

Video tutoriál "Bloguj, má to smysl" #5: Kdo ti to bude číst? Definujeme cílovku

Co se dozvíš v tomto videu:

- Proč je důležité poznat, pro koho píšeš
- Kdy jsem se poprvé donutila pořádně definovat své čtenáře webu
- Jaké otázky si položit, abys při definování cílovky na nic nezapomněl

Proč bys měl znát cílovku?

Je důležité vědět, pro koho píšeš. Nepíšeš totiž pro sebe, ale pro své čtenáře. Zodpověz si, proč lidé chodí na internet a něco tam hledají? Jsou k tomu 2 hlavní důvody:

- chtějí se pobavit
- hledají řešení svých problémů - například: hypotéky, zdraví, atd.

A přesně toto dělá i tvá cílovka. Vyráží na internet, aby tam něco našla. Ty musíš znát tyto své čtenáře znát, abys jim naservíroval odpovědi na jejich otázky a problémy.

Kdy jsem si definovala cílovku

Sama jsem bojovala s cílovkou. Na začátku jsem neměla dané, pro koho chci a budu na blogu psát. Nejprve jsem chtěla psát pro lidi, kteří touží odjet pracovat na Maltu. Pak jsem přidala další, kteří se zajímali o technické informace okolo online marketingu. V neposlední řadě jsem dávala rady k cestování a tipy pro začínající digitální nomády.

Výsledkem byl zmatek, neboť jsem neměla ujasněno, pro koho píšu. Od toho se odvíjel špatně (nebo spíše vůbec) nastavený komunikační tón v článcích. Byl vágní, ničím mě neodlišoval. Lidé mě nemohli snadno poznat. Přirozeně i organická návštěvnost z vyhledávačů nebyla valná.

Pak jsem absolvovala kurz Copykiller. Kurz je vhodný pro všechny, kteří si chtějí sami natextovat vlastní web. V rámci kurzu jsem byla nucena si vytvořit svou cílovku. Konečně! Takže já už svou Anet Cestomilku znám. Ano, svého čtenáře si i pojmenuj.

Teď půjdeme definovat i tvou Anetku pomocí jednoduchých otázek. Mimochodem, v online kurzu Digi nomád se taky zabývám cílovkou. K eBooku Z necestovatelky digitální nomádkou jsem připravila dokonce podrobné pracovní listy na cílovky. Je to zdarma bonus k eBooku.

Připrav si tužku a papír. Toto je praktické video. Úkol neodkládej na nějaké až, mohl bys dopadnout jako já.

Definice cílovky na základě otázek

Jméno

Pojmenuj svou personu, a to včetně příjmení. Už z toho ti vyplyne, zda píšeš pro ženy, nebo pro muže. Nepíšeš pro všechny. Cílovka by měla být co nejužší. Příjmení je perlička pro tebe. Já píšu o cestování, proto mám Anet Cestomilku. Příjmení tedy odráží problém či vášeň tvé cílovky. Lépe ho tak budeš mít na zřeteli.

Věk

Je rozdíl, zda píšeš pro 20 holku nebo 60 manažera. Lépe pak definuješ svůj komunikační tón.

Status

Je tvůj čtenář vdaný, svobodný? Jaké je jeho nejvyšší dosažené vzdělání? Nebo snad ještě studuje? Jaký má příjem (nejlépe v čistém)? Proč znát příjem? Abys věděl, jak drahé produkty můžeš nabízet. Pomůže ti to, až v budoucnu budeš dělat cenotvorbu tvých produktů a služeb.

Zájmy cílovky

Jak tráví svůj volný čas? Co tvou cílovku baví a co naopak nebaví? Buď co nejvíce podrobný. Klidně piš i věci, co na první pohled nesouvisí s tématem tvého blogovacího. Já třeba zmiňuji, že Anet nesnáší blbce a kuřáky. Z těchto detailů ti totiž vyplynou náměty na články.

Jaké influencery sleduje?

Kde tráví cílovka čas a sleduje své influencery? Na Facebooku nebo je to spíše Instagram? Nechodí náhodou na živá setkání a workshopy? Nebo například neposlouchá Duška a jeho 4 dohody. Ke komu vzhlíží? Toto vše ti pomůže k propagaci napsaných článků. Budeš znát propagační (distribuční) kanály.

90 % lidí na IG je do věku 35 let, takže starší cílovka by ti tam články nečetla. Maminky jsou spíše na Facebooku. Zato manažeři chodí na LinkedIn. Takže je důležité znát, jaké kanály sleduje tvá cílovka a kde ji tedy musíš hledat.

Sny, cíle a tužby cílovky

Ty řešíš problémy své cílovky. Ty dovedeš čtenáře k jejich cílům vyřešením problémů, proto je musíš znát. Nejprve si nadefinuj největší, až skoro nereálnou tužbu tvé cílovky. Proč tak nereálnou? To souvisí s tzv. strategií See-Think-Do-Care, na kterou později připravím další video. Teď jen zjednodušeně. V rámci strategie potřebuješ v hlavě cílovky provést přerod. Ukázat jim, čeho všeho mohou dosáhnout (fáze See - ukazuješ jim ty pěkné tužby a nereálné sny) být, oni pak udělají akci (fáze Do) a nakoupí. Pro vás všechny je to win-win situace. Oni si plní sny, ty vyděláváš tím, že jim ke snům pomáháš. Ale aby právě vůbec začali, musí chtít po něčem toužit a ty jim to na webu servíruješ skrze články.

Hlášky cílovky k problému, kterému se v blogování věnuješ

V mém případě (pro mou Anetku) je to například: *“Bože, šéfová mi zase nechce dát dovolenou. Zase musím čekat na 5 týdnů dovolenou, abych mohla někam jet.”* Díky této znalosti napíšeš články na míru své cílovce. Použiješ tam její hlášky, proložíš je emocemi a čtenáři se hned v textu poznají a budou čekat na další tvé články na blogu.

Problémy cílovky

Například chci koupit barák a sháním hypotéku, nebo chci zhubnout, atd.

Na základě znalosti problémů cílovky si definuješ podobu a obsah budoucích produktů a služeb, které čtenářům nabídneš. Tyto produkty budeš později ve člancích promovat - například ve formě bannerů, nebo jako odkaz v CTA (= call to action - výzva k akci).

Další materiály k prostudování

- ▶ eBook Jak se z nezaměstnané matematicky stala cestovatelka s propiskou v ruce - <https://nanomadskestezce.cz/ebook-zdarma-z-matematicky-copywriterkou/>
- ▶ eBook Jak se stát blogerem z povolání - <https://nanomadskestezce.cz/ebook-jak-se-stat-blogerem-z-povolani/>
- ▶ Zdarma online kurz Digi nomád - <https://nanomadskestezce.cz/email-kurz-zdarma>
- ▶ eBook Z necestovatelky digitální nomádkou včetně pracovních listů o cílovce - <https://nanomadskestezce.cz/koupit-ebook-z-necestovatelky-digi-nomadkou>
- ▶ článek Jak nebýt dalším průměrným blogerem v řadě Aneb co já jsem dělala jinak - <https://nanomadskestezce.cz/jak-se-stat-uspesnym-blogerem/>
- ▶ kurz Copykiller - <https://copykiller.cz/>
- ▶ Pokud kurz zrovna neběží, tady najdeš záznamy z festivalu, který ho shrnoval - <https://copykiller.cz/copykiller-fest-2017-zaznam/?affiliateId=xoan0>
- ▶ Pokud píšeš a chceš, aby tě bylo vidět, tak asi tušíš, co JE TA JEDNA magická VĚC - <http://jednavec.cz/?affiliateId=xoan0> (je zdarma, tak si ji stáhni)

Co si odnést z dnešního dílu

- **Definice cílovky** je nezbytným začátkem, než začneš vymýšlet, o čem vlastně chceš blogovat.
- Otázky si zodpověz na papír, který si dáš na viditelné místo a budeš s ním pracovat, když:
 1. Píšeš nový článek na blog.
 2. Chystáš příspěvek na sociální sítě včetně reklam a kampaní.
 3. Píšeš newsletter.
 4. Připravuješ nový produkt/službu (píšeš prodejní stránku).
- Může se ti stát (a často se stává), že cílovka pro různé produkty se liší. Tak se neboj si vytvořit více person.