

Blogi checklist

1. Kas sa pead blogi? Kas sa postitad blogisse regulaarselt?

Blogi eesmärgiks
on teenida raha!



Checklist – sinu kodulehe tehniline tervis

Kriitilise pilguga tuleb vaadata regulaarselt oma kodulehte ja kontrollida, kas tehniliselt on lehega kõik korras. Oled kindel, et sinu kodulehe tehniline tervis on korras? Vaata, mitmele küsimusele saad vastata JAH.

29.08.2017

[Loe edasi >](#)



Digitaalne turundus eeldab kliendi tundmist – vasta 15 küsimusele

Õeldakse, et mida paremini tunned oma kliente, seda lihtsam on sul müüa ja turundada. See kehtib ka kui teha reklaami internetis ja digiturunduses. Kas sina tunned

oma klienti? Kui sa arvad, et tunned oma klienti piisavalt, siis kontrollime seda. Vasta all toodud küsimustele.

22.08.2017

[Loe edasi >](#)



Kuidas luua e-poodi? E-poe checklist

Nii e-poe loomise kui ka olemasoleva veebipoe juures on lihtsustatult 3 olulist küsimust, millele tuleks vastata JAH. Kas sinu e-poe tooteleht kutsus ostma? Kas e-pood on kliendi jaoks usaldusväärne, et sooritada ost?

Kas tegeled püsikliendi hoidmisega? Oled kindel, et sinu e-poes on kõik korras?

15.08.2017

[Loe edasi >](#)



Kodulehe analüüsi koolitus checklisti stiilis

Mis on sinu kodulehel valesti?

UURI UUT KOOLITUST

Ilmunud on uus WordPressi õpik

WordPressi õpiku maht on 160 lehekülge – paras ports eesti keelset juhendmaterjali, mis aitab nii kodulehte luua kui ka hallata.

[Vaata sisukorda](#)



Kategooriad

[> Drupal \(5\)](#)

[> E-pood \(12\)](#)

5 sammu, kuidas blogiga raha teenida

- Alusta blogi pidamist.
- Kirjuta sisu, mis tooks palju liiklust.
- Muuda külastajad uudiskirjaga liitujateks.
- Saada uudiskirjas sisu, mis suurendab sinu usaldusväärsust.
- Müü neile tooteid või teenuseid, mida nad soovivad.

Miks kõik blogijad pole teeninud miljoneid?

Eduka blogi jaoks on vaja:

- teha palju tööd;
- teada ja uurida palju;
- postitada õiget sisu õigele sihtgrupile;
- seda tuleb teha järjepidevalt.

Miks järjepidevus on oluline?

- Uue sisu lisandumisel indekseerib Google sinu lehte tihedamini.
- Sinu blogi järgijad hakkavad samuti ootama uusi postitusi.

Blogi edulood

- Näiteks Smartblogger on välja öelnud, et nemad teenivad keskmiselt \$100 000 kuus.
- Mallukas kirjutas 2016. a, et küsib ühe artikli eest 50-250 € ning sellel aastal saab tema blogi keskmiselt 40 000 klikki päevas.

KoduleheKoolitused blogi

2015 – 2017 on orgaanilise liiklusega meie kodulehele saabunud 68% külastustest, kes on sisse toonud 45-48% veebilehe kogutulust.

Siinjuures me hindame, et blogi moodustab 90% orgaanilisest liiklusest.

Soovitus/nõuanne

Kui sul pole veel äriblogi, siis oleks aeg alustada sellega.

2. Kas sul on olemas sisuturundusplaan?

- Blogi puhul on oluline järjepidevus.
- Sisuturundusplaan tegelikult distsiplineerib meid panustama oma aega ja energiat, et saavutada ettevõtte blogi ärilist eesmärki.

Sisuturundusplaan aitab paika panna: (1)

- Esialgse postituse pealkirja ehk põhifookuse.
- Täpsemad teemad ja märksõnad, millest kirjutad.
- Kellele kirjutad ehk määratleda postituse sihtgruppi?
- Kes postituse kirjutamise eest vastutab?

Sisuturundusplaan aitab paika panna: (2)

- Millal postituse avaldad?
- Millised on postituse SEO märksõnad, tiitel ja sildid?
- Mis on postituse eesmärk?
- Milline on postituse pakkumine ja/või üleskutse?

KoduleheKoolitused	PEALKIRI	SISU/DETAILID	PILT	MÄRKSONA(D)	KATEGOORIA	SIHTGRUPID	KANALID	PAKKUMINE/ ÜLESKUTSE	MÄRKUSED/MÕÕ DIKUD
TEISIPÄEV									aeg kokku:
Autor:									
Ettevalmistus:									
Avaldamine:									
NELJAPÄEV									
Autor:									
Ettevalmistus:									
Avaldamine:									
TEISIPÄEV									aeg kokku:
Autor:									
Ettevalmistus:									
Avaldamine:									
NELJAPÄEV									
Autor:									
Ettevalmistus:									
Avaldamine:									

Kui sul endal pole veel sisuturundusplaani, siis võid kasutada ka meie [sisuturunduse tegevusplaani](#) malli.

3. Kas kasutad postitustes asjakohast pildimaterjali?

Kas teate kui kiiresti suudab meie aju pildist aru saada?

MIT järgi kulub pildist arusaamiseks 13 millisekundit.



Allikas: <http://news.mit.edu/2014/in-the-blink-of-an-eye-0116>

Veel mõned faktid

Jakob Nielsen'i uuringust selgub, et:

- 79% veebilehe külastajatest kõigepealt skaneerivad uut sisu.
- Vaid 16% loevad kõike sõna-sõnalt.

Piltide autorikaitse

Piltide puhul tuleb arvestada autorikaitsega ehk ALATI tuleb viidata allikmaterjalile.

Isegi Google ütleb oma pilditsingu kohta, et enne pildi kasutamist kontrolli kasutusõigust.

Soovitus/nõuanne

Kasuta pilte pildipankadest.

Tasulised pildipangad:

- Shutterstock - <https://www.shutterstock.com/>
- iStock - <http://www.istockphoto.com/>
- BillionPhotos – <http://billionphotos.com/>

Tasuta pildipangad:

- Negative Space - <https://negativespace.co/>
- Pixabay - <https://pixabay.com/>
- StockSnap.io - <https://stocksnap.io/>

4. Kas postituse sisu on lõhutud? Kas kasutate alapealkirju ja loetelusid?

Millist teksti loeksid?

Kuidas muuta oma artikkel lugejale atraktiivseks?

Kui kirjutad artikli, mida keegi ei loe, siis osutub see ajaraiskamiseks. Õnneks on paar head nippi, kuidas artikli loetavust oluliselt tõsta.

Kõik algab pealkirjast

- Kui su pealkiri on igav, siis seda artiklit ei avata (80% avavad artikli ainult tänu heale pealkirjale). Nii lihtne see ongi. Jäta meelde: pealkirja peamine roll on huvi äratada!
- Pühenda pealkirja sõnastamisele mitu minutit ja proovi end panna lugeja rolli. Pane kirja mitu erinevat versiooni pealkirjast ja küsi sõbralt, millise pealkirjaga artiklit ta tahaks kõige enam lugeda.

Liigenda teksti ja kasuta alapealkirju.

Tekst peab olema loetav! Kui Sinu artikkel on üks suur sõnadejoru ilma liigendusteta, siis ei loe seda keegi. Hea, kui ühes lõigus ei ole rohkem kui 4-5 rida. Kui võimalik, siis lisa iga paari lõigu tagant üks alapealkiri. Inimesed ei loe artiklit

avades sageli seda läbi sõna-sõnalt, vaid sirvivad kiiresti. Alapealkirjad on hea viis tähelepanu haaramiseks ja Sinu peamiste mõtete kommunikeerimiseks.

Kuidas muuta oma artikkel lugejale atraktiivseks?

Kui kirjutad artikli, mida keegi ei loe, siis osutub see ajaraiskamiseks. Õnneks on paar head nippi, kuidas artikli loetavust oluliselt tõsta. Kõik algab pealkirjast. Kui su pealkiri on igav, siis seda artiklit ei avata (80% avavad artikli ainult tänu heale pealkirjale). Nii lihtne see ongi. Jäta meelde: pealkirja peamine roll on huvi äratada! Pühenda pealkirja sõnastamisele mitu minutit ja proovi end panna lugeja rolli. Pane kirja mitu erinevat versiooni pealkirjast ja küsi sõbralt, millise pealkirjaga artiklit ta tahaks kõige enam lugeda. Liigenda teksti ja kasuta alapealkirju. Tekst peab olema loetav! Kui Sinu artikkel on üks suur sõnadejoru ilma liigendusteta, siis ei loe seda keegi. Hea, kui ühes lõigus ei ole rohkem kui 4-5 rida. Kui võimalik, siis lisa iga paari lõigu tagant üks alapealkiri. Inimesed ei loe artiklit avades sageli seda läbi sõna-sõnalt, vaid sirvivad kiiresti. Alapealkirjad on hea viis tähelepanu haaramiseks ja Sinu peamiste mõtete kommunikeerimiseks.

5. Kas postituste font on loetav?

- Rõhuta olulist infot.
- Kasuta fonti, mida on külastajal kerge haarata.
- Veebitekst olgu taustaga kontrastne.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla scelerisque posuere justo eu vulputate. Pellentesque porta pulvinar ligula, vitae molestie ipsum congue sed. Ut lectus orci, ultricies eget bibendum a, consequat quis elit. Donec imperdiet, dolor a pretium consequat, libero arcu iaculis nunc, nec efficitur orci lacus a tortor.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla scelerisque posuere justo eu vulputate. Pellentesque porta pulvinar ligula, vitae molestie ipsum congue sed. Ut lectus orci, ultricies eget bibendum a, consequat quis elit. Donec imperdiet, dolor a pretium consequat, libero arcu iaculis nunc, nec efficitur orci lacus a tortor.
✗	✓

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla scelerisque posuere justo eu vulputate. Pellentesque porta pulvinar ligula, vitae molestie ipsum congue sed. Ut lectus orci, ultricies eget bibendum a, consequat quis elit. Donec imperdiet, dolor a pretium consequat, libero arcu iaculis nunc, nec efficitur orci lacus a tortor.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla scelerisque posuere justo eu vulputate. Pellentesque porta pulvinar ligula, vitae molestie ipsum congue sed. Ut lectus orci, ultricies eget bibendum a, consequat quis elit. Donec imperdiet, dolor a pretium consequat, libero arcu iaculis nunc, nec efficitur orci lacus a tortor.
✗	✓

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla scelerisque posuere justo eu vulputate. Pellentesque porta pulvinar ligula, vitae molestie ipsum congue sed. Ut lectus orci, ultricies eget bibendum a, consequat quis elit. Donec imperdiet, dolor a pretium consequat, libero arcu iaculis nunc, nec efficitur orci lacus a tortor.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla scelerisque posuere justo eu vulputate. Pellentesque porta pulvinar ligula, vitae molestie ipsum congue sed. Ut lectus orci, ultricies eget bibendum a, consequat quis elit. Donec imperdiet, dolor a pretium consequat, libero arcu iaculis nunc, nec efficitur orci lacus a tortor.
✗	✓

6. Kas postituse pealkiri on meeldejääv või tähelepanu äratav?

Pealkirja valem:

**Number või tegevusele kutsuv sõna +
omadussõna + võtmesõna + lubadus**

*Näide: „Kuidas kahekordselt suurendada oma
veebipõhist käivet 31 päevaga?“*

7. Kas postitusele on lisatud autor?

Autorist: [Häli Maurus](#)



Häli on meie meeskonda kaua otsitud veebispetsialist, keda huvitab väga veebiprogrammeerimine ja kodulehe tegemine. Vabal ajal loeb palju raamatuid ning kannab hoolt oma isikliku raamatukogu eest.



KODULEHT JA E-POOD , TURUNDUS

Kuidas teha kodulehte nii, et ettevõtte teeniks sellelt tulu?

Meile ei meeldi, kui meile tahetakse midagi müüa. Meile ei meeldi, kui meile üritatakse midagi pähe määrada. Küll aga meeldib paljudele meist mugav ja sujuv ostuprotsess.



KODULEHT JA E-POOD

Suurimad vead, mis WordPressi-lehte tehes juhtuda võivad

WordPressi-lehe üles seadmine on küll lihtne, kuid siiski võib selle protsessi käigus lihtsasti vigu tekkida. Millised need on ning kuidas neid vältida, selgitas KoduleheKoolitused koolitaja ja asutaja Eve Keerus-Jusupov.

8. Kas kirjutad külalispostitusi? Kas lubad külalispostitusi?