

# CONTENT WRITING I PISANJE ZA MARKETING

*“Čovek može da napiše šta god poželi, ukoliko istinski veruje da na tom putu mora biti spreman za naporan rad i poneko razočarenje.”*

Od osnivanja industrije digitalnih sadržaja pa sve do ekspanzije postojećih content postova, sadržaji duže forme mogu da budu izuzetno korisni za tvoju strategiju on line marketinga. Duži tekstovi često postaju obrazac za primer kako treba pisati zbog utrošenog vremena, raznih ulaganja i saradnje kako bi se kreiralo više od 800 reči jednog zaista relevantnog, edukativnog i studioznog [sadržaja](#).

Tokom proteklog perioda, content autori bili su obučavani da se u svom radu oslanjaju na kratke i jasne postove, za banere, objave na društvenim mrežama ili kod slanja elektronske pošte.

U bilo kojoj situaciji da se nalaziš, ključna stvar nije niti duga niti kratka forma teksta već da osvestiš koja ti je strategija najbolja ukoliko si se malo zaglavio u pisanju. Zato ove ključne strategije učimo u [radionici pisanja za internet](#).

Tvoje content planiranje trebalo bi da podrazumeva i duže forme tekstova iz sledećih razloga:

## Postavlja ekspertizu u oblasti o kojoj pišeš

Upotrebom elektronskih knjiga, vodiča, proširenih blogova dobićeš šansu da pokažeš svoju ličnost i na koji način možeš da pomogneš svojoj publici. Objavljivanje dobro osmišljenih, dobro napisanih, relevantnih dužih tekstova pomoći će ti da pokažeš svoju [stručnost](#), verodostojnost, kao i da razviješ lidersku poziciju kao autor koji zaista pravilno razmišlja o onome što piše.

## Privlače više pažnje

Čitaoci provode više vremena sa sadržajem duže forme jer im je jednostavno potrebno više vremena da ga skeniraju i pročitaju. Google algoritam bolje rangira stranice čiji se posetioци duže zadrže na njihovim sadržajima, kao i one koje imaju veću [aktivnost](#) na društvenim mrežama.

## Odlična su podrška za social media

Prema nekim istraživanjima, iako postoji jako puno sadržaja ispod 1.000 reči, tekstovi sa rasponom reči 3.000-10.000 više se u proseku dele po društvenim mrežama. Duži tekstovi- oni koji puno toga nude i u koje su upakovane korisne informacije- imaju više mogućnosti da odgovore na sva [pitanja](#) koje čitaoci žele da čuju i podele naravno.

## Daju novi izgled postojećem sadržaju

Duže content forme pružaju ti šansu da ponovo pregledaš tekst putem video zapisa, štampanih medija ili vebinara kako bi ponovo mogao da ga objavljuješ u obliku drugih formi. Na taj način možeš da izvučeš više iz nekog teksta koji više i nije tako [aktuelan](#).

## Omogućavaju investiranje u pisanje

Sadržaji duže forme mogu da se skrate na serije blogova, infografike, kao i na manje interaktivne sadržaje i na taj način da povećaju vrednost onoga što si investirao u napisani tekst. Koristi [alate](#) za rangiranje ključnih reči kako bi shvatio koje su to teme koje su vredne pisanja dobrog contenta. Izaberi pažljivo nekih 1.000 reči jer su čitaoci voljni da ulože vreme kako bi pročitali duži tekst jer očekuju adekvatnu informaciju koja je njima potrebna. Pre nego što kreneš sa pisanjem, identifikuj svoj cilj, suzi [fokus](#) na jednu određenu temu i napravi sebi beleške koje će te voditi kroz tekst.

Kada jednom napišeš nešto, šta ćeš uraditi sa tim ? Samo on line objavljivanje nije dovoljno. Kako bi se tvoj trud isplatio, angažuj se malo oko promotivnih aktivnosti u svom početnom planiranju. Ove [odluke](#) mogu da vode tvoje pisanje jer bilo koji pristup da odabereš, ostani veran sam sebi. Kada znaš svoj cilj i imaš plan, preostaje ti da napisani tekst podeliš sa nama kako bi dobio smernice koje će ti pokazati način kako da pametno iskoristiš svoje [potencijale](#).