

Введение

Контент — это актив, превращающий читателей в фанатов — людей, которые станут адвокатами вашего бренда. Это источник расширения аудитории и степени влияния. Контент выделяет вас на фоне других участников рынка и помогает завоевывать лидерские позиции.

Интернет уже перестал быть виртуальным аналогом Большой советской энциклопедии. Сегодня это мощный рынок со своими уставами и правилами. Давно говорят, что если вас нет в интернете — считайте, что вас нет в бизнесе. Нравится нам это или нет, но против правды устоять трудно. И вместо того чтобы спорить, следует подумать — как обернуть новый мировой порядок в свою пользу.

Интернет уравнил всех. Каждый человек теперь может открыто высказывать свое мнение, а время покажет, насколько его позиция отражает настроение масс. Простой блогер-восьмиклассник может успешно конкурировать с авторами популярных СМИ. Кстати о СМИ — печатный станок стремительными темпами уступает место клавиатуре. Бумага вытесняется экраном.

Предприниматели, способные просчитывать перспективную нишу, уже присутствуют в интернете. Потому что они понимают — здесь цена привлечения нового клиента на порядок ниже, чем в классических каналах. И в онлайн гораздо легче превратить одного клиента в сотни фанатов. И поможет в этом контент.

Давайте посмотрим на корпоративные сайты. У многих есть раздел «Статьи». Зачем? Для продвижения в интернете? Возможно, только так было лет пять назад. Сегодня статья — индикатор вашей ценности для аудитории. Специфика интернета заключается в том, что здесь никого не нужно уговаривать, люди сами ищут и выбирают. А вот в чью пользу будет сделан этот выбор — уже открытый вопрос.

Когда я только начинал свою интернет-деятельность, я сразу понял — если идти вверх, мне нужна своя площадка. Место, где я могу быть тем, кем хочу. Место, где я могу говорить о том, что считаю нужным, важным и ценным. Так появился мой блог «Копирайтинг от А до Ю», который сегодня многими читателями признан блогом № 1 по копирайтингу. Номер один — это выбор читателей. И завоевать их мнение помог только контент. Ни деньги, ни просьбы с уговорами, а дело.

Поисковые системы в один голос говорят — будущее за ценным контентом. А будущее уже наступило. И ваше завтра зависит от того, насколько продуктивно вы воспользуетесь сегодняшним днем.

О чем эта книга? О том, как с помощью информации покорить аудиторию интернета. Причем неважно — обычный вы человек или знаменитость, мелкий предприниматель или крупный бренд. Повторюсь — всемирная паутина уравняла всех.

Как ведет себя пользователь глобальной сети? Он ищет информацию. Как только он ее находит, обязательно с кем-то делится, в этом вопросе помогают социальные сети. А качественной информации сегодня недостает. Если хотите завоевать популярность в сети, всего лишь нужно предоставить эту информацию: щедро и толково. Чем ее больше — тем выше ваша популярность, тем шире у вас аудитория.

Все это приводит к потрясающему результату — лояльности. Один довольный читатель способен привести сотни других довольных читателей, ну а дальше считайте сами.

Меня часто спрашивают:

- как создавать ценный контент?
- откуда черпать идеи?
- о чем писать, чтобы это было нужно аудитории?
- как интересно преподнести информацию?
- какой формат контента сегодня наиболее популярен?
- как сформировать статус эксперта?

Люди уже понимают важность контента, но они пока еще не могут нащупать нужный пульс и ритм. Эта книга станет верным помощником по созданию мощного контента. Причем неважно — вы пишете статьи для сайта, ведете блог, занимаетесь e-mail-рассылками, создаете новости, записываете видео, проводите вебинары или готовите электронные книги. Потому что все это является контентом — ценной информацией на страницах вашего носителя.

Все уже поняли выгоды сарафанного и партизанского маркетинга — максимальный отклик при минимальных вложениях. Так вот, контент — это инструмент малобюджетного маркетинга, и в этой книге вы убедитесь во всех его прелестях и возможностях.

Я поделюсь с вами своим опытом — личным и профессиональным, — покажу, как создавать контент, мимо которого невозможно пройти и остаться равнодушным. Я подскажу вам, какой материал обладает максимальной ценностью, откуда черпать идеи и в каком направлении нужно двигаться, чтобы каждый опубликованный вами материал укреплял ваш имидж и помогал ему «обрастать новыми мышцами».

В 1996 году Билл Гейтс сказал два революционных слова: «Контент — король» («Content is King»). И мы с вами отправляемся в увлекательное путешествие в новый для многих мир под названием «Контент».

Денис Каплунов — the one and only