**Legyen személyes.** Az odáig mind rendben van, hogy Stephanie Hannon (mellékesen a Google Transit termékmenedzsere, és mellékesen pont egy 4 soros bejegyzése van a Google Transitról) a buszos utazást választotta Kaliforniában és ehhez a Google utazástervező szoftverét használta. De lássuk be, ez önmagában nem egy felcsigázó téma, pláne ha a termékről nem tudunk meg semmi izgalmasat. Tehát legyen személyes, de úgy, hogy az másokat is érdekeljen (vagy épp sokkoljon). Csak legyen életszerű. Stephanie ír a kedvenc tengerpartjáról ( a kép helyett egy link vezet a Google Maps-re) – no ettől még nem lesz személyes.

**Legyen érdekes**: Ha már a Transit termékről van szó, akkor jó lett volna tudni olyanokat, hogy hogyan jött az ötlet, hányan használják már, volt-e vmi nagyobb bug, amin túl kellett jutni, mikor jut el más országokba, és egyáltalán

miért érezte úgy, hogy erről írnia kell, mondta valaki, vagy belső késztetésből jött? Milyen a Google blogpolitikája? Próbál nyitottabb lenni, hogy a mamuteffekteket ellensúlyozza? (l. **[Scoble](http://channel9.msdn.com/ShowPost.aspx?PostID=104073" \o "Scoble at Google Inc. South Park" \t "_blank)** [**látogatását a Google-be**](http://www.steve-lacey.com/blogarchives/2006/11/scobles_google.shtml))

**Itt-ott képek**: egy-két képpel néha fel lehetne dobni a blogot. És ha már cégen belül van a YouTube videomegosztó, akkor néhány beágyazott film is jó lenne. Pl.:

**Nyílt Feedback**: Most nincs erre lehetőség. És kevésbé tartom valószínűnek, hogy lesz (ki tudja?). De van olyan, hogy előszerkesztett hozzászólás. Legyen legalább az, ne csak egy link a hivatalos ‘Vélemény’ formanyomtatványhoz a Google felületén.

**Szemle:** elég sok bloggert izgat a Google és sokat is írnak róla. Miért nincs egy ‘greatest hits’ gyűjtemény? A bloggerek is örülnének a 15 másodperces hírnévnek.
Disclaimer: távol álljon tőlem, hogy magamat mesterbloggernek tartsam. Ez csak néhány pont, amitől szívesebben olvasnám a Gugliblogot.

**Hiba #1: "Ismeretlen" szerző**

Hacsak Ön nem egy széles körben ismert személyiség, akkor érdemes egy bemutatkozó jellegű oldalt készíteni a blogba, akár egy blog bejegyzés keretében.

Ez egészen egyszerűen egy bizalmi dolog, amivel nagyobb hitelt adhat a blogjának, másrészt segít a blogger "megszemélyesítésében" is.

**Hiba #2: Nincs fotó a szerzőről**

Szintén a bizalommal kapcsolatos téma. Egy jó fotó a bloggerről segít közelebb hozni a valós- és a virtuális létezést, így szorosabb kapcsolat alakulhat ki az olvasókkal.

**Hiba #3: Semmitmondó bejegyzés címek**

Két okból is problémás ez a jelenség: az egyik a keresőoptimalizálás, a másik pedig az olvasottság (a kettő részben összefügg).

Egy-egy bejegyzés címét általában úgy érdemes megválasztani, hogy az magában érdeklődést generáljon azok körében, akik meglátják (így nagyobb arányban fogják elolvasni), másrészt fontos kulcsszavak szerepeltetésével a bejegyzés - és így közvetve az egész blog - keresőkben elfoglalt pozíciója kedvező(bb) lesz.

**Hiba #4: Nem beszédes linkszövegek**

Sokan ehhez hasonló módon linkelnek külső (vagy akár saját honlapon belüli) oldalakra:

Ha érdekel a blog, kattints [ide](http://www.primodesign.hu/blog)!

Ezzel az a gond, hogy semmilyen támpontot nem ad a link mögött lévő tartalomra vonatkozóan az olvasóknak (pl. azoknak, kik nem olvasnak el mindent szóról-szóra, csak átfutják a szöveget).

Ezért előnyösebbek az ehhez hasonló linkelések:

Ha érdekel, olvassátok el [Kristóf blogját](http://www.primodesign.hu/blog)!

**Hiba #5: A korábbi (jól sikerült) bejegyzések elhanyagolása**

Egy régebben működő blogban rengeteg értékes bejegyzés halmozódik fel az idők során, s ezeket kár lenne nem felhasználni a későbbiekben újra meg újra.

Lehet készíteni például egy "Legkedveltebb bejegyzések" részt az oldalsávra, ezen kívül pedig szükség esetén érdemes az új bejegyzésekben egyfajta referenciaként használni a korábbi, hasonló témájú írásokat. Nagyon jó trükk ez például arra, hogy egy nem mindenki által ismert fogalmat ne kelljen minden egyes alkalommal tisztázni, mert elég egy linket elhelyezni egy korábbi "tisztázásra".

**Hiba #6: Gyenge navigációs rendszer**

Ahogyan minden weblapnál, a blogoknál is különösen fontos a jó navigáció. Egy blog esetében ez főként a bejegyzések megfelelő kategorizálását és rendezését jelenti, hogy könnyen meg lehessen találni egy-egy keresett bejegyzést.

Nem elég (akár többféle) időszakok szerint besorolni az írásokat (pl. év-hónap), hanem mindenképp javasolt a címkézés és/vagy kategorizálás is. Ez lehetővé teszi többek között azt is, hogy egy bejegyzésen elindulva az érdeklődő a címkék segítségével az őt érdeklő témákat gyorsan áttekintse.

**Hiba #7: Rendszertelen frissítés**

Nem a frissítési ütem a lényeg, hanem a rendszeresség! Iparágtól és témától függően az akár napi többszöri publikálás ugyanúgy jó megoldás lehet, mint a havi egy.

Nagyon fontos azonban, hogy nagyjából állandó legyen ez az ütem: ha heti 2-3 bejegyzést "szoktak meg" az olvasók, akkor soha ne teljen el 2 hónap két bejegyzés között, ha a napi frissítés a szokásos, akkor viszont két hét szünet is káros lehet. A kár jelen esetben a hűséges olvasók elvesztése.

**Hiba #8: Elkalandozás a fő témától**

Persze nem arról van szó, hogy soha az életben ne írjon olyanról, ami nem kötődik szorosan a blog fő témájához, de fontos, hogy a fókuszt soha ne mozdítsa el az üzleti célok szempontjából releváns témától (pl. ennél a blognál ez a weblap készítés, keresőoptimalizálás és társai).

Nem árt nem elfelejteni, hogy a mindent elolvasó látogatói (akik könnyen elhitethetik, hogy érdemes más érdekességről is írni) valószínűleg időmilliomosok, s mint ilyenek nem valószínű, hogy az üzletileg értékes célcsoportot erősítik... :)

**Hiba #9: Később nehezen vállalható bejegyzések**

Jó, ha felkészül rá, hogy amennyiben jó munkát végez, valószínűleg az Ön iránt érdeklődők meg fogják találni a blogját, és a blog alapján fogják megítélni Önt. Most olyan "érdeklődőkre" gondolok, akiknek nem feltétlen szoktunk örülni, tehát nem potenciális ügyfelekre, hanem pl. az APEH embereire, vagyonosodási vizsgálat során. :)

A mondandó lényege tehát az, hogy ne írjon le olyat, ami esetleg (komoly) gondot okozhat a későbbiekben, és amit kénytelen lesz vállalni.

**Hiba #10: Ingyenes blogszolgálatótnál működő blog**

Több okból is előnyösebb, ha a blog a céges weboldal részét képezi, nem pedig egy blogszolgáltatónál van elhelyezve. A blog így teljesen és zökkenőmentesen integrálható a cég online "rendszerébe" (mind design, mind tartalmi és navigációs szempontból), a keresőkből érkező látogatók közvetlenül a weblapra érkezhetnek, s végül nem lesz kitéve olyan meglepetéseknek, mint pl. a konkurenciát előtérbe helyező "nem kikapcsolható" reklám, vagy más egyéb - az ingyenességből eredő - hátrányos kötelezettség.

Hazudnék, ha azt állítanám, hogy a fentiek közül bármelyik pont is alapvetően újatt mondott nekem, de bizonyos esetekben egy apró kis lökés hiányzik az embernek, hogy egy régen halogatott teendőt elvégezzen, egy nagyon is fontos fejlesztést véghez vigyen. Nálam ez a lökés a fent linkelt Jakob Nielsen írás volt.

Nem olyan nehéz észrevenni, hogy néhány hibát bizony én is elkövettem (pontosabban elkövetek), de ezen a helyzeten hamarosan változtatni fogok!

*A jó pap/blogger/szakember/cégvezető holtig tanul!*