Cum devine blogul o afacere profitabila?

BUCURESTI - 6 februarie 2018 ora 17:06
Comunicat tip General in Internet

Va treziti de dimineata, tastati cateva propozitii pe laptop sau tableta, postati articolul pe blog si asteptati ca multi cititori sa comenteze (si sa examineze anunturile blogului dvs.). Apoi, tot ceea ce trebuie sa faceti este sa urmariti banii in contul dvs. bancar.

Suna prea bine pentru a fi adevarat? Este. Totusi, este adevarat ca unii oameni talentati au transformat acest vis intr-o realitate, datorita popularitatii blogurilor lor online. Dar ei lucreaza din greu, iar acest lucru nu poate fi omis nici macar o secunda din momentul in care va hotarati sa creati si sa intretineti un blog.
Exista milioane de bloguri, majoritatea care nu fac niciodata vreun ban din aceasta activitate. Totusi, cativa norocosi castiga sume de sase cifre, lucru admirabil pentru investitia initiala necesara: un laptop, o camera digitala si cateva articole, unele scrise chiar in graba sau abordand subiecte dintre cele mai comune.
Un exemplu foarte bun este Ree Drummond, o mama din Oklahoma, care locuieste la o ferma cu sotul ei si patru copii. Drummond a inceput blogul Femeia Pionierului in anul 2006 din plictiseala, dar a postat cu sarguinta zilnic placerile lumesti. Ea si-a castigat repede fanii cu scrierile ei ciudate, confesionale si fotografiile facute. Pana in 2012, ea a primit peste 23 de milioane de vizualizari pe luna, a publicat doua carti de bucate si un memoir, lansand si un nou spectacol de gatit. O alta carte de bucate a fost gata in 2013.
Bineinteles, succesele precum The Pioneer Woman nu sunt tipice. Potrivit unui sondaj realizat in 2013 de catre site-ul Jebo.ro, mai mult de 80% dintre bloggeri au castigat mai putin de 10.000 $ pe an. Intr-adevar, 52% au facut mai putin de 1.000 $, in timp ce un procent de 4% a facut mai mult de 100.000 $.
In peisajul de astazi, dominat de social media, nu este suficient sa se faca ocazional postari pe blog. Cei mai buni bloggeri profesionisti isi dezvolta "marca" si trimit trafic catre blogul lor prin postarea activa pe retelele de social media precum Facebook, Twitter, Google +, Pinterest si Instagram. Transformarea blogurilor in surse importante de venituri este o provocare, dar poate fi un pic mai usor daca stii in ce te implici.
Pasionatii. Acesta este de departe cel mai mare grup din blogosfera. Pasionatii de scris reprezinta aproximativ 60% din toti bloggerii si tind sa scrie despre viata si

interesele lor fara nici o asteptare reala a veniturilor.
Profesionisti. 18% dintre bloggeri se considera profesionisti. Acesti bloggeri independenti pot fi impartiti in doua subgrupe: part-time si full-time. Cei cu jumatate de norma, care reprezinta 72% din acest grup, isi completeaza veniturile existente prin blogging. Restul de 28% sunt persoane cu norma intreaga, care isi castiga intregul venit din blogurile lor. Profesionistii abordeaza pe blog o gama larga de subiecte, inclusiv subiecte personale, sport, politica si tehnologie.
Corporate. Companiile sau organizatiile platesc acesti bloggeri sa posteze pe site-ul web al companiei fie cu norma intreaga, fie ca parte a activitatilor ce tin de jobul cu norma intreaga. Bloggerii companiei (care reprezinta 8% din toti bloggerii) partajeaza de obicei expertiza, isi promoveaza brandul si incearca sa atraga noi clienti.
Antreprenorii. La fel ca bloggerii corporatisti, intreprinzatorii intretin bloguri pentru a impartasi expertiza, pentru a-si promova brandul si pentru a atrage noi clienti. Cu toate acestea, antreprenorii nu sunt angajati pur si simplu in blog; de fapt, detin societatile sau organizatiile pe care le promoveaza. Acest grup reprezinta 13% dintre toti bloggerii.

Laurentiu Iancu - Manager General
office@webdesk.ro
0734582277
WEBDESK AGENCY
http://www.webdesk.ro