

3 coisas para fazer antes de enviar artigos

Para todos os escritores e não-escritores por aí, agora é a hora de começar a desenterrar essas habilidades de escrita criativa.

Com a tecnologia de comunicação moderna, vem a popularidade do marketing baseado em informações, que é uma das técnicas mais antigas e eficazes para obter sites segmentados e convertê-los em compradores. É por isso que a redação de artigos, submissões e publicações também estão se tornando populares.

Já existem muitas ferramentas que as pessoas podem usar para facilitar o processo de distribuição de seus artigos. Embora isso seja inestimável em obter o conteúdo mais exposição, que é apenas metade da história. Vamos dar uma olhada primeiro nos erros comuns que algumas pessoas cometem antes de submeter seus conteúdos aos diretórios do artigo:

1. Confundir o motivo para promover os artigos com o motivo para escrevê-los. Na redação do artigo, existem três principais benefícios por que você está promovendo; branding, geração de leads e promoção, que fazem parte de seus esforços de otimização.

Mas há apenas uma razão pela qual você escreve um artigo, e isso é para informar o seu público. Se o artigo não for focado neste objetivo principal e mais importante, ele não conseguirá alcançar os três benefícios da promoção, porque ninguém estará interessado em lê-los.

Você precisa descobrir primeiro como fazer com que as pessoas leiam o que está em seu artigo e, em seguida, faça com que elas cliquem na caixa do recurso. Você pode conseguir isso produzindo melhor conteúdo.

2. Na falta de maximizar as oportunidades promocionais de marketing do artigo. Você já deve saber que seus artigos podem ajudar você a gerar links adicionais para seu site. Mas você sabe que pode obter mais visitantes e melhores resultados nos mecanismos de busca dos mesmos artigos?

Mencione palavras-chave em lugares estratégicos. Apenas certifique-se de não exagerar. Alguns até usam textos âncora, que também é um método eficaz. Mas é importante saber que a maioria dos diretórios não é capaz de suportar isso. Lembre-se que não é apenas sobre os links para o seu site. Parte de se dar bem no marketing do seu artigo está sendo pego por editores com um grande número de audiências e ganhando a capacidade de alavancar outras marcas por causa da qualidade do seu trabalho. Melhores

resultados de mecanismos de pesquisa também são grandes benefícios. Mas essas coisas não colocam muito dinheiro no seu bolso. Existem outros fatores que podem transformar seus esforços de marketing do artigo em uma oportunidade que pode impulsionar seus ganhos. Não apenas aumentar o número de visitantes do seu site. Comece com um plano e providencie para que seu artigo atenda à função que você pretendia ter.

3. Publicação de conteúdo que não ajuda seus leitores. Talvez no processo de escrever artigos, você está pensando que tudo o que é você queria é links de volta para o seu site. E qualquer visitante que possa gerar está bem. Adivinha? Nem todos os bancos e diretórios do artigo aceitam seu conteúdo automaticamente. Muitas vezes, eles têm algumas diretrizes e especificações sobre os artigos que estão aceitando.

Você pode dobrar o número de sites para os quais pode enviar artigos que os diretórios desejam compartilhar com outras pessoas. Só é preciso um editor com cem mil leitores para aumentar o seu público potencial durante a noite. Escreva os artigos que os editores querem em suas publicações se você quiser que o seu artigo trabalhe de maneira mais eficiente para você. Isso também significa que você tem

Obedecer às diretrizes padrão, verificações ortográficas, pesquisar sobre um bom tópico e até mesmo contratar um redator para produzir um bom conteúdo em seu nome. No final, tudo é realmente uma questão de escolha de sua parte. Você pode começar a obter um pouco de exposição de links aumentados de volta, mas em um nível muito básico.

Ou aproveite a exposição massiva de um pouco de tempo extra para criar conteúdos de qualidade. Será a sua escolha. Você pode não estar ciente do fato de que um artigo submetido em diretórios não deve ter o mesmo nível de exposição que os conteúdos altamente direcionados voltados para um grupo restrito de pessoas.

Aprenda a diferença entre esses dois e isso certamente ajudará você a saber que tipos de artigos escrever e enviar.