



## Подготовка

### 1. Тема статьи

Если вы пишете статью, то наверняка уже определились, о чём писать. Но, прежде, чем начать, подумайте, соответствует ли тема статьи фильтру:



Заметьте — в центре — польза, но не забывайте учитывать и остальные пять факторов.

### 2. Подумайте, будет ли ваш пост прикладным, реально ли он полезен читателю и можно ли применить его на практике

Хороший формат поста:

- про что будешь писать (очень коротко), какую пользу получит читатель, если прочитает пост (здесь очень уж полезно будет прочитать этот маленький пост <http://freshle.com/blog/siliconvalleystyle1/>);
- зачем нужно применять то, про что ты пишешь ;
- как это применять;
- подборка хороших и плохих примеров (опционально);
- инструменты (опционально);
- заключение.

### 3. Определитесь с ключевым словом

Мы используем правило «1 пост = 1 ключевое слово». Выберите ключевое слово с помощью поиска [wordstat.yandex.ru](https://wordstat.yandex.ru). Найдите самый популярный запрос. Если ключевые популярные запросы по вашей теме уже использовались в нашем блоге, выберите менее популярный.

### 4. Определите цель поста

 **Хорошо:**

я хочу, чтобы после прочтения читатель...

 **Плохо:**

рассказать о...

### 5. Сформулируйте главную идею, которую вы хотите донести до читателя с помощью поста

## Написание

Теперь пишите. Вот несколько советов.

Пишите короткими предложениями.

Убирайте воду.

Сразу приступайте к сути, не надо долгих вступлений.

Помните, что потом ваш пост надо ещё и сверстать. Сразу разбивайте его на смысловые отрезки и добавляйте подзаголовки. Там, где возможно, вставляйте в подзаголовки ключевые запросы.

Используйте как можно меньше: причастные и деепричастные обороты, канцеляризмы, страдательный залог — они гарантированно вызывают приступ тошноты, рвоту, презрение и недоверие к автору.

Полезный совет. Сначала пишите, как пишется, потом отредактируйте. Если сразу затыкаться на формулировках, то можно потерять мысль.

Иногда во время написания появляется соблазн рассказать сразу обо всём. Придерживайтесь одной идеи, приберегите остальные для других постов.

После написания отредактируйте. Будьте беспощадны и неутомимы — удаляйте всё ненужное, не жалейте того, что не влияет на передачу вашей идеи. После беспощадной редакции отредактируйте ещё раз — обязательно найдёте где-то пропущенную запятую или несогласованное окончание. Если сами не очень хороши в грамоте, попросите грамотного человека исправить ошибки.

## Верстка

### Заливаем посты в блог в режиме текстового редактора

Теперь начинается самое нудное и однообразное — вёрстка. В то же время вёрстка во многом определяет, прочитают ли вашу статью или только бросят беглый взгляд. От вёрстки даже зависит то, как она будет продвигаться в поисковиках. Без элементарных знаний html тут не обойтись.

#### 1. Подзаголовки

```
<h3></h3>
```

#### 2. Выделение интересных мыслей цитатами (использовать не 1-3 на пост)

#### 3. Выделение маркером (использовать умеренно и для реально важных вещей, которые надо запомнить)

#### 4. В конце смыслового отрезка, перед подзаголовком разместить девайдер:

```
[divider]  
[space height="20"]
```

#### 5. Картинки

Не добавляйте слишком большие, а то велика вероятность, что они будут долго грузиться и раздражать тем самым читателей.

Если вы используете фотошоп, чтобы подготовить картинки к добавлению в пост, то выберете функцию Save for web — тогда картинки не будут слишком тяжёлыми. Сохраняйте в png формате, чтобы у них сохранялся прозрачный фон (иногда это важно)

[Все картинки должны играть на идею поста.](#) Не надо вставлять их только потому что «так лучше текст воспринимается» или «с ними веселее». Не пугайтесь, если ваш пост будет вовсе без картинок — стоящую статью прочитают и без них, никчёмный контент ни одна картинка не спасёт.

Лучше, хотя не всегда осуществимо, если во всём посте картинки одинакового размера. Используйте большие картинки.

## Никакого клипарт

По возможности брендируйте диаграммы, таблицы и т.д. — оформляйте их в наших розово-фиолетовых цветах

К картинкам прописывайте alt текст, содержащий ключевое слово. Можно даже использовать заголовок статьи, потому что он обязательно содержит ключевой запрос.

Когда добавляете картинку, она автоматически оборачивается ссылкой (тегами <a></a>)

Уберите их, в коде картинка должна выглядеть вот так:

```

```

## Публикация

### 1. Как вставить заглавную картинку в пост

**Правильный формат названия картинки:** nazvanie-posta\_1. Nazvanie-posta — это название поста. Если название длинное, его можно сократить до двух слов, чтобы название отражало суть поста. Ромер в конце названия файла с изображением — номер по порядку (например, первая картинка в посте, вторая картинка в посте).

Задаётся шапка поста вот здесь:

WordPress SEO by Yoast

Общие | Анализ страницы | Расширенный | Социальные сети

Предварительный просмотр фрагмента: [Как работают инструменты аналитики](#)  
leadmachine.ru/2014/03/06/how-analytics-works/  
Мы часто говорим о метриках веб-аналитики, но редко задумываемся, как инструменты аналитики собирают и организуют эти данные. Читайте об этом в статье.

Фокусное ключевое слово: инструменты аналитики

Your focus keyword was found in:  
Article Heading: **Yes (1)**  
Page title: **Yes (1)**  
Page URL: **No**  
Content: **Yes (5)**  
Meta description: **Yes (1)**

SEO Название: Как работают инструменты аналитики  
Отображение названия в поисковых системах ограничено до 70 символов, 36 символов осталось.

Мета Описание: Мы часто говорим о метриках веб-аналитики, но редко задумываемся, как инструменты аналитики собирают и организуют эти данные. Читайте об этом в статье.  
Мета описание будет ограничено 156 символов, 5 символов осталось.

Raw HTML

☐ Disable wptexturize  
☐ Disable automatic paragraphs  
☐ Disable convert\_chars  
☐ Disable smilies

Миниатюра записи

Удалить миниатюру

## 2. SEO

Для SEO мы используем плагин Yoast. Он подсказывает, как оптимизировать контент под поисковики, куда добавить ключевики и позволяет задавать метаописание и заголовок для google.

В поле «фокусное ключевое слово» введите ключевой запрос, остальное он вам подскажет или посмотрите на картинке

The screenshot shows the 'WordPress SEO by Yoast' interface with the following elements highlighted by red boxes and annotations:

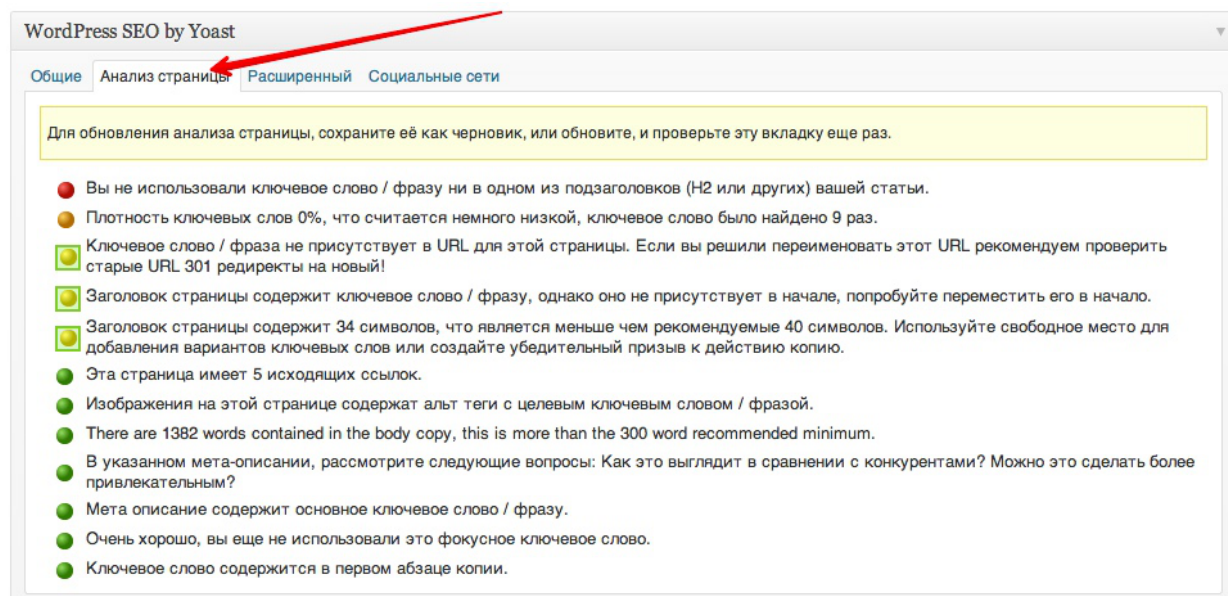
- Snippet Preview:** A box containing a preview of the search result snippet. Annotation: **Как будет выглядеть сниппет в гугле**
- Focus Keyword:** A box containing the keyword 'inbound маркетинг' and a list of checks: Article Heading: Yes (1), Page title: Yes (1), Page URL: No, Content: Yes (4), Meta description: Yes (1). Annotation: **ключевое слово, по которому будет продвигаться пост**
- SEO Title:** A box containing the title 'Что такое inbound маркетинг' and a note: 'Title display in search engines is limited to 70 chars, 43 chars left.' Annotation: **title страницы — так будет называть страница поста, этот заголовок появится в выдаче**
- Meta Description:** A box containing the description: 'Не для кого не секрет, что никто не любит рекламу. Inbound маркетинг позволяет привлечь и завоевать доверие клиентов без рекламы.' Annotation: **метаописание: (оно появится в сниппете в поисковой выдаче)**

После сохранения в блоке публикации Yoast показывает, насколько хорошо вы поработали над SEO

The 'Опубликовать' (Publish) block contains the following elements:

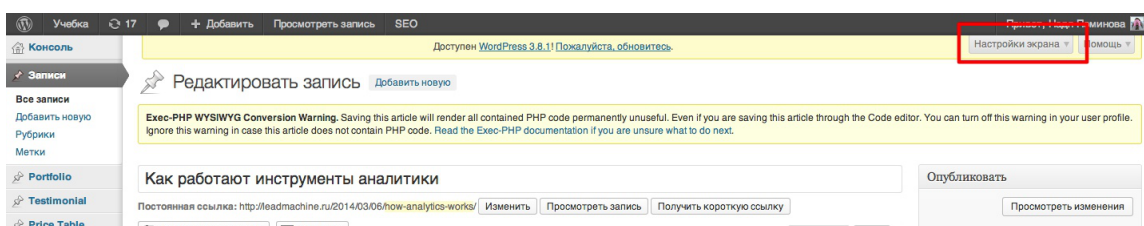
- Просмотреть изменения** (View changes) button
- Статус: Опубликовано** (Status: Published) with an **Изменить** (Edit) link
- Видимость: Открыто** (Visibility: Open) with an **Изменить** (Edit) link
- Редакции: 25** (Revisions: 25) with a **Просмотреть** (View) link
- Дата: 06.03.2014 10:32** (Date: 06.03.2014 10:32) with an **Изменить** (Edit) link
- SEO: ● Check** (SEO: ● Check) with a **Check** link
- Удалить** (Delete) link
- Обновить** (Update) button

Вы должны увидеть зелёную отметку. Если отметка красная, оранжевая или жёлтая, то надо посмотреть, как улучшить индексацию поста. Yoast вам подскажет во вкладке «анализ страницы»:

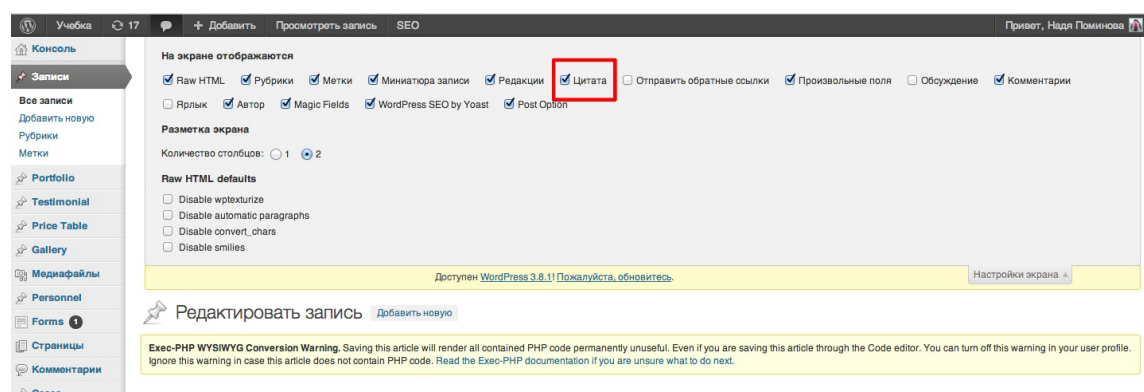


### 3. Описание поста на главной странице (цитата)

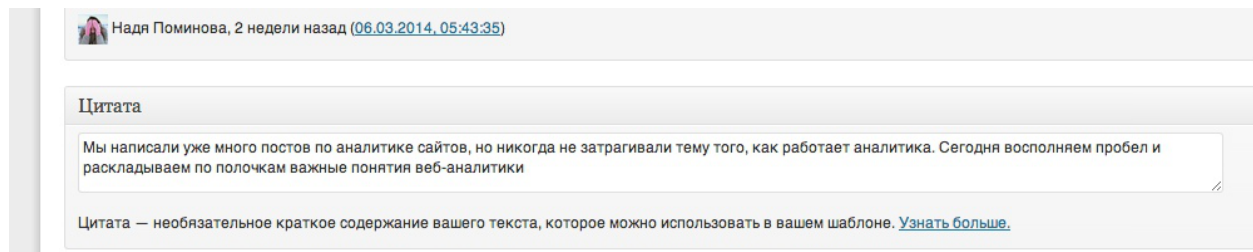
На главной странице размещается не весь пост целиком, а только тизерный текст. В тизере надо указать, о чём пост и какую пользу он принесёт. Тизер задаётся в поле цитата. По умолчанию оно выключено, включается здесь:



Галочка должна стоять здесь:

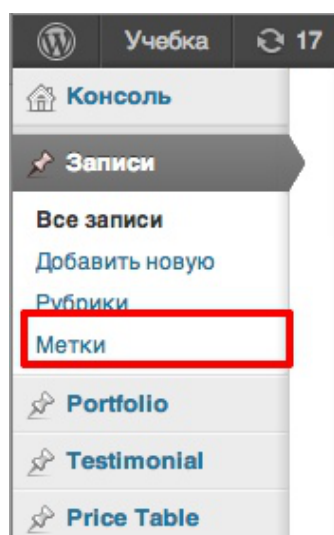


Потом промотайте вниз и увидите, что появилось поле «цитата» (если его раньше не было). Задайте в нём тизерный текст. Постарайтесь сделать поменьше знаков, наша тема урезает тизеры

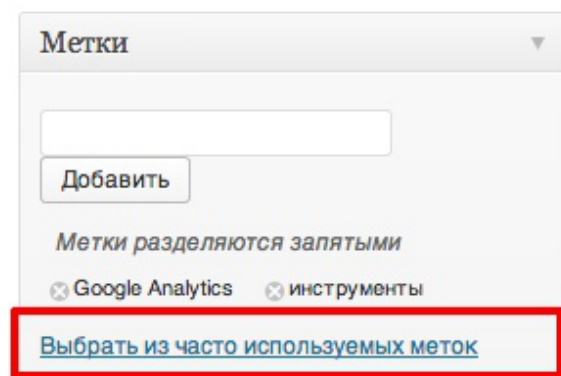


#### 4. Проставьте теги

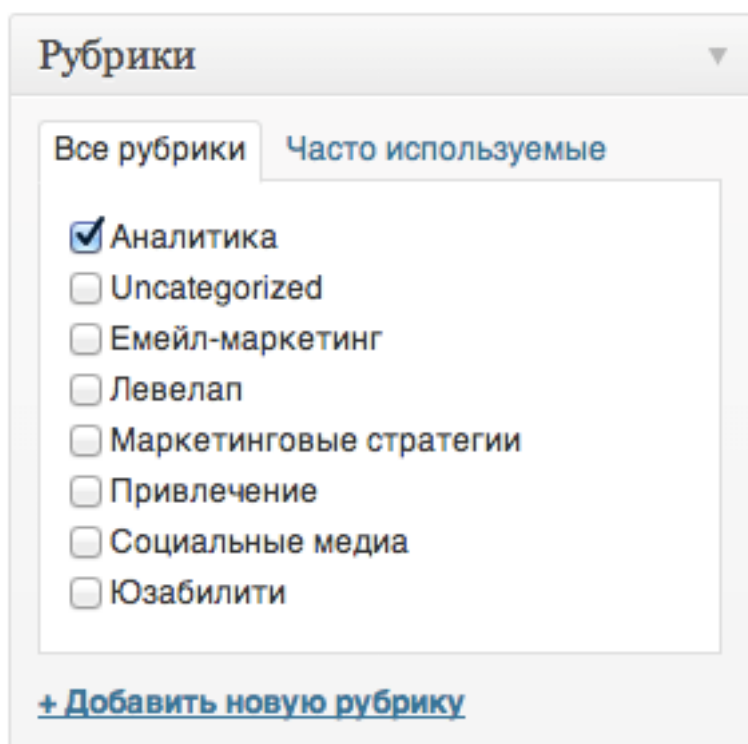
Теги важны для правильной навигации и вовлечения читателей. Найдите все теги тут:



Можно выбрать из часто используемых, но все теги всё равно нужно смотреть, чтобы использовать их по-максимуму



**5. Поставьте галочку напротив нужной рубрики**



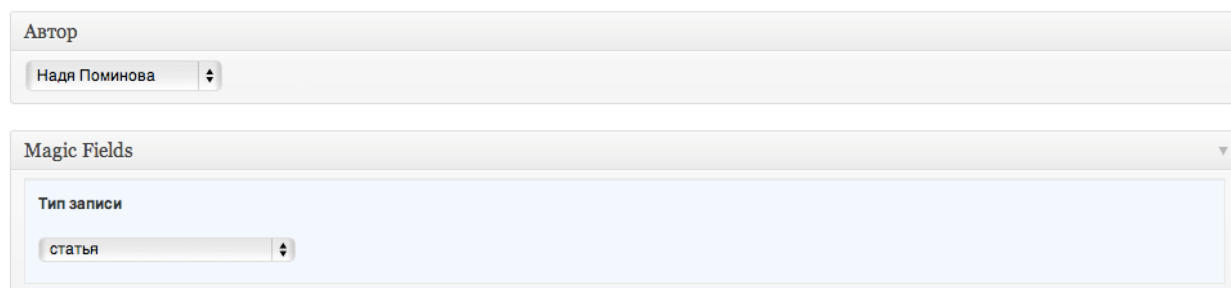
Рубрики

Все рубрики    Часто используемые

- ☒ Аналитика
- ☐ Uncategorized
- ☐ Емейл-маркетинг
- ☐ Левелап
- ☐ Маркетинговые стратегии
- ☐ Привлечение
- ☐ Социальные медиа
- ☐ Юзабилити

[+ Добавить новую рубрику](#)

**6. Правильно укажите автора статьи и тип записи. Это задаётся в самом низу в выпадающих меню**



Автор

Надя Поминова

Magic Fields

Тип записи

статья

**7. Всё, можно нажимать на заветную кнопку «опубликовать».**  
**Только после публикации ещё раз всё посмотрите — обязательно найдётся какой-нибудь косяк**

Взято с : <http://leadmachine.ru/2015/03/10/kak-vypustit-post-i-ne-oblazhatsya/>