люди выводили? Ставили кучу ссылок на тот или иной пост в других блогах. Здесь как бы научный принцип ссылочности. Здесь принцип такой же, как и у Гугла – чем больше ссылок на какой-то документ, тем он, соответственно, выше сам поднимается по рейтингу. То есть: здесь аналог того, что если про вас сказал дворник Вася, какой вы классный чувак, отношение тут будет спорное, насколько вы классный. А если про вас сказал, что вы классный парень ВВП, то, соответственно, все сразу к вам присмотрятся. Здесь то же самое было: если на вас поставили кучу ссылок ТОПовые блогеры, это работало, и пост выводился в ТОП-30, ТОП-Ю.

Достаточно было иногда поставить три-четыре ссылки с любых тысячников, и ваш пост уже в этот ТОП-30 выходил. Когда было жарко, то есть там сезон... что такое сезон? Это рабочая неделя с девяти до шести вечера, это самый пик нагрузки на livejournal – офисные служащие вместо работы заходят и сидят в ЖЖ. Сейчас все сидят в «Фейсбуке», раньше все сидели в ЖЖ. Когда, в общем, было жарко, нужно было с десятков этих ссылок поставить, тогда ваш пост как бы вылетал в ТОП.

Сейчас мы пробовали тоже кучу ссылок поставить, но вывод такой, что скорее не работает, чем работает. Работает что? Работает, во-первых, число заходов на ваш блог с других блогов. Тупо число заходов зарегистрированных пользователей. И работает число комментариев: сколько у вас в блоге комментариев оставило людей, блогеров может быть залогиненых под другими системами, под «твиттерами», под «Вконтактами», под «Фейсбуками». Чем больше у вас комментариев к посту, тем, соответственно, еще рейтинг приобретает.

Как это проще всего сделать? Есть, так скажем, пиаровские способы нарастить к вашей записи популярность. Что такое пиаровский способ? Ну,

как вы знаете, пиар – это люди, которые дико экономят рекламные бюджеты и все делают бесплатно, чем платя какие-то деньги в лоб. Пиарщики могут спровоцировать интерес какого-нибудь ТОПового блогера, написав ему либо какой-нибудь эксклюзив, либо какую-нибудь гадость, либо подбросив ему информацию типа «смотри, у меня вот чего есть, можете себе утащить в блог». И он ставит на вас ссылочку, так принято, и как бы пропагандирует вашу запись о том, что вон там классная такая штука. Даже иногда это может попасть к самому Артемию Лебедеву, самому популярному блогеру России, один рекламный пост которого стоит, в среднем, десять тысяч долларов плюс-минус.

Можно попасть туда бесплатно. Например, мой знакомый намерение высказал подать на него в суд за то, что он ругается матом, и написал это на своем фирменном бланке от имени какого-то депутата, и послал ему эту бумагу. Он эту бумагу перепостил, ну там ссылки стояли, кто-то сразу в комментариях набросился «о чем идет речь?» – ну и всё! Начал блог этого «провокаatora», моего знакомого друга, подниматься.

А кто-то ему подбросил ссылку вот на классный, допустим, разбор и анализ костюмов в фильме «Анна Каренина»: как он был в старых фильмах, как он сейчас в новом фильме. И он тоже эту ссылку бесплатно перепостил, потому что интересно. Вот такие вещи можно делать. Вот, соответственно, да!

Купить это можно тоже достаточно доступно за жетоны. Жетоны – это такая валюта. В принципе, все опции, все инструкции есть: на Livejournal.ru заходите, над ТОП-25 есть опция «промо-блог». Один из них представляет собой календарную запись, то есть: запись вы забронировали туда заранее. В календарном «промо» вы можете любой пост любого блога продвинуть, даже с низким социальным капиталом. А в «промо», которое аукционное, которое в данный момент вы хотите место кого-то перекупить, здесь уже нужен социальный капитал больше двадцати. В среднем, обходится календарное «промо» в непиковые нагрузки, ну, можно за, где-то, за полторы тысячи купить этот «промо-блог» календарный. Если это пиковая нагрузка, то это двадцать тысяч жетонов

– это примерно шесть тысяч рублей. Это, соответственно, вы покупаете место заранее.

Промо в ЖЖ – информация по ссылкам:

- Аукционное Промо [4]
- Календарное Промо [5]
- Промо в уведомлениях [6]
- Промо в журналахnew [7]

Тут вы тоже можете видеть по предлагаемым опциям, когда посещаемость «Живого Журнала» на высоте, когда она падает. То есть, например, «промо-блог» ночью, с двух ночи до девяти утра, равносителен «промо-блогу» с девяти до одиннадцати утра. То есть понимаете, да? Ночью в этот промежуток времени заходить столько же народу, сколько заходит утром в эти два часа. А цены, в принципе, одинаковые. Выбирайте любые: ночные посты, дневные... ну здесь уже от тематики зависит.

Мы, например, продвигали блог ди-джея, музыкальный. Соответственно, тематика «ночные клубы», мы его продвигали ночью, с двух до девяти утра. Я завел себе будильник, встал в два часа ночи, увидел свой пост, когда он появился в календарном «промо», и начал активно там комментировать. Заходил к другим, комментировал, просил там коммент оставить, завязывал дискуссии с теми, кто там. В общем, набрал я примерно сто комментариев, это перед Новым годом было, лег я спать в шесть утра и думаю: всё, я сделал все, что мог! Я выжат, как лимон!

Встал я в десять утра. Ну, чуть-чуть совсем поспал, там Новый год, все такое. Раз! Смотрю, запись моя двадцать седьмая! В принципе, в ТОП-30 я попал. Вот таким вот образом все получилось.

То есть это такой психологический момент: ваша запись недавно в «промо» оказалась, вы пишете вообще всё, что можно, выкладываетесь по полной программе, просите всех друзей прокомментировать, – и отдыхаете. Заходите, смотрите – вы, скорее всего, в этот ТОП попали. Если нет, можно еще часть усилий приложить, и там будет такая стрелочка, в ТОП-ЮО вы точно окажитесь. Если в календарном «промо» вы побывали, в ТОП-ЮО вы точно будете. Если там стрелочка зелененька, рейтинг ваш растет – значит, продолжайте комментировать, не жалеите пальцев. Если вы видите, что стрелочка идет вниз, то, скорее всего, из ТОП-ЮО ваша динамика уже пошла на «нет». Если стрелочка стоит, и комментарии ни к чему не приводят, к перелому тенденции, то, в принципе, лучше уже об этом забыть, заняться другим, сделать скриншот, зафиксировать результат, куда вы добрались, и заняться уже другими вещами.

То есть, если запись падает резко, то поднять ее уже практически невозможно, если только на нее не сошлется какой-нибудь авторитет, кто-нибудь из ТОП-Ю. Потому что в ТОП-Ю гуляла запись годичной давности в блоге Темы, потому что на нее сослалась пресловутая проститутка Кэт, потому что она написала типа «смотрите, кто я на самом деле», причем писалось год назад. И все сразу стали ломиться в эту запись, и вдруг годичная запись всплыла в ТОП-Ю, просто потому, что появился нагон посетителей. Вот это достаточно сложно сделать, если у вас как бы таких связей дружеских с ТОПовыми блогерами нет.

Вот такие способы нагона аудитории. То есть, еще раз, подытожим: список Техномада, «промоблоги» – календарное «промо» и аукционное «промо», – это френд-марафоны в сообществах, и это френд-марафоны у ТОПовых блогеров.

Надо вступать побольше во всякие сообщества, потому что якобы, скажем, достоверные источники говорят о том, что социальный капитал растет, если вы в день вступаете в пять сообществ, и если вы часто комментируете. Вступайте в дружественные сообщества, которые занимаются близкими вам тематиками.

В следующем блоке я расскажу про конкретные мини-фишки, которые привели к, соответственно, популярности. Как, может быть, закрыть неудобный блог? Вот у вас есть ярый противник, и вы хотите, чтобы он выключился из игры. Это тоже можно сделать, это такой способ, он легальный.

Ну и расскажу про некоторые приемчики, как сделать первые шаги к монетизации блога.

А сейчас, наверное, посвящу блок ответу на вопрос о том, как вообще продвигать любые товары, любые продукты, любую деятельность вообще в интернете.

Есть способ под названием «реклама» – это тупо выкупается время, место и вы гарантированно получаете там размещение нужной вам информации. Вы можете отчитаться перед кем угодно, что вы вовремя разместили информацию на том-то и том-то ресурсе. Но сложность рекламы в том, что ее никто не прочитает как рекламу. Ну, то есть, недоверие, как обычно к рекламе относятся.

Второй способ, как раскрутить что бы то ни было – это способ пиара, то есть создание новостей. Но пиар, как вы знаете, деятельность, и законом не регулируется, никакими обязательствами не регулируется. Регулируется она только опытом подрядчика и, соответственно, гарантиями, которые она вам дает. А гарантии по определению никто, в принципе, дать не может. Поэтому только смотрите на его опыт и верите в то, что новость попадет в информационную повестку дня. То есть пиар ничего не гарантирует, но он читается. То есть всё, что вышло посредством пиара, всё читается.

Вопрос: как же совместить гарантии рекламы и эффект пиара? То есть, как сделать так, чтобы информацию прочитали в строго определенное время, и так, чтобы к ней относились с доверием: завязался диалог, обратная связь появилась, все об этом узнали и пошли купили, или пошли позвонили, в общем, сделали какое-то действие, какое вам нужно? Как это совместить?

Смотрите, тема у нас сегодня не случайно «блоги». Я затронул тему ТОПовых блогеров: совместить эффект пиара и эффект рекламы вам

поможет пост у ТОПового блогера. Он гарантирует вам выход в определенное время, и с эффектом рекламы. Это можно купить. Да, это можно купить! Цены на ТОПовых блогеров где-то от (если готовый текст) двадцати тысяч начинается; если текст пишет сам блогер – от пятидесяти тысяч рублей за пост, до, как я говорил, десяти тысяч долларов плюс-минус.

Цены – да, относительно немаленькие, но экономить на рекламе... то есть на рекламу вы затратили, ну, примерно миллиона три в лучшем случае, а так – миллионов пять на тот же эффект. Вам нужно оповестить два миллиона человек в месяц. Вы на это потратите... нутам много можно потратить на это, и то, не факт, что реклама попадет в цель. Но покупая пост за эти деньги вы два миллиона, как минимум, точно оповестите в месяц через ТОПового блогера. Это способ платный.

И способ бесплатный, он был продемонстрирован на предыдущей лекции: вы можете просто заинтересовать вашим контентом визуально тех же ТОПовых блогеров, таких как «оттенки серого» или Тёму. И пометки «реклама» не будет. Если вы покупаете за деньги, то там сразу стоит пометка «реклама», но сразу скажу, что это, в принципе, не влияет на эффект. То есть реклама у ТОПовых блогеров – это не то, что реклама по телевизору. Это рекламе доверяют, потому что в отзывах люди пишут: «Блин, если это Тёма порекомендовал, у себя разместил такую рекламу, значит, блин, это чего-то стоит». Ну и то, что это «реклама», они пропускают эту пометочку, чего, она маленькая, пост особо не выделяется. И, соответственно, и в том, и в другом случае вы получаете вот такой вот интересный пост. Это самый ходовой момент.

Блогер – это тот же журналист, и иметь в своем журналистском пуле не только журналистов, но и блогеров давно пора. Блогеры имеют свойство локализовываться. То есть, в принципе, в каждом городе есть свой Артемий Лебедев, условно говоря.

Как его проще найти? Вот сейчас такая мода пошла, тенденция достаточно хорошая – представительство «Живого Журнала» в каком-то городе. Есть в Саратове, в Нижнем Новгороде, в Твери недавно появилось представительство «Живого Журнала». И если в городе население от пятисот тысяч плюс-минус, функционирует обязательно свой клуб блогеров. Он просто есть, сложился, у людей такие потребности есть, какую-то альтернативную повестку дня давать. Конечно, их сразу пытаются купить, умастить. То есть: работать стандартными методами. Но блогеры есть блогеры! Они независимые, иначе читать никто не будет, они просто рискуют потерять аудиторию, поэтому они что-то там всегда активно пишут, активно ищут информацию.

И в каждом городе есть свой Артемий Лебедев!

И вы его находите либо в этом представительстве «Живого Журнала» в вашем городе. Либо, если такового нет, просто набираете название города в интересах, в профиле, где я говорил. Смотрите, какие сообщества относятся к этому городу. Ну, скажем, выбираем Тверь, и получаем ссылку на блог tver.livejournal.com. Заходим туда, видим, кто там активнее всего пишет. Атам, например, пишет некий Юрий Тверь – местный Тёма, который гоняет по всем презентациям, по новым открывшимся магазинам, по каким-нибудь автогонкам, по каким-нибудь там детским домам или на пожар куда-нибудь спешит, всё фоткает, всё выкладывает в это сообщество, у себя в блог, еще поставляет информацию для местного портала городского, и внизу там у него идет ссылочка на то, что это фотки его (ну это нормальная практика).

Местные Артемии Лебедевы или стоят намного дешевле, или вообще ничего не стоят. Но и дружить с ними проще! Вот есть хорошая книжечка, написал ее Константин Максинюк, называется она «Новый Интернет», и там он дает характеристики, как работать с блогерами. Можете ее почитать для закрепления материала, для стороннего взгляда. Константин Максиню, «Новый Интернет». Так вот, он там пишет, что блогер – это тот же журналист, только неискушенный. То есть: начинающий журналист. Как с начинающими журналистами работают? Постоянно его пинают по срокам. Там «Василий Петрович, вы обещали нам материал по срокам поставить, где он?» – «Ой, блин, я забыл! Сейчас, всё, бегу!» – постоянно их подгоняют. Они всё не успевают, у них куча дел: «Василий Петрович, но ты же обещал написать заметку про меня», – «Да-да, уже написал!» – и бежит писать!

Сейчас журналисты уже немножко другие, у них уже куча дел. У них есть главный редактор, который их пинает еще сильнее, чем раньше, уже со стальными набойками на ботинках, уже штат журналистов сокращен, потому что газеты умирают, журналистов меньше, обязанностей у них больше, голова у них квадратная. То есть их просто так уже не пнешь. А блогеров – пожалуйста! Блогеры ездят, везде снимают, могут это потом в архив отложить, забыть фотографии разобрать. Вот поэтому блогеров нужно пинать, нужно их вызванивать: «Степаныч, ты не забыл, что у нас завтра мероприятие, пресс-тур? Строго быть!» – «Не забыл, конечно!» – и залезает к себе в календарь, помечает «точно быть, строго приехать к девяти часам». С утра вы ему позвоните, после мероприятия ему позвоните: «Ну что там? Степаныч, написал?» – «Да нет...» – «Ну пиши быстрее! А то в следующий раз не поедешь», – ну и вот так нужно, в принципе, с ними. Блогеры

– это неискушенные журналисты десять лет назад. Вот так с ними нужно, в принципе, и такими методами нужно с ними работать. Они все забывают, фотографии могут удалить куда-нибудь. Поэтому таким вот

образом блогером работайте, такой вот пул у вас есть. Должен быть, по крайней мере, в работе с журналистами, и они оплатят вам чистой звонкой душевной ответной репутацией. Будете с ними дружить еще дольше, они вам будут даже негативные комментарии в своем блоге удалять, хотя это обычно не принято. Да такого лучше с блогерами с местными отношениями развивать. Вот такие принципы работы с блогерами, и такие принципы эффективного пиара в блогах.

Вопросы?

Есть у вас знакомы блогеры по Сибири? Вот мы когда сидим и изучаем блогосферу, ищем всегда влиятельных блогеров, которые прислушиваются. В Сибири блогосфера, на мой взгляд, может быть, я ошибаюсь, на стадии становления. Знаете ли вы блогеров из Сибири? И с кем стоило бы поработать в этом плане?

По Сибири я навскидку вспомнить не могу. Спасибо за вопрос. Только знакомые девушки с пиар-факультета. Они там когда бывают... на втором курсе послушали мою лекцию, до сих пор ведут блоги, там достаточно развились нормально. Но я не слышал, чтобы они прям влиятельные были блогерши. Често говоря, не могу вспомнить. Вы пробовали клубы блогеров искать при какой-нибудь газете? Даже при правительственной газете может быть клуб блогеров. Это просто нужно хорошо поискать. Если вы мне скажете конкретно город или парочку городов, я так, экспрессом найду. *Новосибирск и Красноярск [8] .*

Я посмотрю.

А Питер?

Из ТОП-10 что-то не припомню. Из ТОП-Ю даже нельзя сказать, что они и москвичи. Из ТОП-Ю – они такие, люди мира, интернациональные. Они гоняют, в Москве бывают, не знаю, может, тридцать дней в году. Это ТОП-Ю так выглядит, даже нельзя сказать, что они столичные. А так, они международные.

Совет я могу дать такой в данном плане: я уже говорил, что блогеры – это неискушенные журналисты. Попробуйте пригласить москвича к вам в Красноярск, Новосибирск. Если есть возможность, оплатите ему хотя бы проезд.

Да, приглашение – это один момент. Второй момент – это увидеть местного человека с потенциалом, чей блог растет, и вы ему говорите: «Товарищ, слушай, давай ты будешь официальным или полуофициальным блогером нашим. Мы тебе все инструкции, как свой блог раскрыть, дадим. Дадим тебе микро-бюджет на промо-посты, а ты будешь у нас все освещать. И вот такой составим с тобой планчик на полгода, только работай». И он, соответственно, выбьется, по вашим методикам блог раскрутит, будет у вас

вообще собственный блогер, как бы внештатный сотрудник. То есть можно для себя, в принципе, вырастить. Вырастит нетрудно: на пиар-факультете можно найти таких потенциальных товарищей.

В Новосибирске и Красноярске проходит такой форум, называется «Новопиарск». Он проходит каждую весну. Вы туда приходите с какой-нибудь лекцией, там «Работа пиар-службы в антикризисных условиях» – любая лекция. Я думаю, вас они с распростертыми объятиями, как спецгостя примут, на пленарном заседании дадут слово. «Новопиарск» – это уважаемый достаточно форум пиарский. И там вы говорите: «Товарищи, есть такое предложение. Кто хочет на безвозмездных началах освещать нашу деятельность в течение полугода? Пишем такой-то меморандум о сотрудничестве, никто ничего никому не платит, но вы зато официальный статус имеете. Ваши главные условия – раскрутиться до ТОП-50. Делайте, что хотите, бюджет весь ваш, мы вам ничего не платим, но мы вам даем строчку в портфолио. Есть желающие?». И там прямо после вашей лекции рекрутируйте таких людей. Я думаю, желающих амбициозных, кто полгода своей жизни выделит на то, чтобы эту строчку получить, как бы, найдутся. Там очень активные девушки и ребята, поэтому я бы такой способ предложил – взрастить своих.

– *Мы на недостаток освещенности не жалуемся. Получается, и тематика должна быть. Вот для чего использовать блогосферу? Если мы это выкладываем потом на Первый, на Второй канал – в принципе, мы даже такое можем. А блогосфера – что? Формировать, может быть, какой-то образ новый, отвлекать кого-то от чего-то – что?*

Ну целеполаганием за вас я точно не займусь.

– *Мы-то знаем, чего мы хотим...*

Чего?

– *Нет, подождите!*

А я вам скажу – как! Вы говорите, чего мы хотим, а я вам говорю – как.

– *Есть стиль определенный создания какого-то произведения, есть жанры определенные. Кто-то занимался вообще, исследовал, в чем состоит вот эта стилистика новая? Язык уже своеобразный сформирован. Во-первых, если мы пишем блог, мы тоже должны стилизовать свой пост.*

Спасибо! Смотрите, тут какой момент: в начале лекции я говорил коротко, кто эти люди – оппозиция плюс тролли плюс контент-создатели. Последних меньше. Если вы будете просто создавать хороший контент без всякого олбанского языка... ну, «олбанского» как такового не сложилось в блогосфере, есть «олбанский» – язык «падонкоф» так называемый, в ЖЖ он не перетек. В ЖЖ иногда общаются на диалекте «Луркоморья». То есть,

есть такой сайт – «Луркоморье» – его там как-то закрывали одно время, там, в принципе, жаргон иногда используется. Но и то, вам этим тоже не обязательно пользоваться. Вам главное – выдавать хороший контент: эксклюзивные кадры, какие-то там фотосъемки, видео.

– *То есть должна быть история написана нормальным русским языком?*

Да! В интернете найдется немало ценителей, которые оценят хорошие фото и хороший текст. Они найдутся, и они будут стоять всех негативных вещей.

– *То есть культура, это там все присутствует, это все поддерживается?*

Да, это приветствуется! Чтобы посмотреть, вот представить перед собой лицо блогера, кто такой блогер вообще, как он выглядит, как он говорит в жизни, и так примерно представлять, «видеть врага в лицо», зайдём на сообщество самое популярное, называется ru-chp. Это сообщество, где выкладывают какие-то аварии, видео с регистраторов, какие-то всякие там «кран рухнул». Заходите в профиль этого сообщества [9]. Это сообщество создал некий человек, забыл, как его зовут, но никнейм у него losyagal974, в общем, что-то такое. Это парень, ему за тридцать. Может быть даже к сорока. И там есть видео-интервью с ним [10], в профайле. Нажимаете «play» и смотрите

– *настоящий такой, скажем, матерый блогер. И он рассказывает, он такой стоит на морозе, может быть даже, по-моему, с похмелья, перемежая это все своим языком, рассказывает, что происходит в ru-chp: кто его читатели, краткий обзор он дает, почему его сообщество читают вечером, а обычно весь ЖЖ днем, и как бы рассказывает, такое интервьюирование минут на десять. Достаточно интересное интервью, и вот вы просто представите, кто такой блогер и, может быть, вам будет легче.*

Есть еще такой способ «Демонстративное реагирование». То есть, что имеется в виду: некий блогер из той же Твери написал при лесных пожарах, что даже рынды там нет, чтобы оповестить о лесном пожаре. И Путин подарил ему рынду. В принципе, такие вещи можно отследить.

Это можно даже организовать!

Да! В принципе, смотрите, такие вещи ничего не стоят, поэтому тут креатив. Желая креатива!

Десять фишек для раскрутки блога

Десять с плюсом разных фишечек, фишек и фишищ, которые помогут вам стать знатоком, экспертом «Живого Журнала», и иметь некие специфические навыки, которыми вы можете пользоваться в повседневной работе, опережая конкурентов, некоторых читателей. Если конкурентов нет, то улучшать свои показатели быстро.

Фишки касаются разных областей в «Живом Журнале», но они все одинаково полезны. Всем, конечно, хочется иметь влиятельных друзей, в «Живом Журнале». Кто такие влиятельные люди? Это те, у кого много френдов, и те, кто просто известный человек. Потому что такой общий совет, как стать успешным в блогосфере – это нужно стать просто успешным человеком и завести блог. И, в принципе, все проблемы будут решены.

Фишка 1. Онлайн-приемные, авторитетные френды и репосты

Очень хорошо идут, кстати говоря, онлайн-приемные в блогах. То есть: «А сейчас мы проведем консультацию или прием по таким-то вопросам», – это объявляется, задаются сроки и, в принципе, там обычно многие, так скажем, сразу забрасываются вопросами: а как? А чего? Ну, такая дискуссия получается. Формат онлайн-дискуссии, онлайн-конференции. Можно анонсировать это заранее.

Так вот, влиятельные, авторитетные друзья. Есть такой очень солидный, мощный философ, политтехнолог Олег Матвейчев в «Живом Журнале». У него там тоже есть свой блог: matveychev-oleg.livejournal.com. Ну его не сложно найти, набираете просто в Яндексе «Олег Матвейчев блог».

И вот он активно продвигает свой блог, ну, наверное, скорее всего, не сам, там помогают помощники или еще кто-то, но факт в том, что у него идет быстрый рост друзей и, как ни странно, он френдит очень много в ответ. Что достаточно сделать? Даже не обязательно добавлять в друзья его поначалу, но желательно, конечно, это сделать; просто заходите залогиненным к нему на страничку, и через пару дней обнаруживаете, что он вас добавил в друзья просто потому, что вы к нему заходили. Это не знаю в каких целях, видимо, чтобы у него там прибавлялось, или чтобы вы подписались на его обновления. Очень интересный блог, кстати, с удовольствием читаю, перепосты там делаю. И он вас просто добавляет потому, что вы к нему зашли.

Мы так попробовали, недавно блог ди-джея открывали, я так чего-то удивился, думал, случайно что ли вот так получилось. Я к нему один раз залогиненным зашел под ди-джейским блогом, просто посмотреть, что нового. На следующий день смотрю, а он добавил меня в друзья, а у диджея там всего четыре друга, и среди них Матвейчев, десятитысячник! Я думаю, ничего себе, это случайно что ли? Потом попробовал, с другого блога зашел, смотрю, он его тоже добавил. То есть, в принципе, такая вот небольшая фишка. Но человек, так скажем, патриотических направленностей. То есть, с этим все в порядке, такого человека иметь в друзьях почетно.

– А вы считаете, что перепост – это позитивное явление?

Да!

Но это все равно > что много раз рассказать одну и ту же историю. Немного напрягает, особенно когда какая-то действительно

животрепещущая тема, ты понимаешь, что очень мало оригинальных текстов, а только одни перепосты, а это скучновато. Мое личное мнение.

Скучновато, да. Даже такое исследование проводили, микроблоги замеряли, и замерили, что 70 % twitter-аккаунтов боты. Вторая тенденция, которую заметили – живые люди, остальные 30 % людей живых, в основном, занимаются перепостами, ретвитами там всякими. В принципе, это сущность социальных сетей – разносчик информации. То есть какой-то контент на официальном источнике дали, а соцсети просто разносят эту информацию. Обсуждение – дело второе. Основная функция – это как раз перепосты, ретвиты, как бы распространение такое вот дальнейшее. Поэтому здесь как бы бояться не надо, ну, такая практика, они для этого и были сделаны. Даже на этом фоне выделиться хорошим контентом – это только вам в плюс.

Репосты учитываются, опять-таки, по авторитетным источникам при росте социального капитала. То есть, если вы хотите нарастить социальный капитал, чтобы он повышался, вступайте в сообщества, пять сообществ в день, комментируйте у себя в журнале, других людей, и репосты. Вот эти три фактора, среди прочего, влияют на рост социального капитала. А социальный капитал я говорил для чего нужен. В принципе, достаточно, чтобы было больше двадцати, тогда можно будет в платном «промо» размещать ваши посты платные. Будет меньше двадцати, нельзя будет. Может быть, вы это не всегда используете, но, скажем так, цифра всегда лучше большая, чем маленькая.

Фишка 2. Школа ЖЖ

Это был первый способ зафрендить крутого человека. Фишки разные, из разных областей, сразу говорю. Второй способ: как пройти мини-курс от первых лиц? Ну, собственно, как стать ТОПовым блогером, как быть в курсе всех обновлений? Не так давно, ну, может, полгода, может, чуть больше, открылась официальная школа ЖЖ, она так и называется – <http://school-li.livejournal.com/>. Это школа «Живого Журнала», которую пишут пиарщик livejournal, маркетолог livejournal, технарь livejournal, главный редактор. Это сообщество, в котором работники «СУПа», работники «Живого Журнала» делятся секретами: «Сделай то, сделай сё, такая-то примочка появилась», – из первых рук. Не все почему-то знают это сообщество. Оно такое, не сказал бы, что массовое, но там очень много полезной информации. Заходите, читаете, применяете. Очень полезная вещь. Школа «Живого Журнала».

Фишка 3, Десятитысячники

Дальше: я анонсировал такой момент, как стать десятитысячником. То есть, как иметь больше друзей, чем это залимитировано. Логика и последовательность действий здесь такая: вы сначала исчерпываете все возможности бесплатного журнала. То есть: добавляете себе максимум – тысячу друзей. И ждете, чтобы число взаимных подросло хотя бы до четырехсот, примерно так. Потом покупаете себе платный аккаунт или спонсируемый, и растите это число до двух тысяч, до предела. Две тысячи людей вы зафрендрили. Смотрите, чтобы хотя бы подросло, ну, к тысяче близко взаимных френдов.

И после этого можно делать две вещи, чтобы быть, как тот же Олег Матвейчев, как Навальный, чтобы добавлять себе больше друзей, чем две тысячи, хоть там до бесконечности. Вы пишете в службу поддержки, просто вотзалогиненым, внизу есть опция «служба поддержки, написать»: хочу, мол, вот так и так, по таким-то причинам, не знаю, пропагандировать нашу благую деятельность, зафрендить своих друзей, которых не успел зафрендить, а я очень знаменитый человек, у настам работает пятьдесят тысяч – ну, в общем, как-то обосновываете. «Увеличьте, пожалуйста, лимит добавления друзей мне в блоге, в данном блоге, с которого я пишу». И в этот же день можно или на следующий отправить аналогичное сообщение техническому директору «Живого Журнала», его зовут Илья Дронов, у него блог называется igrick.livejournal.com, заходите к нему: «Здравствуйте, Илья! Вам пишет такой-то, такой-то, у меня сегодня день рождения, добавьте мне лимит френдения». Обычно на просьбу реагирует либо служба поддержки, либо сам Илья, и вам открывает этот лимит.

Но предупреждаю сразу, что так называемый mass following в «Живом Журнале» запрещен, то есть карается блокированием журнала. Имеется в виду, если вам этот лимит открыли, и вы вообще доросли до двух тысяч друзей, не надо сразу бросаться и добавлять себе тысячу друзей в день, потому что это и будет mass following. В принципе, в «Живом Журнале» прописаны правила, что такое mass following, что им считается, какие у него признаки. Вот там есть большая инструкция, вы ее наберите в поиске «mass following», и прочитайте параметры – то, что им не является. Вот этого как бы не делайте, эти границы не переходите. А дальше уже работайте как Навальный: всех разоблачайте, десять тысяч подписчиков, жгите и, соответственно, к вам будет отношение другое. Если у вас лимит больше двух тысяч, значит, уже и к блогу другое отношение, он уже больше

котируется, и он имеет, все понимают, прямую связь с администрацией «Живого Журнала». Вот такая вот логика действий. То есть писать, когда у вас сто друзей, или когда у вас даже тысяча друзей лучше в поддержку не стоит. Это бесполезно, потому что они вам предложат перейти на платный либо на бесплатный спонсируемый аккаунт с рекламой, и дорастить сначала до двух тысяч, а уже после этого можно пытаться вот такие заходы делать, чтобы вам этот лимит раскрыли.

Фишка 4. Заккрытие чужого блога

Следующая фишка: как закрыть блог неугодного скандального блогера, который вам, допустим, когда-нибудь надоел. Однажды он вас до того пробесил, что всё! Надо с ним разобраться! Есть такой прием, он называется «обвинение блогера в плагиате». Обычно это плагиат какой-нибудь фотографии. Значит, как здесь логика действий? Ну, условно, да? Может быть, у вас такого врага и нет. Может быть, он только появится. Но знать это не лишнее, и в том числе знать для того, чтобы ваш блог не закрыли таким же образом.

Как правило, посты сопровождаются фотографиями какими-то. И, как правило, эти фотографии не оригинальные, а берутся из интернета откуда-то. Так вот, по правилам, нельзя авторские фотографии использовать у себя в блоге без разрешения автора. И если вам кто-нибудь – автор, или от имени автора, без разницы – пишет, что в этом посте использована такая-то фотография, а я ее не давал использовать, а он не удаляет... это пишется в службу поддержки, в так называемую конфликтную комиссию, и блог сносится. Там получается первое китайское предупреждение, второе китайское предупреждение, а потом блог удаляется. Те, у кого много читателей,

комментариев, им такие предупреждения попадают в спам, они их просто не видят, а после третьего предупреждения берут и блог сносят.

У меня у знакомого, он придерживался позиции... ну даже он скорее подвластной позиции придерживался, чем... ну, критиковал церковь, но был за власть, грубо говоря, вот так что-то. И ярый оппозиционер решил его закрыть, обвинил его в плагиате фотки, и его блог, который входил в ТОП-20 всех блогов России в «Живом Журнале» вот после этого третьего китайского предупреждения взяли и закрыли. А у него куча сообществ было завязано на этот блог, то есть там контент был уникальный, он лет пять его, наверное, вел, если не больше, «Живой Журнал». Всё – бац! – снеслось одним махом. То есть всё, заблокировался.

– *Хорошо по поводу обвинений в плагиате: а возможно так, что я доказываю, что я не воровала? Могу я противодействовать?*

Можете! Просто иногда не понятно, кто вас пытается... иногда там просто анонимно пишут или с какого-нибудь левого аккаунта.

– *Но они в курсе тех, кто написал обвинение?*

Да, там все обиженники считаются, но там иногда можно не понять, кто на вас это пишет. То есть будет какое-то лицо, не понятно, кто он реально.

Но, тем не менее, его обвинения могут быть справедливыми, он там все ссылками сопровождает. Нужно просто вовремя среагировать: «Я спросил разрешения!» – или удалить эту фотографию. То есть, в принципе, предупреждение на то и предупреждение. Просто популярные блогеры их игнорируют чаще всего.

У него все снеслось! Он писал в Штаты основателям, программистам, писал в русский ЖЖ, всем Антоном Носикам, Лебедевым, типа, смотрите, все очевидно, я вообще не при делах, все в порядке! «Ну извините, было обращение, было три предупреждения, а вы профукали – все, до свидания». И он что сейчас начал делать? Во-первых, нужно отдать дядечке честь, в том плане, что ему лет за полтинник где-то, но он за три месяца восстановился, вошел в ТОП-50 с нуля вообще. То есть: открыл новый блог, и его раскрутил. Имя было чуть-чуть похожее на то, которое раньше было. Ну взял, поднял его с нуля. Вложился, конечно, горевал, говорил: «Я прорвусь!» – и прорвался! Восстановил позиции на новом журнале, стал вести резервную копию своего журнала на каком-то отдельно блог-хостинге, hostenko.com. В общем, куда-то это все дублируется, и даже если все это исчезнет, то там всё сохранится.

Поэтому здесь рекомендация какая еще в этой связи? Делать себе автоматические перепосты куда-то в другие аккаунты. Ну, например, на тот же Яндекс. Блог на Яндексе ведется автоматически. Если туда вставить трансляции из «Живого Журнала», там все сохраняется. Это на всякий «пожарный». Можно на какой-то блог-системе открыть это, на «ворд-прессе» или еще где-то. Ну, такие меры безопасности стоит принять, если вдруг вы тоже эти предупреждения пропустите.

Опять-таки, вытекающее еще отсюда следствие: есть такое сообщество, называется оно ru-auto. Оно там, в принципе, в десятку периодически входит. Старейшее сообщество для автолюбителей и иже с ними. Так вот, там очень популярны посты, в которых там девушка что-то пишет, а ей не нравятся комментарии, которые оставляют под ее записью. Там комментарии неприличного содержания, покажите там то-то, сё-то. И она начинает их стирать, комментарии. А люди-то там настоящие прожженные блогеры, времени-то у них вагон, цинизма у них тоже через край, и они начинают эти комментарии восстанавливать, и получается такой флеш-моб – чем ты больше удаляешь, тем комментариев там больше появляется вплоть до лимита, до пяти тысяч комментариев набирал один пост, или даже до десяти тысяч. Девушка их удаляла, удаляла, а они брали и восстанавливали, «ребята, поднажмем давайте». Короче, вот такой эффект был спровоцирован.

– *Нельзя было просто закрыть комментарии, внести в черный список?*

А вы не успеете, он перерегистрирует. Как правило, у тролля еще пять аккаунтов...

– *Нет, ну если закрыть комментирование просто > или там только на друзей?*

В сообществе – не знаю. По-моему, там только модераторы...

– *Нет, в сообществе, по-моему; даже нельзя удалять комментарии.*

Посты можно, по-моему... короче, это от сообщества зависит. Смотрите, если у вас есть цель этот пост в популярном сообществе раскрутить – удаляйте комментарии. В другом случае, если у вас намерение такое есть прекратить комментирование – ничего такого не предпринимайте, не удаляйте комментарии, будет обратный эффект. Поэтому пользуйтесь здесь от противного. Тот же эффект может быть и с постами.

Фишка 5, «Эффект Стрейзанд [11]»

Недавно был случай [12], когда в блоге какого-то популярного блогера, по-моему, того же Адагамова, который там был в скандале в некотором замешан. Он опубликовал какую-то фотку из Сирии горящего человека. Человек на площади себя поджег, и ему удалили этот пост, потому что типа он нарушал там правила «17+» или какие-то другие, типа жестокое обращение с пользователями, что-то такое. В общем, его удалили. И это возымело тот эффект, что этот пост удаленный все сохранили в кэш и начали его репостить. Он, наоборот, обрел такую популярность, которую никогда бы не обрел, если бы его удалили, запретили и так далее. Ну это классический пиар-прием – запрещаешь что-то, и вы к этому внимание привлекаете о-го-го какое. Поэтому, вот об этом и речь: помните всегда об этом эффекте. Удаляя что-то, вы к этому интерес подогреваете. Знаете этот случай-то? Эффект Стрейзанд [13] ?

– *Нем!*

Барбара Стрейзанд попросила один сайт удалить фотографию, где она то ли лицом не вышла, о ли у нее была какая-то шуба, а она противница этих убийств животных. В общем, она попросила эту фотографию удалить, и когда она написала это сообщение в СМИ, СМИ же тоже нужна популярность, написали: «Мы просим удалить эту фотку везде-везде-везде» – и фотка начала множиться в геометрической прогрессии, то есть копироваться там. Вот эту самую фотку Элизабет Тейлор попросила удалить. Ну, как бы, вот, и пошла популярность. Поэтому о такой вещи тоже стоит помнить, знать, как с ней работать, и, может быть, специально раскручивать эти вещи, если такая задача стоит, через удаление, через запрет. Это классический случай из медиа-тренингов: если вы хотите обратить внимание журналиста на какой-то факт, хотите, чтобы он точно попал в печать, вы говорите: «А сейчас я скажу не для печати», – и это точно попадает в газету или в журнал.

Фишка 6. Комментирование

Дальше! Такой совет: была такая газета «F5», может быть, вы знаете. Она называлась «Всё о российском интернете! Все самое интересное в сети» – «F5». Воту кого есть там iPad, можно загрузить себе приложение «F5» или посмотреть в интернете архивы. У них была рубрика, когда газета выходила, все это сохранилось, «Интервью с интересным человеком», «Наши люди», по-моему, она называлась, или «Наш человек». И там они брали интервью у всех популярных блогеров, которые сейчас в ТОПе, которые тогда были в ТОПе. Ну, в основном, позиции они сохранили. Там они брали интервью у Варламова, у miss-tramell, это девушка, которая пишет книги о похудении там какие-то, или книгу она написала про «Школу», сериал, после чего, собственно, пошла известность. Такая, провокационная блоггерша. Ну там и ряды людей: у Алекса Экслера они брали интервью, у Леонида Каганова. Вот почитайте эти интервью. Просто скопом берете и читаете эти интервью.

Во-первых, вы что видите? Портрет блогера самого популярного. Во-вторых, они его всегда спрашивали, какие фишки вы использовали, чтобы раскрутить ваш блог, и он им там всегда честно отвечал: «Я делал то-то, сё-то». Все фишки, большинство, до сих пор рабочие. Просто изучите. И, в-третьих, портрет блогера, собирательный образ. Это вам тоже даст штрих к портрету, как эти блогеры выглядят, чем они живут, и какая у них была история становления. Газета «F5», интервью с интересными блогерами.

В частности, там можно увидеть что? Вот та же miss-tramell на ранних этапах раскручивалась таким образом, что оставляла свои шокирующие комментарии в свежих постах у других популярных блогеров. То есть: появился свежий пост у Тёмы, она зашла туда, вякнула какую-нибудь хрень реальную, и все на нее набежали, начали комментировать. Видит, что появился посту другого, или там у Антона Носика, не буду произносить вслух его никнейм, он матный, там чего-нибудь оставила. И все смотрят, реагируют, типа, что за девушка такая настойчивая и грубая? А у нее еще такая фотка привлекательная. Интересно! И вот она комментированием записей в других популярных блогах сделала себе заходы на свой блог, снискала себе сначала дешевую популярность, а сейчас это уже дорогая популярность, сейчас у нее уже дорогие посты в блогах и так далее.

То есть: комментирование чужих популярных постов. Можно просто зайти в livejournal.ru, посмотреть этот ТОП-25, и по очереди раз в день заходить в каждый популярный пост, что-нибудь там писать.

– У них же сейчас у всех только друзья могут комментировать.

Не везде!

– Практически у половины ТОПовых блогеров...

Ну это только у «Другого» и у becky_sharpe, у кого еще, я не знаю.

– Ну еще у кого-то так.

Да нет, это не критично, не общая тенденция. Такой способ: комментирование популярных записей от вашего имени.

Фишка 7. Больше, чем блогер

Дальше! Еще одна фишка, номер 7: как стать блогером номер один или вообще просо хорошим блогером? Здесь рекомендация очень простая: нужно быть больше чем блогером. То есть, с одной стороны, нужно быть хорошим человеком, потом завести блог, но с другой стороны, если вы уже блогер, не нужно говорить, что вы уже крутой блогер. Нужно говорить что вы, там, замминистра, или вы баллотируетесь куда-нибудь, или вы там член общественного совета чего-нибудь. Какой-то, в общем, статус, который абсолютно не блогерский, но который общепризнан в реальной жизни.

Вот тот же Илья Варламов строго пишет, что он не блогер, не фотоблогер, он не фотограф и не блогер. Почему? Потому что он входит в общественный совет или входил, баллотировался в мэры Омска или еще куда-то. В общем, такой у него ореол общественного деятеля, но при этом все его знают как фотоблогера, хоть он пишет, что он не тот и не другой. То есть: стать больше чем блогером. Какое-то название новое придумать, новый термин, который, во-первых, сам по себе внимание привлечет, а во-вторых, можно дать такую наводочку, что, типа, иногда его читает сам министр.

– *Ведет министр!*

Ну, иногда, по пятницам в 19:00 здесь залогинивается министр и все видит, поэтому вот в это время, поэтому...

– *Пожалуйста, не оставляйте злобных комментариев!*

Ну, типа того, да! То есть, как бы, такие вот вещи сеять, и попутно заявлять, что это не блог, это больше чем блог, и вы, соответственно, больше чем блогер – вот такие вещи и работают.

Фишка 8. Френдомарафоны

Дальше! Фишка номер 8: френдомарафоны. Ну, в принципе, о них я уже сказал в первой части. Френдомарафоны – здесь имеется в виду то, что здесь нужно включаться в текущие френдомарафоны, обозначать себя и, соответственно, там вступать в дискуссию. Самый популярный френдомарафон – это «фуршет» у Артемия Лебедева. То есть, «фрушет» – это когда собираются люди определенной специальности очень узкой – врач-дерматолог или водитель-дальнобойщик американской фуры – и вы себя обозначаете, вам задают комментарии, вы на них отвечаете, растет социальный капитал, френды, заходы и так далее. Это один способ – «фуршет».

Второй способ – это у той же... *prostitutka_ket* ее зовут, на самом деле это она или нет, то есть, может быть, это собирательный образ...

– Нет, говорили, что это действительно проститутка, которая раз в неделю обслуживает клиента...

Короче, это просто популярный блогер для нас! Это популярный блогер, персонаж, у нее такие проходят «курилки», «курилка с Кэт». Ну если есть тема, можно что-то прокомментировать. Вот об «Оттенках серого» я уже сказал то, что недавно этот френдомарафон объявлен. Такими же вещами балуется «Техномад». Казалось, и так популярный блогер, но все равно у него такие посты можно найти: «Объявляю френдомарафон» – и внизу там пишут люди, которым нужно приобрести друзей, которые о себе хотят рассказать. В такие вещи включайтесь постепенно. Я думаю, что если вы от официального блога отметитесь в каком-то из этих френдомарафонов, то вам фокус внимания будет обеспечен. Я думаю, эффект будет хороший, поэтому такие живые френдомарафоны.

Фишка 9, Копирайт на фото

Дальше! Фишка номер 9: когда вы публикуете какие-то фотографии, обязательно давайте плашку на этих фотографиях о том, что все права на эту фотографию принадлежат тому-то сему-то автору, и адрес блога вашего пишете там. По идее, люди ленивые не будут вычеркивать в большинстве своем, они просто возьмут эту фотку и куда-то ее поставят, и в итоге у вас там будет ваша запись. Чтобы им вообще не захотелось вычеркивать, можно применить такую хитрость: на фотографии обычно внизу пишут копирайт, но хочется вычеркнуть иногда, хочется, хотя редко. Но чтобы ее вообще не вычеркнули, можно написать сбоку. Другое дело, что это меньше народу прочтет, но те кому надо, тот прочтет, конечно. Но это точно не вычеркнут.

Дальше! Ну да, иногда у miss-tramell тоже проводятся эти френдомарафоны, у нее, правда, фото нужно в комментариях постить, чтобы там получить доступ к другим френдам.

Вы вопросы уже готовьте, кстати!

Да! И когда ваш капитал уже превзойдет больше двадцати, вы сможете публиковать в аукционном «промо» посты. Когда ваш капитал будет больше ста или ста пятидесяти, я уже забыл, тогда вы сможете анонсировать рекламу в вашем блоге и здесь уже зарабатывать жетоны. То есть: когда ваш капитал превысит сто или сто пятьдесят единиц, тогда в вашем блоге уже можно давать возможность рекламы другим пользователям, зарабатывать те же жетоны. То есть здесь даже все безналично происходит, на вот этой виртуальной валюте. Когда у вас эти жетоны появились, вам кто-то дал рекламу, промо в обновлениях это называется, у вас появились эти жетоны, потом на них можно покупать промоушен еще чего-то. В общем, такая валюта интересная: без денег можно, в общем-то, промо-посты делать. Соответственно, вывод какой? Растите социальный капитал.

Вот за достаточно небольшие деньги, виртуальные, имеется в виду... сравним: если пост стоит двадцать тысяч жетонов, то продвигать сообщество можно за триста жетонов. То есть, просто клеиваете рекламу, заходите в «мое сообщество», это будет размещено над рейтингом всех сообществ. Триста жетонов – вменяемая достаточно цена. Можно просто периодически там эту рекламу вешать.

Фишка 10, Блогопутешествия

И еще одна фишка, я о ней тоже рассказывал на предыдущих лекциях: очень сейчас стали популярны среди блогеров путешествия. То есть: кто-то куда-то поехал Африку там пересекать, на Северный полюс, по Украине, по Балканам экспедиция, и пошла такая мода, тенденция правильная – набирать команду путешественников. Кто в команде едет? В команде, прежде всего, историк, быт-писатель, кто записывает, фотограф, видео-оператор, мы практически протащили туда нашего врача. У нас клиент, врач, клиника, был набор врача в московскую экспедицию, мы даже первое место с ним заняли, но главный ведущий почему-то решил выбрать с конца, то есть, кто последнее место занял, тех он пригласил. Голосование – тут уж мы вообще бессильны. Наш врач там лидером был. Врач поехал в экспедицию!

Это такой бесплатный пиар, что просто аналогов не существует! Вы туда едете, ну и вам там все скажут, что надо делать: советы давать, блог писать, с какой частотой – вам все расскажут – как структурировать ваш опыт, как его подать. Вы в ответ получаете бесплатный респект и пиар, рост френдов, социального капитала, известность – все, что угодно – встречные предложения, реальных людей, которые будут интересоваться. Вот ближайшая такая экспедиция будет как раз через Африку у Ильи Варламова. Начинается она, по-моему, то ли первого апреля, то ли первого мая. Тридцать дней, там двадцать стран будет посещено.

– А кто за все это должен заплатить? Сами те, кто едут?

Спонсоры!

Есть!

– Нет, я так догадываюсь, что точно не Варламов за это платит.

Нет-нет, там куча организаторов.

– Он организатор, или это ему тоже предлагают?

Фиг знает! Это может быть обоюдная инициатива. Просто тупо человеку захотелось путешествовать, он вешает анонс: «Я еду, кто будет спонсировать?» – и набирается куча спонсоров. А участники экспедиции – это просто живой контент уникальный, который с ним едет и пишет интересный... ну, это всем выгодно! То есть: экспедицией интерес проявляется, что в ней такие разносторонние личности едут, спонсоры тоже довольны, потому что контент хороший, ну и участники довольны, потому что они на этом получают пиар свой или своей организации.

Ну, сейчас, наверное, тогда основную часть фишечную я закончил. Да! Самое интересное: как на блоге зарабатывать? Ну, жетоны, как я сказал,

наращиваем социальный капитал, вешаем анонс, жетоны капают. Можно в популярном блоге, если это частный блог, написать анонс: «Ваш пост в ТОПе», – человек заходит, видит, что вы продвигаете, к вам обращается.

Можно ваш блог проанонсировать. Берете рекламное агентство, двадцать штук. Пишете в каждое агентство: «Я популярный блогер, я могу размещать ваши платные посты, заниматься блогами», – это так вы можете надумать ваших сторонников, скажем, кого вы выращиваете под себя, чтобы они на этом тоже зарабатывали. Вот им посоветуйте это сделать, пусть они по всем рекламным агентствам напишут, что, скажем, монетизируется блог.

Есть такая система еще, называется она... забыл, напишите мне по почте, я вам отвечу. Короче говоря, система целая, она регистрирует все блоги популярные, там все условия – поставить галочку. Какую рекламу вы принимаете, какую не принимаете. Ваш блог попадает в базу, все заказы будут сваливаться вам автоматически по тематикам. Забыл, как называется система, но таких, по-моему, порядка трех уже накопилось. То есть, в принципе, на блоге на популярном заработать живые деньги достаточно просто, не так критично, как это кажется. Ну, а организация, естественно, чем популярнее блог, тем лучше срабатывает на этом социальный капитал.

Такой прием есть, даже из политики где-то, да? Когда некий человек неформально ведет какой-то интересный блог. Грубо говоря, некий супермен, никто не знает, откуда он, а он там всем помогает. И когда уже интрига доходит до предела, то есть: «Ну кто ты такой, мистер Пипец?» – грубо говоря. «Раскрой секрет!» И он в конечном итоге раскрывает секрет. Такой, некий двойник, некий тайный супермен, который делает полезные вещи, публикует интересные фото, может быть, какие-то из закулисья, но не говорит, кто он. А потом в один момент раскрывается, и собирает все сливки респектов, или выражает кому-то отдельную поддержку. Или берет и говорит, что я вот блог закрываю, вот это последний пост, вот содержание популярных постов, а вот типа какого сообщества я придерживаюсь. Вот такой прием «двойник» в самом примитивном виде.

Поэтому если вам, грубо говоря, не санкционировали вести блог, не разрешили, куча инструкций, которые говорят: «Делай так, но не делай вот так» – или «Не делай вот так» список больше, чем «Делай так», то вы просто не называетесь, кто вы, а ведете-ведете-ведете интересный блог, но не официально. И в самый последний момент, когда санкции получены, вы говорите: «А вот это все было во имя того-то сего-то». И этот жест, как минимум, может играть достаточно там уже от недели до месяца, а потом это все может и на официальных началах вестись.

Ну и, пожалуй, наверное, всё. Закончу на этом презентацию фишек.

Консультация

У автора можно взять частную консультацию. Стоимость [14] 5 тыс. руб. в час.

По скайпу – 2 тыс. руб.

Обращайтесь по следующим контактам.

+7(495)723-68-55 | rm@msk-pr.ru | skype: prmaslennikov

Примечания

1

<http://makingofpr.ru/productshop/goods/> – магазин инфо-продуктов – лекций о PR

2

<http://ottenki-serogo.livejournal.conn/> Очень рекомендую его пост «Почему меня не френдят или как стать топовым блогером?»

3

<http://6HrMHP.p6/internet/znamenitvi-spisok-tekhnomada-kak-dobavit-mnogo-druzei-i-stat-tvsvachnikonn-v-zhzh>

4

<http://www.livejournal.com/shop/selfpromo.bml>

5

<http://www.livejournal.com/shop/commpromo.bml>

6

<http://www.livejournal.com/shop/notificationpromo.bml>

7

<http://www.livejournal.com/shop/journalpromo.bml>

8

Как и обещал – блогеры найдены! Привожу никнеймы блогеров.

Питер: [velkoldin](#), [upsya](#), [mezamozg](#), [yolo4ka_spb](#),

Новосибирск: [serafim](#), [vovney](#), <http://mumuka.livejournal.com/>

Красноярск: <http://kraspr.ru/ratings/all/19/>

69 классных блогеров – <http://olegfreedom.livejournal.com/1213526.html>

По Твиттеру региональные рейтинги можно глянуть тут <http://twiman.ru/> и тут <http://twirating.com>

9

<http://ru-chp.livejournal.conn/profile>

10

Вот прямая ссылка на это интервью – http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=l_ntDCEHn_g

11

Почему-то я часто путаю Стрейзанд и Тейлор. Видимо, они хранятся у меня в мозгу в одном файле под названием «Красивые бабушки».

12

<http://navalny.livejournal.com/765115.html>

13

<http://matvevchev-oleg.livejournal.com/301479.html>

14

Цена действительна на момент – февраль, 2013.