

Sisällysluettelo

ESIPUHE

Oodi blogille	9
---------------------	---

BLOGIN JUURET: MISTÄ KAIKKI SAI ALKUNSA? 13

Tarina eräästä yrittäjästä	13
Blogi on erinomainen käyttöliittymä	15
Bloggaamisen lyhyt historia	16
Kaikki tapahtuu verkossa ja somessa	18
Digitalisaatio muutti käyttäytymistämme	19
Millainen asiakas sinä olet?	20
Blogi, tasavertainen kanava kaikille	21
Blogin avulla erotut	23
H2H - viestintää ihmiseltä ihmiselle	25
Suosittelumarkkinointi, tämän päivän moderni puskaradio	27
Social selling, sosiaalista myymistä verkon ja somen avulla	28
Älä jarruta vaan aloita - nyt	29
Tarina (Satu Rämö): "Digitalisaatio muokkasi jokaista toimialaa"	31

BLOGIN SUUNNITTELU 34

Mitä tavoitteellinen bloggaaminen tarkoittaa?	34
On väliä, mistä puhut - bloggaamisen termistöä	35
Bloggaaminen alkaa aina suunnittelemisesta	37
Varaa blogillesi aikaa	37
Tarkistuslista: onko blogi sinun juttusi?	39
Suunnitteluvaihe numero yksi: tavoitteet	40
Tavoitteita voi olla yksi tai useita	41
Miten tavoitteita mitataan?	44
Suunnitteluvaihe numero kaksi: kohderyhmä	46
Avaa blogillesi tilit someen	47
Blogi vaatii markkinointia	50

Some-läsnäolo tekee blogiasi tunnetummaksi	51
Näin teet sisältöstrategian	53
Pitääkö sinun olla julkkis? Miten julkisuuteen tulee suhtautua?	55
Tarina (<i>Katja Anisimaa</i>): "Blogi teki alalla tunnetuksi"	58

BLOGIN PERUSTAMINEN 61

Minne blogi sijoitetaan?	61
Blogialustan valinta: Blogger vai WordPress vai joku muu?	62
Blogger on luotu bloggaamista varten	65
WordPressillä toteutat melkein mitä vain	66
Nimestä blogi muistetaan	66
Verkko-osoite johdattaa blogiisi	67
Blogi ei maksa paljon: bloggaamisen kustannuksista	69
Blogin visuaalisuus houkuttelee lukemaan	70
Blogi tarvitsee some-kanavat	71
Seuraa, mitä blogissasi tapahtuu: Google Analytics	71
Hakukoneoptimoinnin avulla blogikirjoituksesi löytyvät	73
Aiheiden ideointi alkaa kohderyhmäsi tuntemuksesta ja tavoitteistasi	76
Rakenna blogitalo ja hyödynnä sitä aiheiden ideoinnissa	77
Sisältösuunnitelma on bloggaajan tärkein työväline	80
Tarina (<i>Peggy Thomas</i>): "Ajatus yrityksestä tuli kuin salama kirkkaalta taivaalta"	84

BLOGGAAMINEN JA BLOGIARKI 87

Hyvän bloggaajan tunnusmerkit	87
Blogikirjoituksen viisi työvaihetta	89
Kuusi vinkkiä onnistuneen blogikirjoituksen kirjoittamiseen	94
Blogikirjoitus vaatii aina kuvituksen	98
Valokuvaaminen kuuluu bloggaamiseen	98
Käsittele kaikki ottamasi valokuvat	99
Kuvankäsittelyohjelmia on ilmaisia ja maksullisia	100
Ilmaiset kuvapankit tarjoavat lisän blogikirjoitusten kuvittamiseen	101
Palaute on bloggaajan vitamiinia	102
Tarina (<i>Frida Steiner</i>): "Blogi on yrityksen käyntikortti"	106

KIRJOITTAMISEN OLEMUS JA TARINALLISUUS 109

Millainen on hyvä blogikirjoitus?	109
Hyvä tarina imaisee lukijan mukaansa	111
Tarinalla on runko	112
Hyvä tietää bloggaamisesta: 10 vinkkiä kirjoittamiseen	114
Vaali hyvää kieltä	119
Tarina (<i>Saija Sitolahti</i>): ”Tekemiseni verkossa ja somessa huomattiin”	120

BLOGGAAJAN LUOVUUS JA LUOVAT KUOPAT 123

Kirjoittaminen on luovaa työtä	123
Kirjoittamisprosessi on maraton	125
Muutama sana aivoistamme, jotka elävät yhä luolamiesaikaa	126
Jumittaminen saa luovuuden lukkoon	127
Eväät luovaan kuoppaan	128
Tik tak, kello käy - viisi vinkkiä bloggaajan kaaokseen	129
Tarina (<i>Heidi Lehtosaari</i>): ”Bloggaaminen vie aikaa, mutta palkitsee”	133
Heidin vinkit blogia suunnittelevalle	135

BLOGIN KAUPALLISTAMINEN, VAIKUTTAJAMARKKINOINTI 137

Sisällöt ovat avain vaikuttajamarkkinointiin	137
Mikro- ja makrovaikuttajat ovat nyt pop	138
Vaikuttajamarkkinointi on tehokasta ja siihen luotetaan	141
Moderni puskaradio jakaa parhaimmat vinkit	142
Vaikuttajamarkkinointiyhteistyön muotoja on useita	142
Vaikuttajamarkkinointiyhteistyö tulee suunnitella etukäteen	144
Kaupallista yhteistyötä ei ole ilman korvausta	145
Vinkkivitokset kaupallisen yhteistyön harjoittamiseen	146

JÄLKIPUHE 148

Kiitos ja hyvää blogimatkaa!	148
------------------------------------	-----