

Mariti-va viteza internetului de 3 ori cu acest truc foarte simplu! WOW

Cu toții folosim internetul și îl vom folosi tot timpul. Fie că sunteți acasă sau la locul de muncă, o conexiune rapidă și eficientă la Internet este o componentă esențială a vieții de zi cu zi. Viteza redusă și conexiunea slabă pot fi frustrante și chiar costisitoare. Din ce în ce mai multe dispozitive care au nevoie de conexiune la Internet “apar” în casele noastre și la locurile de muncă. De aceea să avem o viteza bună la internet este mai important decât oricând.

Cu toți știm că, uneori, o resetare simplă a routerului poate crește în mod semnificativ viteza Internetului. De asemenea, vă puteți închide și reporni routerul pentru a vedea dacă se schimbă ceva.... uneori – aceasta acțiune nu ajută.



Dar, nu trebuie să vă îngrijorați, pentru că în acest articol va vom arăta cum va puteți mari viteza internetului – de 3 ori. Trebuie doar să urmați aceste instrucțiunile simple.

În primul rând, ar trebui să știți că trebuie să plasați routerul lângă obiecte metalice, frigidere sau cuptoare cu microunde. În al doilea rând, trebuie să plasați routerul sau modemul aproape de laptop, telefon mobil sau calculator.

Asigurați-vă că puneți modemul într-un loc înalt- de exemplu la 2-3 metri înălțime. Asigurați-vă că este curat și nu are prea mult praf în interiorul lui, deoarece praful, ar putea încetini conexiunea. Ar trebui să-l curățați de cel puțin de 2 ori pe săptămână. De asemenea, nu ar trebui să

instalati modemul sau routerul în locurile în care sunt mulți oameni. Experții spun că rețelele Wi-Fi sunt mult mai lente în locuri cu multă apă – și știm cu toții că corpul uman este format 60% din apă, aceasta poate interfera cu semnalul.

Și, în final, trebuie să vă asigurați că micro filtrele sunt noi, pentru că, dacă sunt vechi – acestea ar putea provoca unele probleme. Deci, ar trebui să fie înlocuite – cel puțin de 2 ori pe an.

Noi chiar speram că veți găsi util acest articol.

Sursa: socialnewstoday.net

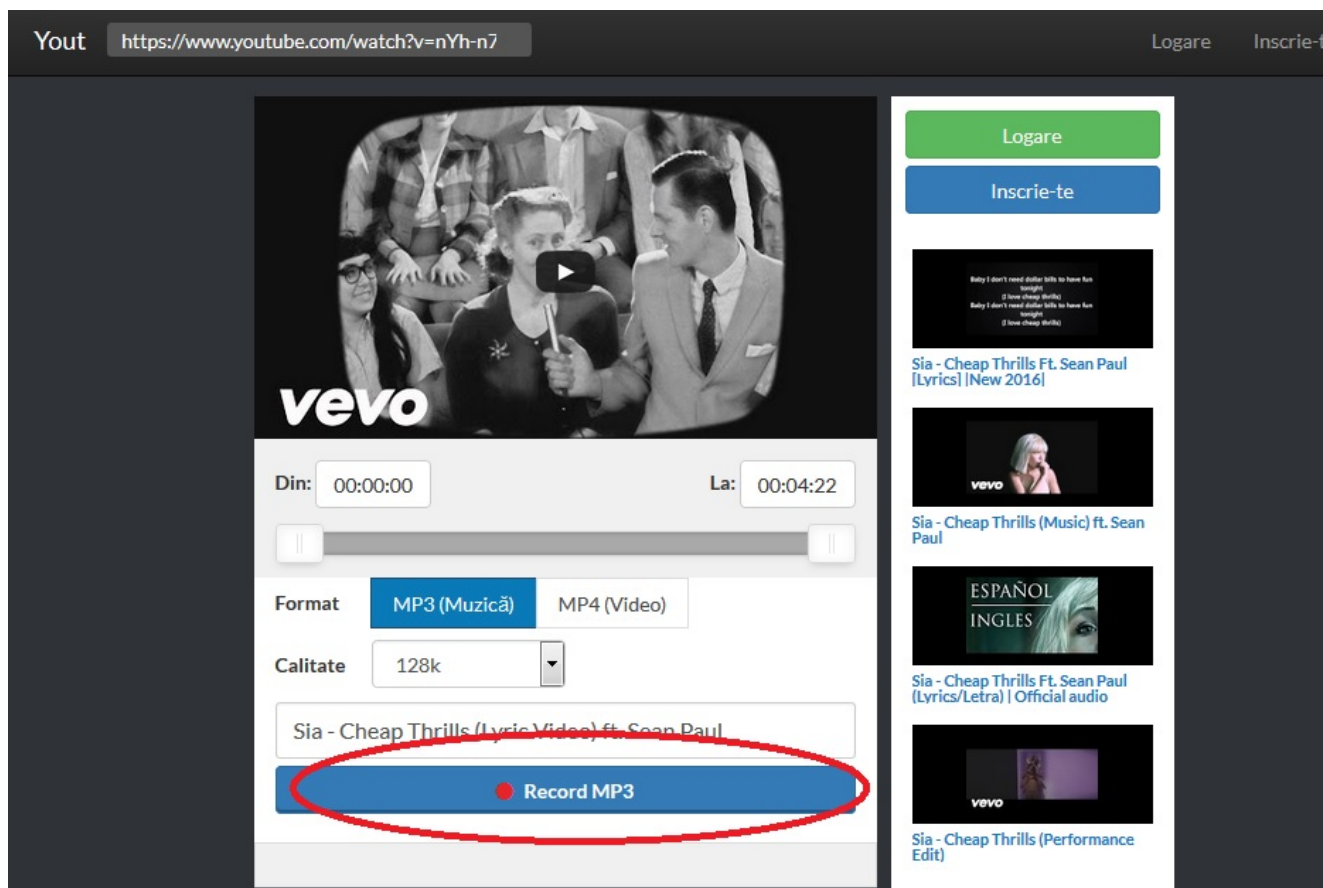
Află cum poți descărca o melodie / filmare de pe Youtube simplu, rapid și fără a instala o altă aplicație

Toți ascultăm muzică și toți intrăm pe Youtube, cea mai mare platformă online cu materiale audio-video din lume. Nu de puține ori ne dorim să salvăm o filmare, un clip, o melodie pe calculatorul personal pentru a le muta ulterior pe un alt suport extern.

De curând am găsit o soluție foarte rapidă și foarte simplă de a descărca un clip de pe Youtube atât în format mp3, cât și în format mp4 (la 720p). Nu aveți nevoie de niciun program ajutător, iar întregul proces durează fix 1 minut.

Pașii de urmat sunt următorii:

1. Intrați pe site și alegeți clipul dorit (exemplu: <https://www.youtube.com/watch?v=nYh-n7E0tMA>);
2. Ștergeți din URL terminația “ube” (exemplu: <https://youtu.com/video/nYh-n7E0tMA>);
3. După ce veți da enter, veți intra pe o platformă de unde puteți alege ce format doriți să salvați: mp3 sau mp4, iar după alegerea variantei dorite apăsați butonul “Record” (vezi poza de mai jos).



În doar 3 pași simpli puteți descărca orice filmare existentă pe Youtube.

Sursa: gadget.ro

Ecografia 4D – ce este și cum ne ajută

Cu ajutorul ecografiilor 4D poți vedea întreg corpul copilului, poți vedea chiar și gura, nasul sau chiar cum cascadează limba afară.

Datorită progreselor tehnologice mamicile au astăzi posibilitatea de a vedea imagini cu pruncii lor încă dinainte ca aceștia să se nască, prin intermediul ecografiilor 4D. Însă ce sunt acestea mai exact și cum ne ajută? Articolul următor oferă răspunsul la această întrebare precum și multe alte detalii referitoare la ecografiile 4D.

Ecografiile 3D sunt imagini statice tridimensionale ale copilului în timp de ecografiile 4D sunt imagini 3D mișcătoare ale fătului, timpul fiind a patra dimensiune. Toți părinții sunt foarte entuziasmați atunci când vine vorba de prima ecografie, însă mulți rămân dezamăgiți de pozele standard 2D unde tot ce văd sunt doar câteva forme gri. Asta se întâmplă pentru că ecografiile 2D arată doar organele interne ale copilului.

Atât ecografiile 3D cât și cele 4D sunt la fel de sigure precum cele 2D pentru că imaginile sunt făcute din secțiuni bidimensionale transformate într-o poză. În cazul în care optezi pentru o ecografie 4D poți primi de la clinică prima „înregistrare” a copilului pe DVD, însă de cele mai multe ori trebuie să plătești o taxă suplimentară.

Cum ne ajută ecografiile 4D?

Deși echipamentele necesare pentru a efectua o ecografie 4D sunt foarte scumpe, nu există nicio dovadă clară că acestea aduc vreun beneficiu medical mamei sau copilului pe perioada

sarcinii. Astfel, chiar dacă sunt foarte emoționante și mulți părinți le preferă în locul celor clasice, experții susțin că acestea ar trebui efectuate doar dacă este vorba despre o urgență medicală. Cu toate acestea, ecografiile 4D pot arăta cu o mai mare acuratețe detaliile unei eventuale anomalii fizice.

De exemplu, având în vedere faptul că prin intermediul acestora copilul poate fi văzut din mai multe unghiuri, le este mult mai ușor medicilor să depisteze afecțiuni precum cea a buzei de iepure. Acest lucru îl ajută pe medic să ia măsurile necesare unei intervenții imediate încă din timpul sarcinii sau, dacă acest lucru nu este posibil, imediat ce copilul a fost născut. Cu toate acestea, având în vedere costurile ridicate ale unei asemenea ecografii și faptul că medicii nu le recomandă decât în caz de necesitate, se pare că ecografiile 4D nu le vor înlocui pe cele 2D în viitorul apropiat.



Când trebuie făcute ecografiile 4D?

Cel mai indicat este să apelezi la o ecografie 4D între

săptămânile 26 și 30 de sarcină. Înainte de săptămâna 26 fătul are foarte puțină grăsime sub piele astfel încât oasele feței i se vor vedea prin piele. După 30 de săptămâni capul copilului poate să coboare mai adânc în pelvis astfel încât va fi dificil sau chiar imposibil să-i mai vezi fața.

Este normal să-ți dorești să vezi fața copilășului atunci când mergi la o ecografie 4D, însă uneori acest lucru nu este posibil din cauza poziției sale în uter. Dacă stă cu fața spre exterior și în jurul său se află mult lichid amniotic o să-i poți vedea trăsăturile feței foarte clar. Dacă însă stă cu fața spre interior sau dacă nu este prea mult lichid amniotic în jurul său nu o să poți vedea prea multe. În asemenea cazuri doctorul te poate ruga să mergi la o plimbare și să te întorci apoi sau să revii peste o săptămână. În orice caz nu trebuie să te întristezi, dacă nu i-ai putut vedea chipul poate îi poți vedea degetele de la mâini și picioare!

Sursa: bebee.ro

Cum instalezi aplicații pe card în Android sau le muți ulterior

Dacă sunteți utilizatori de Android, este aproape inevitabil ca la un moment dat nu să rămâneți fără spațiu, dar prin câțiva pași simpli, puteți instala aplicații pe card.

Cu cât smartphone-urile și tabletele au început să ocupe un rol mai important în viața noastră cu atât problema spațiului

de stocare a devenit una mai arzătoare. Să nu mai faceți atât de multe poze sau să le mutați regulat pe PC sau în cloud este o soluție la problemă, dar cu programele instalate nu este la fel de simplu. Din acest motiv, cel mai bine ar fi să vă instalați aplicații sau, eventual, să le mutați acolo în caz de nevoie. Este adevărat că există un număr din ce în ce mai mare de terminale fără un slot pentru carduri microSD, dar mult mai multe încorporează această posibilitate de extindere a capacității de stocare.

Pentru a instala sau a muta aplicații pe card, există mai multe scenarii posibile pe care le puteți avea în vedere. Unele dintre ele variază în funcție de versiunea de firmware pe care o aveți instalată în momentul de față, altele iau în calcul restricțiile impuse de dezvoltatori. În mare parte, cam orice program poate să ajungă în definitiv pe card, dar nu toate. În plus, și foarte important, este că, aproape de fiecare dată, un program ce rulează de pe card va fi mai lent decât de pe memoria internă. Ca urmare, ar fi bine să folosiți această soluție doar pentru programele pe care nu le rulați foarte des sau cele care nu sunt influențate neapărat de performanța mediului de stocare de pe care sunt rulate. 

Cum instalezi aplicații pe card în Android 6.0 Marshmallow

Transformarea unui card microSD în mediu de stocare intern este un concept nou introdus de Google în Android 6.0. Această soluție este diferită față de modul tradițional de a folosi carduri în tandem cu un telefon sau o tabletă din mai multe puncte de vedere pe care ar fi bine să le aveți în vedere înainte să treceți mai departe.

Până la Marshmallow, singurul mod implicit în care ați fi putut să folosiți un card împreună cu un telefon era ca mediu de stocare portabil, pentru filme, muzică sau fotografii.

Atunci, dacă aveți nevoie de spațiu, scoateți cardul din telefon, îl conectați la PC și mutați filmele sau pozele pentru a mai câștiga niște spațiu. În același mod, puteați foarte simplu să copiați ceva pe respectivul card de pe computer, dacă ați fi vrut să aveți pe telefon. În plus, scoaterea în mod aleatoriu a cardului din smartphone sau tabletă cu siguranță nu influențează funcționarea aparatului.

Transformarea cardului SD în mediu de stocare intern obligă dispozitivul să-l recunoască ca spațiu de stocare pentru aplicații și date generate de acele aplicații, pe lângă poze, muzică și filme. Din momentul în care ați făcut acest pas, orice aplicații pe card vor ajunge, dacă nu cumva dezvoltatorul interzice explicit acest lucru. Ca fapt divers, merită să știți că puteți muta aplicațiile de pe card în memoria internă a aparatului în orice moment, dacă vă doriți acest lucru sau sunteți convinși că s-ar mișca un pic mai sprinten.

Marea problemă cu transformarea unui card în memorie internă este că acela va trebui să rămână în permanență în telefon, nu va mai putea fi utilizat de nici un alt dispozitiv portabil sau PC, iar datele de pe el cu siguranță nu vor putea fi accesate decât de pe telefonul cu Android 6.0 în care s-a făcut transformarea. Mai mult decât atât, dacă veți scoate cardul, sunt șanse foarte mari să fie afectată buna funcționare a aparatului. Toate aceste restricții sunt cauzate de faptul că acel card este formatat cu sistemul de fișiere EXT4, specific sistemelor Linux, iar datele sunt criptate cu un algoritm AES pe 128 de biți, ca la final să fie montat de sistemul de operare ca parte componentă din el. Cel mai important aspect pe care trebuie să-l rețineți din toate aceste informații este că ar fi bine să faceți un backup al datelor de pe card înainte de inițierea acestui proces, pentru că vor fi șterse. În principiu, le veți putea pune înapoi după aceea, dar doar dacă veți conecta terminalul la un computer, nu doar card-ul. 

Din nou, insist, pentru ca acest proces să se desfășoare în condiții optime, să folosiți un card microSD cât se poate de sprinten. Clasă 10 cu suport UHS ar fi recomandat, dar chiar și dacă respectivii parametrii sunt menționați pe card, s-ar putea să fie lent și să afecteze buna funcționare a terminalului. Un principiu un pic mai arbitrar, dar la fel de valabil, este să achiziționați un card un pic mai scump de la un brand cunoscut, SanDisk, Kingston, Samsung, Sony, etc. În orice caz, asistentul de configurare inclus în sistemul de operare va verifica performanța cardului și vă va cere o confirmare suplimentară în cazul în care s-ar putea să vă încetinească telefonul sau tableta.



Primii pași pentru a avea aplicații pe card în Android 6.0

În momentul în care ați conectat un card nou la telefon, este foarte probabil ca în partea de sus a ecranului să vedeți o notificare cu două opțiuni, Set up sau Eject. Dacă aceea nu apare din varii motive, veți fi nevoiți să mergeți în meniul Settings sau Configurări al aparatului la secțiunea Storage & USB și să optați pentru „Format as Internal.”

Un nou asistent de configurare va apărea pe ecran. La prima etapă, veți fi întrebați dacă doriți ca noul card să fie configurat ca mediu de stocare portabil sau intern. Diferențele dintre cele două le-am detaliat mai sus, iar în acest caz particular vom detalia scenariul în care ați bifat „Use as internal storage”. Prima dintre variante nu va facilita stocarea de aplicații pe card. O nouă notificare ce va fi afișată va funcționa ca un avertisment pentru a vă anunța că această alegere va face cardul respectiv să funcționeze doar în tandem cu acel telefon. Confirmați că sunteți de acord prin apăsarea butonului Erase & Format. În situația în care există niște aplicații instalate anterior pe

card, vi se va cere o confirmare suplimentară deoarece, în mod evident, acelea vor fi de asemenea șterse. Apăsați pe Erase Anyway dacă știți despre ce este vorba sau See Apps, pentru a vedea ce aplicații vor fi afectate. Ultimul pas va implica formatarea și criptarea efectivă a cardului.



La final, pentru a eficientiza un pic procesul de eliberare a spațiului de stocare, veți fi întrebați dacă vreți ca în acel moment să mutați majoritatea datelor ce pot fi transferate, din memoria internă a aparatului pe cardul proaspăt formatat. Bifați Move Now și confirmați alegerea printr-un click pe Next. În altă ordine de idei, indiferent ce veți bifa, după finalizarea acestui proces, cardul microSD va deveni mediul preferat de stocare pentru aplicațiile noi, baze de date și documente, pe lângă filme sau imagini. În situația în care ați bifat Move later și v-ați răzgândit ulterior, puteți reveni asupra deciziei din Settings, secțiunea Storage & USB, atingeți cardul SD și apăsați pe Migrate Data. 

La finalul procesului de conversie a cardului microSD într-un mediu de stocare intern, în colțul din dreapta jos al ecranului veți avea un buton marcat Done. Pentru a vedea urmările acestui gest, cel mai bine ar fi să intrați în Settings, la secțiunea Storage. Orice problemă va fi sesizată aici. De asemenea, printr-un tap pe Internal Storage sau USB Mass Storage drive veți putea vedea cum este defalcat spațiul vostru de stocare. Dacă veți întâmpina un ecran precum cel de mai sus, toți pașii au fost executați corespunzător, iar, din acel moment, sistemul de operare va decide unde ar fi cel mai bine să ajungă fiecare fișier nou sau aplicație. 

În principiu, din acest moment, ar fi ideal să nu mai interveniți asupra direcției în care se duc aplicațiile instalate de voi. Dacă țineți neapărat la acest lucru și considerați că sistemul de operare nu face o treabă suficient

de bună, din secțiunea Storage & USB din Settings, alegeți mediul de stocare în care aveți aplicațiile pe care le vreți mutate. Alegeți Apps, căutați programul cu pricina, în exemplul nostru Opera Mini, și atingeți în partea de sus a ecranului Change. După câteva secunde, procesul de transfer ar trebui să se încheie.

În situația în care nu vă doriți aplicații pe card, ci doar imagini, filme și documente, folosiți mai bine microSD-ul ca pe un mediu de stocare portabil. 

Mutarea aplicațiilor pe card în versiunile mai vechi de Android

Deși aplicațiile de Android s-au instalat aproape de fiecare dată în memoria internă a terminalului vostru, de câțiva ani, Google a permis utilizatorilor să le poată muta pe card. Din păcate, acest grad de flexibilitate a fost lăsat la îndemâna dezvoltatorilor care pot opta să vă permită sau nu să efectuați transferul. Astfel, această soluție s-ar putea să nu fie cea mai bună pentru situația voastră particulară.

Marea problemă, dacă o putem numi așa, constă în descoperirea căii prin care puteți ajunge la Application Manager sau Managerul de aplicații. În funcție de interfața instalată de producătorul gadgetului din dotare, procedura ar putea fi foarte diferită de cea pe care trebuie să o urmeze utilizatorii de telefoane Nexus, cu o interfață curată. În primul rând, intrați în Settings, fie din sertarul cu aplicații, fie din colțul din dreapta sus al centrului de notificări. Pe un Nexus, suntem în căutarea secțiunii Application Manager din Apps în meniul Device. Pe un Samsung, în partea stângă a ecranului intrați în Applications, iar în dreapta apăsați pe Application Manager.

Parcurgeți lista de aplicații din fața ochilor, mai mult sau mai puțin stufoasă și atingeți-o pe cea care vă deranjează sau

pe care o vreți mutată. În cazul nostru particular am atins Opera Mini, în următorul ecran s-ar putea să fiți întrebați câteva lucruri. Le puteți ignora, este suficient să apăsați pe Move to SD card și să așteptați un pic de timp. Căutați aplicația sau aplicațiile care ocupă cel mai mult spațiu și repetați procedura descrisă. În scurt timp veți avea spațiu berechet. Nu este exclus ca butonul Move to SD card să fie în ceață, neselectabil. Aceasta funcționează doar ca o notificare a faptului că dezvoltatorul programului a decis să nu permită transferul său dintr-o parte în alta. Opera Mini nu a prezentat astfel de probleme. La finalizarea transferului, Move to SD Card se va transforma în Move to Device Storage, în funcție de descărcările anterioare.



Ce aplicații pot ajunge pe card?

Dacă sunteți mândrii de noua voastră descoperire și abia așteptați să vedeți cum funcționează într-un context real, există foarte multe soluții pentru a vă pune ideile pe hârtie digitală și a le muta unde aveți mai mult spațiu.

AppMgr III din Play Store facilitează întregul proces și nici măcar nu vă obligă să optați pentru versiunea contra cost. În doar câteva secunde, pe ecran va apărea o listă stufoasă din care puteți muta pe card aplicații noi detectate sau le puteți șterge. Cardul din interior nu mai trebuie îndepărtat, în schimb.

Sursa: playtech.ro

14 ponturi esentiale pentru o pagina Facebook atractiva

Te-ai hotarat sa pui pe picioare o pagina de companie pe Facebook – sau poate doresti sa o eficientizezi deja pe cea existenta. Avand in vedere ca Facebook are peste 1,4 miliarde de utilizatori activi global si 8,3 milioane in Romania, este o miscare pe care multi o considera esentiala.

Daca insa te astepti ca like-urile, lead-urile si clientii sa vina fara aproape niciun efort, vei fi dezamagit(a). Sansele de a genera vanzari ca urmare a pagini de Facebook sunt destul de mici, mai ales daca nu setezi o pagina usor de inteles, placut de urmarit si dinamica.

Vom incerca sa iti oferim cateva sfaturi „de la firul ierbii”, atat din experienta personala (pagina Facebook a Wall-Street.ro se apropie de 100.000 de like-uri si o intretinem activ) cat si a expertilor din piata locala si internationala.

1. Urmareste ce fac alte pagini

In prima faza, sfatul nostru este de a intra pe Facebrands.ro, cauta domeniul tau de activitate si urmareste cateva zile sau cel putin fa „scroll down” in paginile cel mai bine intretinute. Invata de la concurenta. Vezi ce fac ei si incearca sa vii cu ceva in plus; vino cu idei adiacente, proprii.

De exemplu, daca vinzi biscuiti, poate ar fi util sa urmaresti pagina Oreo – atat international cat si pe Romania.

2. Pune o poza de profil usor de

recunoscut

Vei dori ca fotografia de profil a paginii tale de business sa fie usor de recunoscut (si placuta) de fani.

O idee ar fi chiar sa faci un poll cu fanii paginii/clientii tai si sa le dai de ales ce logo este cel mai interesant sau chiar sa oferi premii pentru cei care iti vin cu un logo personalizat.

Poza poate fi orice, de la logo-ul companiei pentru un brand major (sau „cu priza”) pana la o fotografie cu chipul tau daca reprezinti o firma de consultanta. A fi usor de recunoscut este important si cresc mult sansele de a fi gasit in Facebook Search. Alege gandindu-te bine, intrucat imaginea aceea apare langa toate update-urile Facebook Page-ului tau dar si in comentarii.

3. Alege un cover photo interesant

Urmatorul pas, vei avea nevoie de un cover photo atractiv, cu atat mai mult cu cat aceasta fotografie ocupa cel mai mult spatiu si este cea mai vizibila. Asigura-te ca alegi una de calitate inalta si care, eventual, sa atraga comentarii de la clienti.

Pentru a optimiza marimea, poti folosi, de exemplu, acest instrument.

4. Optimizeaza descrierea de la poza de profil si de la cover photo

In functie de scopurile tale pe Facebook, ar trebui sa incluzi link-uri catre website-ul tau in descrierea pozelor de profil si de cover. Ele duc la cresterea sanselor ca oamenii sa intre de pe Facebook pe pagina business-ului tau.

De asemenea, de anul trecut Facebook permite magazinelor online sa introduca buton de „Shop Now” – este foarte important sa il activati.

Asigura-te ca link-urile de pe fotografii sunt prescurtate – puteti folosi Goo.gl, de exemplu, adaugand parametri UTM acestora, pentru a fi sigur ca functioneaza.



5. Bonus! Integreaza fotografiile

Ne-a atras atentia pagina de Facebook a Coca-Cola (inainte de Craciun). Poti coordona imaginea de profil cu cover photo pentru un efect interesant si care, automat, atrage atentia intr-un mod pozitiv. Joaca-te cu ele – de aceea exista programe de editare.



6. Big data

Probabil nu o sa fie atat de „big” la inceput, insa trebuie sa poti urmari care sunt postarile care atrag cel mai mult trafic, click-uri si asa mai departe. Prin Google Analytics poti urmari ponderea traficului care vine din retele sociale, din cautari sau organic. Este esential sa instalezi pe site, fie blog, fie magazin online, tracker pentru Analytics si, constant, sa urmaresti tendintele.

7. Completeaza sectiunea „About” cu informatii de baza

Nu uita de una dintre cele mai importante sectiuni – cea „Despre”. Un preview al ei este in partea stanga a paginii, sub poza de profil, si este unul dintre primele locuri unde se uita oamenii imediat ce intra si „scaneaza” cu privirile

pagina. Vizitatorii pot dori apoi sa intre sa citeasca mai mult, dand click pe butonul „About”.

Optimizeaza sectiunea prin descrieri succinte, dar clare, acest lucru maximizand posibilitatea ca cei care intra pe pagina ta sa dea si like.

8. Posteaza fotografii si videoclipuri in timeline

De ce fotografii si videoclipuri? Deoarece este dovedit ca acestea sunt cel mai atractiv continut pe Facebook, conform unui studiu realizat de Quintly. Alt motiv pentru a posta acest tip de update-uri este deoarece vei dori ca aplicatiile tale „Photos” si „Videos” – care sunt aplicatii adaugate automat in fiecare Facebook Page – sa fie populate cu fotografii si videoclipuri.

Din experienta noastra, fotografiile si videoclipurile proprii „prind” mult mai bine decat preluarile, asa ca nu neglija deloc continutul 100% propriu, insotit de o descriere cat mai buna.

9. Posteaza continut divers

Nu te limita doar la fotografii si videoclipuri, altfel vei observa ca pagina ta sufera un declin in reach si engagement (cei doi factori pe care „trebuie sa stai cu ochii” constant). Chiar daca fotografiile si videoclipurile sunt cele care atrag cel mai mult, prea multe ar putea dauna.

Incearca sa oferi un mix intre ele si text sau chiar audio. Impartaseste continut si link-uri de pe alte pagini si site-uri, posteaza oferte si asa mai departe. Asigura-te ca fotografiile sunt de dimensiuni agreate de Facebook, altfel ar putea aparea prea mici in feed-urile oamenilor, avand un aspect deranjant.

10. Postari lead si non-lead

Chiar daca scopul tau ar fi acela de a genera lead-uri din Facebook si, ulterior, vanzari, nu ar trebui ca orice update sa fie unul de promovare al business-ului tau, al produselor si/sau serviciilor tale. Asigura-te ca ai un balans sanatos intre postarile lead si cele non-lead.

Este dovedit de asemenea ca cele **non-lead genereaza, in medie, mai mare interactiune pe Facebook**, lucru care creste sansele de a aparea in News Feed-urile oamenilor si deci a atrage mai multe like-uri si vanzari.

Atunci cand pui link catre un produs al tau, asigura-te ca il plasezi inainte de a cincea linie scrisa – de acolo, Facebook trunchiaza mesajul, nemaifiind vizibil „din prima”. In acest fel, fanii nu vor trebui sa apese „see more” pentru a vedea link-ul. Vezi exemplul de mai jos.



11. Determina frecventa cea mai

buna a postarilor

Probabil unul dintre cele mai importante lucruri pe care trebuie sa le iei in considerare atunci cand iti faci strategia pe Facebook ar trebui sa fie frecventa postarilor si orele cu cel mai mare engagement.

Prin aceasta decizie afectezi, in final, succesul paginii tale. Atentie insa la multiplele taisuri ale acestei strategii. Daca postezi prea des, poti risca sa inunzi feed-urile oamenilor si, in final, sa pierzi fani. Daca postezi doar o data pe saptamana sau de 3-4 ori, dar cu continut plictisitor sau doar auto-promotional, risti ori sa nu apari in destule feed-uri, ori sa primești unlike.

Mai mult, daca postezi prea des, **Facebook ar putea sa „iti cupleze” postarile si doar una sa fie vizibila in feed-uri**, asa ca este util sa treaca cel putin cateva zeci de minute intre ele. Experimenteaza cu diferite frecvente si timing, uita-te apoi la performantele anumitor postari si, dupa cateva luni in **Facebook Insights**, poti decide o strategie coerenta.

Desi nu exista o reteta care sa se potriveasca oricarui business, recomandarea noastra este sa aveti minim o postare pe zi, evitand pranzul sau orele in care, in general, lumea se afla in miscare, la volan.

12. Foloseste-te de instrumentele oferite de Facebook

Facebook este, din pacate, un rau necesar; de acest rau este insa util uneori sa ne folosim. Poti plati ca anumite postari care „au prins” cel mai bine sa fie promovate contra cost, astfel incat sa atinga mai multe persoane, anumite grupe de oameni selectati de tine in functie de target-ul business-ului tau.

De asemenea, nu ezita sa programezi postari pe Facebook, fie direct din retea fie dintr-un instrument de publishing extern, precum Social Inbox. Programarea postarilor iti permite sa economisesti timp pentru managementul paginii Facebook.

Totodata, o facilitate mai putin cunoscuta este aceea de a „expira” anumite postari, la o ora aleasa de tine. Aceasta facilitate poate fi excelenta in cazul unor postari care ti-ai dori sa dispara dupa o anumita perioada de timp – in cazul unui concurs, de exemplu, care la o anumita data expira si nu mai este relevant. Facilitatea aceasta poate fi accesata din tab-ul **„Publishing Tools”** din partea superioara a Paginii Facebook.

13. Pastreaza in top postarile importante

Atunci cand postezi continut pe Pagina de Facebook, postarile mai vechi coboara constant in Timeline. Uneori insa, vrei sa evidentiezi mai clar un anumit anunt. Nu uita ca poti sa „pin-uesti” postarea astfel incat sa ramana sus, chiar daca postezi, constant, ulterior. Poti sa folosesti postari pinned ca modalitate de a promova ceva anume, evenimente care au loc la o anumita data ulterioara sau anunturi importante ulterioare. Nu poti avea decat o postare pin-uita.

14. Monitorizeaza si raspunde la comentarii

Interactioneaza cu fanii si raspunde nevoilor. Nu sterge comentarii care critica, raspunde-le. Poti monitoriza si raspunde comentariile prin sectiunea „Notifications”, deasupra paginii. Desi nu este necesar sa raspunzi la fiecare comentariu, ar trebui in mod clar sa monitorizezi conversatiile si, daca este nevoie, chiar sa le cenzurezi daca limbajul devine prea „colorat”.

Aici, mai multe informatii despre cum sa actionezi pe marginea comentariilor.

Pe langa aceste sfaturi, citeste-le si pe cele oferite chiar de Facebook, aici.

Pe langa acestea, este esential sa incluzi plug-in-uri sociale pe pagina business-ului tau si sa monitorizezi, constant, interactiunile care au loc pe retea.

Succes!

Sursa foto: Alexey Boldin_Shutterstock

Sursa articol: wall-street.ro

7 Pasi Simpli Pentru A Atrage Mai Multi Clienti Prin Facebook Ads

Uite ceva nou...

Facebook NU este o platforma de **Ecommerce**.

Dar asta NU inseamna ca nu poti sa iti promovezi produsele sau serviciile pe cea mai mare platforma de socializare din lume.

Trebuie doar sa stii ce faci, pentru a evita sa pierzi timp si bani.

Ai nevoie de un plan in 7 pasi care este dovedit ca functioneaza:

Pasul 1. Oferă un material valoros – dar ofera-l GRATUIT

Ca să construiești încredere, oferă fanilor tăi de pe Facebook un material care rezolvă o problemă urgentă sau oferă un plus de valoare. Ca să te asiguri că magnetul tău de clienți este perceput ca valoros, oferă un material pe ai putea să îl vinzi în mod normal. Poate fi un Ebook, un videoclip sau o prezentare.

De exemplu:

- 10 rețete vegane care îți interesează oasele și articulațiile
- 5 exerciții care te ajută să slăbești la tine acasă
- 10 întrebări pe care să le pui agentului tău imobiliar înainte de a lua o decizie

Pasul 2. Setează-ți o Pagina-De-Aterizare care convertește

Setează o Pagina-De-Aterizare care să colecteze emailuri și numere de telefon în schimbul materialului gratuit. Este esențial să ai o pagină bine structurată și persuasivă, altfel lași bani pe masă.

Nu trebuie să fi programator și nici nu este nevoie să angajezi un specialist. Poți să îți construiești singur pagina-de-aterizare cu OptimizePress 2 sau LeadPages.



Pasul 3. Creeaza o postare de tip “Trebuie sa ai asta” si transform-o intr-o reclama

A venit momentul sa iesi din carapace si sa creezi o postare care sa convinga fanii tai ca materialul gratuit pe care il oferi are puterea de a trata problema cu care se confrunta. Daca ti-ai facut bine temele, atunci nu ar trebui sa intampini probleme foarte mari in aceasta etapa.

Intra in Power Editor si creeaza o postare de tip Dark Post (care nu apare pe pagina ta de Facebook, dar pe care o vei folosi ca reclama).



Ti-am promis ca o sa iti dau ghidul meu pentru construit reclame care convertesc garantat.

Reclama ta trebuie sa contina aceste 4 elemente:

- Atentie
- Problema
- Cerere
- Motiv

Atentie: Foloseste o imagine de impact pentru a atrage atentia catre reclama ta. Imaginile cu persoane care zambesc, privesc spre tine sau spre butonul care trebuie apasat convertesc cel mai bine.

Problema: Vorbeste despre problema cu care se confrunta persoana careia te adresezi. Ca sa te asiguri ca vei avea succes, incearca sa atingi cateva puncte sensibile (nu

exagera).

Cerere: A venit momentul sa ii arati persoanei din fata calculatorului ce trebuie sa faca pentru a intra in posesia solutiei pe care o oferi. (Call-To-Action)

Motiv: Nimeni nu cunoaste materialul tau mai bine decat tine, dar s-ar putea ca persoana care ajunge la reclama ta sa nu stie despre ce este vorba. Oferă un motiv in plus pentru a primi click-ul.

Exemplu:

„Ai probleme cu genunchii?

Atunci ar trebui sa dai click aici:

Vei descoperi cele 10 alimente care te ajuta sa scapi de problemele de articulatii pe cale naturala. Fara pastile si fara medicamente pentru totdeauna.”

Pasul 4. Arata reclama doar clientilor tai ideali

Daca solutia ta vindeca problemele de articulatii, atunci de ce ai arata reclama unor corporatisti cu varste cuprinse intre 25 si 30 de ani?

Cu cat publicul tau tinta este mai targetat cu atat vei plati mai putin pentru reclama ta.

Poti sa folosesti Facebook Insights sau Custom Audience pentru a descoperi care este profilul clientului tau ideal si a-ti optimiza costurile campaniei de Facebook Ads.

La una dintre campaniile noastre am platit doar 0,14 RON pentru fiecare conversie... 95 in total.



Pasul 5. Plateste doar atat cat face – niciun leu in plus

Este important sa stii exact cat valoreaza un potential client pentru tine. Daca produsul principal pe care il vinzi costa 20 de RON, iar 3 din fiecare 10 persoane care iti vad anuntul, ajung sa cumpere de la tine, asta inseamna ca poti face cateva calcule simple pentru a determina eficienta reclamei tale.

Daca vinzi produse fizice, nu uita sa iei in calcul si costurile de transport, depozitare si alte costuri aditionale.

Pasul 6. Gaseste numerele norocoase – Invata sa masori eficient

Sa investesti bani in Facebook, nu inseamna sa arunci bani pe fereasta.

Daca ai un magazin clasic trebuie sa investesti in fluturasi, brosurile, carti de vizita, etc...

Pe internet toate acestea sunt inlocuite de reclame platite pe *Facebook, Google, Bing, Youtube, LinkedIn*.

Partea cea mai buna este ca aceste reclame sunt usor de urmarit.

Imagineaza-ti ca **la fiecare 10 RON investiti**, vei avea ... **sa zicem 5 clienti noi**.

Cat ai fi dispus sa investesti daca ai stii cu precizie ca aceasta rata functioneaza de fiecare data?



Pasul 7. Seteaza 5 emailuri de impact

Acum ca ai strans o baza de emailuri cu persoane interesate de produsul tau este momentul sa le trimiti cate un email in fiecare zi in care sa le spui pretul si beneficiile produsului tau, nu?

Poti face asta doar daca intentionezi sa fii privit ca un SPAMMER si sa pierzi complet increderea persoanelor care au acceptat sa iti ofere emailul.

In schimb, incearca sa construiesti **0 RELATIE** cu aceste persoane printr-o serie de emailuri bine construite. Arate-le de ce produsul sau serviciul tau este superior. Dar nu o face intr-o maniere agresiva.

Ofera si mai multe informatii si solutii gratuite inainte sa ceri bani pentru produsul tau.

Oamenii cumpara de la persoane pe care **le cunosc, le plac si in care au incredere**, asa ca asta este sansa ta de a le castiga increderea si a le arata ca esti "The Real Deal".

Acum esti pregatit sa generezi **mai mult trafic pe site-ul tau** si sa il convertesti in **clienti fideli**.

Sursa: startmarketing.ro

CODURILE SECRETE PENTRU

SMARTPHONE-UL SAU TABLETA TA! CE FACE FIECARE IN PARTE!

Smartphone-ul sau tableta ta ascunde acces la anumite functii de care habar nu aveai pana acum. Codurile secrete sunt valabile pe orice telefon sau tableta cu Android.

Toata lumea stie ca Android are cateva coduri secrete care iti ofera acces la functii si teste ascunse in mod normal. Insa majoritatea utilizatorilor cunosc doar unul sau doua coduri secrete. Aceasta e insa lista completa a codurilor secrete pentru smartphone-urile sau tabletele cu Android. Mai mult, codurile sunt valabile pentru aproape toate versiunile sistemului de operare.

Codurile pot fi introduse din aplicatia in care formezi numerele de telefon. Pentru tabletele care nu au 3G (fara dialer) exista insa aplicatia gratuita Secret Codes Revealer. Aceste coduri sunt universal valabile pentru Android. Pot exista insa anumite cazuri in care producatorul sa ofere o versiune modificata a sistemului de operare, iar unele functii oferite de codurile de mai jos sa nu poata fi accesate, sau sa le regasiti intr-un meniu ascuns al telefonului.

Atentie insa! Unele coduri iti pot reseta telefonul si vei pierde toate informatiile si aplicatiile instalate. Altele iti vor da acces la setari pe care, in mod normal, nu ar trebui sa le schimbi. Deci, va sfatuim sa le folositi cu mare bagare de seama, pentru ca nu ne vom asuma responsabilitatea in cazul in care iti vei pierde toate datele sau iti vei strica telefonul.

- `##4636##` – Arata informatii despre telefon, baterie si statistici despre modul in care il folosesti
- `##34971539##` – Iti arata informatiile complete referitoare la camera telefonului

- `####7594####` – Schimba setarile butonului Power.
- `####273283*255*663282####` – Iti va crea rapid un backup (copie de siguranta) al fisierelor media.
- `####197328640####` – Activeaza modului de test pentru anumite servicii
- `####232339####` – Acorda acces la teste pentru conectivitatea wireless
- `####526####` – Alte teste pentru modulul wireless
- `####232338####` – Afiseaza adresa MAC Wi-fi
- `####1472365####` – Test rapid al modulului GPS (valabil doar pentru telefoanele cu GPS integrat)
- `####1575####` – Test avansat al modulului GPS
- `####0283####` – Test pentru pachete trimise cu reactie in bucla (packet loopback)
- `####0####` – Testeaza display-ul telefonului
- `####0673####` sau `####0289####` – Testeaza sistemul audio al telefonului
- `####0842####` – Testeaza modulul de vibratie si sistemul de iluminare a ecranului
- `####2663####` – Afiseaza versiunea ecranului touch
- `####2664####` – Testeaza sensibilitatea touchscreen-ului
- `####0588####` – Test pentru senzorul de proximitate al telefonului
- `####3264####` – Afiseaza informatii si versiunea memoriei RAM
- `####232331####` – Testeaza modulul Bluetooth

- `####232337###` – Afiseaza adresa bluetooth a telefonului sau tabletei
- `####7262626###` – Testeaza semnalul telefonului si afiseaza puterea acestuia
- `####8255###` – Afiseaza monitorizarea serviciului Google Talk
- `####4986*2650468###` – Afiseaza informatii hardware, RF si referitoare la firmware
- `####1234###` – Afiseaza versiunea firmware a telefonului sau tabletei
- `####1111###` – Afiseaza versiunea sistemului de operare
- `####2222###` – Iti arata ce versiune de hardware ai
- `*#06#` – Universalul cod secret care iti arata IMEI-ul
- `####8351###` – Activeaza inregistrarea in log-ul apelurilor prin voce
- `####8350###` – Dezactiveaza inregistrarea in log-ul apelurilor prin voce
- `####7780###` – Reset. Aduce telefonul la setarile din fabrica. Sterge toate datele si aplicatiile, cu exceptia celor continute in sistemul de operare
- `*2767*3855#` – Reseteaza complet telefonul, sterge toate datele si reinstaleaza firmware-ul

Sursa: caplimpede.ro

Cum afli tot ce știe Google despre tine

Google a anunțat recent o serie de îmbunătățiri făcute la politica de confidențialitate și securitate pe blogul său și a prezentat oficial MyAccount, unde utilizatorii pot vedea toate informațiile pe care le stochează despre contul cu care ești logat.

Foto: Mediafax

Pentru a afla ce știe Google despre un cont, accesați **myaccount.google.com** și, după ce vă logați, faceți click pe „**Informații personale**”. Aici puteți vedea numărul de telefon și adresele de e-mail asociate contului și puteți face mai multe setări care să permită sau nu motorului de căutare să păstreze și să folosească diferite date despre dumneavoastră.

Puteți permite sau interzice Google să vă urmărească și să păstreze istoricul căutărilor.

Puteți vedea dacă Google urmărește locurile în care mergeți **(da, gigantul online are o hartă cu locurile în care mergeți logat într-un cont Google)** și să porniți sau să opriți acest serviciu.

Puteți de asemenea să arhivați căutările pe YouTube, să vedeți cum folosiți Google sau să alegeți să refuzați să primiți mesaje publicitare de la Google.

Sursa: digi24.ro

Cum sa Transformi un Blog intr-o Afacere si sa Castigi Bani din El

PENTRU CĂ AM PRIMIT FOARTE MULTE MESAJE cu întrebări legat de modul în care se pot câștiga bani din blog, am decis să scriu despre experiența mea.

Rândurile de mai jos sunt parte dintr-un ebook care este disponibil dacă vrei să înveți mai multe din experiența mea. Îl găsești aici (costă 10 Euro).

Am început blogul din pasiune, dintr-o joacă. Luna trecută a fost vizitat de 120.000 de persoane. Cel mai vizitat blog de dezvoltare personală românesc. Cum am ajuns aici?



sursa foto: Philip Watts

Subiectul este imens și nu mi-am propus să îl tratez complet. Mi-am propus doar să ofer un traseu de la „aș face ceva online pentru că este foarte mult potențial acolo, dar nu am habar cu ce să încep” la „pot începe cu asta, apoi asta, apoi asta, totul are sens!”. Un fel de hartă.

Cum transformi un blog într-o afacere

Cred că nu e nevoie să ai un plan perfect ca să faci dintr-un blog o afacere. Dar e nevoie să ai o schiță cu ceva care

merge, pe care să te poți baza când pornești de la zero. Ceva care **să știi că funcționează**.

Premize

Înainte de a începe pornesc de la câteva premize. Îți recomand să citești mai departe doar dacă:

1. Vrei să **construiești ceva pe termen lung**, nu să păcălești 2-3 oameni să cumpere de la tine și apoi să dispari.
2. **Ești dispus să lucrezi la asta** și nu aștepti să o realizezi prin tehnici magice, limbaj hipnotic, cuvinte superdeclanșatori emoționali care vor vinde orice porcărie sau folosind diverse alte șmecherii.
3. **Ești dispus să înveți** să creezi conținut (articole, produse) bune. Nu neapărat perfecte, dar să ajungi să fie cel puțin bune.
4. O iei de la început și **ești pe cont propriu**. Așa cum am fost și eu.

Avantajele unui blog drept sursă de bani

1. Principalul avantaj al unei afaceri create în jurul unui blog este faptul **că poate fi gestionată online aproape 100%**. Chiar și în cazul în care vinzi produse fizice (o carte, de exemplu) poți controla expedierea acestora de oriunde angajând pe cineva care să facă expedierile propriu-zise, fără ca tu să trebuiască să stai acolo mereu.
2. Dacă faci totul în jurul a ceva ce te pasionează este mai probabil să o faci din plăcere. Mai e nevoie doar să găsești acele aspecte ale pasiunii despre care să scrii, aspecte care **pot deveni o sursă financiară** pentru tine (sunt monetizabile).
3. Gama de produse online pe care le poți crea este imensă. Iar **posibilitățile devin infinite**: ebook-uri, cursuri online, site-uri membership, webinarii etc. Odată creat

un produs, acesta poate fi promovat în continuare cu costuri minime, dacă ai un blog apreciat și o audiență semnificativă în jurul acestuia. Iar costurile de creare a unui produs disponibil doar online sunt relativ mici.

Dificultatea majoră constă în dezvoltarea audienței în jurul blogului. Și **aici se sufocă majoritatea celor care încep un blog**. Nu pentru că nu vând, ci pentru că nu îi citește nimeni, cu excepția prietenilor și a rudelor. Astfel probabil nu vor ajunge nicicând să vândă ceva.

Ce te pasionează?

✖ În ultimii ani internetul s-a umplut de sfaturi care recomandă să-ți urmezi vocația. Mie unul termenul de vocație mi se pare ambiguu și demonetizat ca urmare a folosirii sale excesive. Așa că îmi place mai mult cum sună cel de „*pasiune*”.

Pe românește i-aș spune „*în viață să faci ceva ce-ți place, măi băiete*”, cum auzeam bătrânii în copilărie spunând la țară. Pe atunci nu îi înțelegeam.

Problema cu a face ceea ce te pasionează (și îți place) este că asta de multe ori nu ajunge să-ți plătească facturile.

Ai cunoscut profesori pasionați care sunt săraci lipiți pământului? Le place ceea ce fac, au o meserie nobilă, pot fi foarte buni în asta. Dar nu e mereu destul... dacă te interesează aspectul financiar.

Hai să vedem cum poți să descoperi ce te pasionează, presupunând că nu o știi deja.

De ce? Pentru că prin căutarea acestor pasiuni devii asemeni copacului care are rădăcini adânc înfipite, rădăcini care **îi oferă o stabilitate de nezdruncinat**.

Ai mai multe posibile abordări acum. Ia-le ca idei și vezi

care și se potrivește mai mult:

Găsește-ți pasiunea prin întrebări

☐ Ia un creion și o foaie de hârtie pentru a răspunde la întrebări cum ar fi următoarele:

- a) Ce obiective ai?
- b) Ce ți-ar place să faci chiar dacă nu ai fi plătit?
- c) Ce activități te fac să nu simți că a trecut timpul și le-ai putea face ore în șir fără să te simți obosit?
- d) Ce îți plăcea să faci în copilărie?
- e) Care sunt lucrurile despre care îți place să vorbești, să scrii sau să-i înveți pe alții? Ia în considerare și rolurile personale.
- f) Dacă ar fi să faci doar un singur lucru restul vieții, care ar fi acel lucru?
- g) Ce valori personale te reprezintă?

Buuun. Acum notează pe hârtie tot ce îți trece prin cap. Din moment ce citești acest articol e destul de probabil că intuiai care sunt pasiunile tale.

Curăță lista de idei

☐ Odată ce ai adunat o listă cu posibile idei, e momentul să o cureți. În primul rând elimină din listă ideile ciudate sau care nu te atrag suficient. Cel mai simplu este să faci asta comparând ideile una cu alta.

În final alege până în 5 idei care ți se par interesante – domenii din care ți-ar place să construiești o afacere dintr-un blog.

Și totodată să fie domenii care despre care ți-ar place să înveți

mai multe! Poate nu ești expert în ele, dar cu siguranță poți învăța și deveni foarte bun.

Ține cont totodată că aceste idei trebuie să fie realizabile. Îți amintești de copacul cu rădăcini adânci de mai devreme?

Pasiunea pe care vrei să o urmezi trebuie să fie posibil de realizat, așa că dacă te-ai gândit să ieși mostre de pe alte planete și să vinzi roci din alte galaxii poate nu e momentul să o faci.

Cel puțin nu astăzi...

Înainte de a alege una dintre ele va trebui să vedem care are potențial financiar? Care domeniu are potențial de a câștiga bani din el?

Citește mai departe pentru a afla cum.

Probleme de rezolvat

☒ **Ce probleme poți rezolva? Și cine ar avea nevoie de soluțiile tale?**

Ok, acum ai o listă cu câteva idei. Doar că asta nu e suficient, trebuie să te asiguri că domeniul final pe care îl vei alege, acea „*pasiune pe care vrei să o urmezi*” te poate ajuta să câștigi bani într-un mod care să îți întrețină stilul tău de viață și să nu te țină legat de un loc fizic.

Pentru asta e nevoie ca abordând un domeniu ce te pasionează să poți rezolva probleme deja existente ale oamenilor. Probleme pentru care e nevoie de soluții.

O abordare simplificată pe care o poți lua acum este să ieși fiecare dintre cele 5 domenii / idei de mai înainte și gândește-te la nevoile, problemele și îngrijorările oamenilor preocupați de acel subiect.

Ce ar putea avea altcineva nevoie și tu le-ai putea oferi sub

forma unor produse informaționale? **Nu te lăsa distras de gândul că nu ești un expert în domeniu.**

Verifică ce cărți se vând pe subiect, ce produse există pentru a rezolva problemele oamenilor interesați de acel domeniu, ce workshop-uri și seminarii se țin pe subiect.

☒ 0 idee este să folosești topurile de bestsellers create de majoritatea librăriilor online (Elefant.ro, Libris.ro, Curtea Veche, Litera.ro). Vezi ce subiecte se vând bine și în ce măsură asta corespunde cu ideile tale.

Ia urma banilor... verifică pe ce cheltuie lumea bani pentru a-și rezolva problemele.

De aici mai departe poți lucra să descoperi problemele pe care le poți aborda.

Există și alte instrumente care le poți folosi, iar mai încolo când vei avea un blog solid și o audiență constantă vei putea folosi instrumente mai exacte. În clipa aceasta vom aborda totul cât mai simplu.

Nu e nevoie să ai condițiile perfecte pentru a începe ceva deosebit. Condiții bune sunt mai mult decât suficiente pentru a începe.

Să reluăm: notează pentru fiecare din cele 5 domenii alese în capitolul precedent probleme pe care oamenii le au și unde tu i-ai putea ajuta prin articole și produse:

OK, dar dacă **există deja competiție pe aceste domenii?**

Probabil că există, iar asta e bine. Dacă există competiție pe un domeniu este evident că există și bani acolo.

Ideea este să nu concurezi direct cu cei deja existenți, întrucât ești la început și nu-ți permiți să începi cu o luptă

directă. Asta ți-ar consuma resurse financiare și nu vrei asta.

Soluția este să te subnișezi. Adică să nu „ataci” domeniul unde este concurență, ci unul mai mic din el.

Exemplu:

În loc să alegi să abordezi domeniul food (un domeniu extrem de interesant, de altfel), poți pentru început să te specializezi în deserturi.

Pare că în acest fel te îngrădești, dar în realitate este invers: atunci **când încerci să te adresezi tuturor și ești universal ajungi să nu te mai adresezi nimănui**. Mai ales dacă ești la început și ai nevoie ca de aer să-ți construiești credibilitate în fața audienței tale prin articole de calitate.

Iar când te adresezi focusat unui subdomeniu unde poți să ajungi o autoritate (în deserturi în acest caz), poți ulterior să te extinzi pe nișa ta. Deja vei fi cunoscut și apreciat. De la mic la mare.

Acesta este un altul dintre motivele des întâlnite pentru care o parte din oamenii care deschid bloguri eșuează înainte chiar de a începe.

Blog

✖ OK, următorul pas este să îți creezi o audiență. Pentru asta unul dintre cele mai bune instrumente disponibile la momentul actual – și la un preț decent – **este blogul**.

Ce este un blog?

Wikipedia spune că (am scurtat puțin textul lor)

„Un blog este o publicație web (un text scris) care conține articole. Ca regulă, actualizarea blog-urilor constă în

adăugiri de texte noi, asemenea unui jurnal, toate contribuțiile fiind afișate în ordine cronologică inversă (cele mai noi apar imediat, sus, la vedere). Acest gen de publicații web sunt în principiu accesibile publicului larg.”

Inițial apărute ca jurnale online, blogurile au devenit ulterior instrumente extrem de eficiente pentru cineva aflat la început în domeniul online. Simple de folosit, extrem de ușor de actualizat ulterior cu articole noi și relativ ușor de dezvoltat ca o afacere durabilă.

Cum funcționează un blog?

Subiectul este destul de vast și nu mi-am propus să îl tratez aici complet. Pe scurt: după ce ai ales un domeniu pe care vrei să-l abordezi (vezi capitolul cu pasiunea și cel cu problema) **îți iei un nume de domeniu**, un nume de site. De exemplu blogul meu are numele de domeniu „*florinrosoga.ro*”. La fel, și al tău va trebui să aibă unul. Poți alege un nume de domeniu după numele tău, așa cum am făcut eu sau unul constând într-o denumire. Vezi aici mai mult despre cum să alegi numele unui blog (sau aici).

Numele de domeniu

☒ Numele de domeniu îl poți cumpăra de la o firmă care intermediază asta sau direct de la **autoritatea română în așa ceva RoTLD** (<http://rotld.ro>). Din câte îmi amintesc costa app. 160 RON pe 10 ani (trebuie verificat, nu mai știu sigur).

Hosting blog

☒ După ce ai numele de domeniu **va trebui să îl găzduiești undeva**. Adică **cineva să îți păstreze pe serverele lor blogul, articolele tale, imaginile pe care le vei pune în articole, etc**. Sunt multe companii care fac asta, o listă a celor mai bune companii de gazduire web (hosting) Romania

aici.

Oricum, înainte de a alege pe cineva cere referințe de la alți bloggeri cu mai multă experiență decât tine. Ca și idee, ai nevoie de hosting (se cheamă shared hosting) cel mai mic plan. Nimic altceva pentru început, oricum o să ai trafic mic. Deocamdată. Pe Webfactor asta costă 8 euro + TVA pe an. Ar fi până în 50 RON pe an dacă nu crește blogul și e nevoie să iei un plan mai mare. Ceea ce îți și doresc...

Acordă însă atenție sporită unde îți găzduiești site-ul. Nu cred că ți-au dori ca într-o zi firma ta de hosting să plece în vacanță, să se oprească serverele, iar blogul tău să nu mai fie accesibil... Apropo, **acesta nu e un banc, s-a întâmplat.**

Și tot apropo, setează un serviciu care să îți trimită SMS de fiecare dată când blogul tău nu e accesibil. Nu te baza pe promisiunea că *"va funcționa mereu"*.

WordPress

☒ Bun, acum ai nume de domeniu și l-ai găzduit undeva. Ai nevoie să pui o interfață, un software care să te ajute să scrii și publici online articole. Îți recomand pentru asta **să instalezi WordPress.**

Este gratuit, îl poți găsi online, iar majoritatea companiilor care oferă găzduire de site-uri ți-l și instalează gratuit la cerere (ai și un tutorial aici dacă vrei să o faci singur). Odată WordPress funcțional pe blogul tău poți să scrii și să-l dezvolti drept instrumentul tău principal cu care să construiești o afacere în jurul a ceva ce te pasionează.

Ok, Florin, am un blog funcțional și ce fac mai departe?

Eh, de-abia acum începe partea cea mai palpitantă și totodată preferata mea. Înainte însă vreau să îți atrag atenția asupra unui alt lucru:

Până acum am discutat foarte multe idei și mai sunt altele noi în continuare. E posibil **ca toate astea să și se pară complicate și să devii confuz**. Ei bine, dacă e așa ești pe drumul cel bun! Și e absolut normal.

Pe măsură ce vei avansa o să vezi că totul are sens și se leagă. O etapă odată pusă la punct sănătos și pe baze solide o va susține pe următoarea și va deveni mai ușoară.

E **ca și condusul unei mașini**: la început pare complicat să apeși pe ambreiaj, să schimbi viteza, să apeși accelerația, să învârti volanul, să te uiți în oglinzile retrovizoare, etc. Poate îți amintești cum a fost prima oară când ai ieșit în trafic după ce ai terminat școala de șoferi. Pentru că mie unul mi s-a părut cumplit. Nici acum nu înțeleg cum de nu am lovit acea mașină în sensul giratoriu când am schimbat brusc banda (ok, trebuie să și stai pe banda ta)!

La fel este și cu dezvoltarea unui blog. La început sunt multe lucruri de învățat. Pe măsură ce le înveți ele devin tot mai ușoare, iar tu tot mai bun. Așa am fost și eu acum câțiva ani când am început primul meu blog...

Buun, sper că te-am liniștit și ai ridicat sus capul încrezător/încrezătoare. Este esențial ca mai departe să schițezi o strategie funcțională de creștere a blogului tău. Să urmezi pașii și să te ții de lucru.

Dar hai să introducem câteva idei noi și care sunt importante ca să crești un blog:

☒ În primul rând, acum cu blogul deschis **va trebui să ... scrii**. Evident. Însă mai trebuie să faci ceva exact din clipa asta: să înveți să scrii bine. Și o să vorbim amândoi puțin despre asta în capitolul următor.

Însă reține că de acum încolo va trebui să scrii suficient de des încât să creezi o audiență în jurul blogului. Nu cred că-ți dorești ca în continuare blogul tău să fie citit doar de

mama, de tata și de prieteni? Asta nu ar fi o afacere extraordinară.

Ai nevoie de o audiență reală, pentru care ulterior să poți crea și vinde produse de calitate. Deci, **un program de scris de care să te ții** cu consecvență în următoarele luni.

☒ Ca să promovezi ceea ce scrii o **să construiești o serie de avanposturi ce vor promova blogul tău**. Cele mai cunoscute astfel de avanposturi sunt profilele de Social Media, dar mai există și multe altele.

☒ Și reține că de acum încolo obiectivul tău primar este să dezvolți cel mai de preț bun (posesiune) al tău în mediul online: lista cu **abonații prin email la blog**.

Astfel vei putea rămâne mereu în contact cu ei, chiar și când nu sunt la tine pe blog. Și îi vei putea încânta cu articole și produse de calitate. Sau îi vei putea irita de 3 ori pe zi cu reclame. Tu alegi.

Le vei oferi informații utile și de calitate care le rezolvă probleme, în timp ce din asta îți vei dezvolta o afacere portabilă. Câtă vreme te vei strădui să oferi calitate în ceea ce faci, ești pe calea cea bună.

☒ Și nu în ultimul rând vei avea nevoie să îți construiești relații cu oamenii care sunt deja cunoscuți pe nișa ta. La început cu cei de un nivel asemenea ție. Este improbabil ca cei foarte avansați să te bage în seamă. Nu până te faci remarcat cu articole utile și valoroase. Și asta necesită timp.

Cu relațiile acestea vei putea crește mult mai repede decât de unul singur. O să revin cu câteva gânduri despre networking pentru bloggeri mai încolo.

Scris

Ok, revenim la blog. Ai blogul, ai început să scrii pe el (sper...).

✖ Acum primul lucru de care trebuie să ții cont în continuare este că pentru a crește o audiență în jurul blogului e nevoie să scrii periodic. Nici prea des ca să nu-ți obosești cititorii (deocamdată oricum nu îi ai așa că nu prea ai pe cine să obosești) sau să nu faci tu față. Dar nici prea rar ca să-i faci să mai vină pe blogul tău.

Dacă ești la început îți recomand să scrii constant (de 2-3 ori pe săptămână) timp de câteva luni. Astfel **vei câștiga tracțiune și vizibilitate**. Plus că ai nevoie de o bază de articole pentru ca atunci când cineva vine pe blogul tău să îl poți păstra acolo.

Cu 2 articole pe blog nu are de ce să rămână prea mult pe acolo decât dacă este partenerul tău de viață și o face ca să te încurajeze.

✖ Iar al doilea lucru important este să înveți să scrii online. Modul în care oamenii citesc online este complet diferit de cel în care ei citesc, spre exemplu, o carte. Iar una dintre responsabilitățile noastre ca și bloggeri și influențatori este de a scrie astfel încât să-i ajutăm pe oameni să ne citească ușor.

Să facem experiența cititorilor noștri cât mai plăcută atunci când se află pe blogul nostru.

Este intuitiv și evident.

Crezi? Păi uită-te în jur și vei vedea că majoritatea blogurilor au o problemă cu asta și **nu știu să scrie**! Nu fac **experiența cititorilor plăcută**, iar apoi nu înțeleg de ce nu revin oamenii să-i citească din nou.

În ce magazin te-ai duce să cumperi pâine? Într-unul plictisitor și unde vânzătoarele sunt mereu acrite sau într-unul plăcut cu vânzătoare mereu amabile. Eu l-aș alege cu siguranță pe al doilea.

Și nici asta nu e complicat. Ai nevoie doar de strategia corectă și îndrumare. Restul e doar o chestiune de practică.

Scrisul trebuie să ofere cititorului instrumente de care el are nevoie și pe care le caută intuitiv în orice text scris. Astfel, pe lângă un text plăcut de citit și cu impact, îți dezvolți vocea ta, stilul tău de a scrie: o „voce” plăcută.

Avanposturi

❑ Blogul va crește, dacă scrii constant și te străduiești să o faci bine. Are însă nevoie de promovare de la bun început. Altfel ai putea avea nevoie de 10 ani ca să crești de la sine până în punctul în care ai o audiență destul de mare încât să poată genera venituri.

Sunt două aspecte majore de care să ții cont aici:

1. **Să îți dezvolți relații cu oameni care sunt conectori sau influențatori** importanți în nișa ta. Ulterior ei te pot ajuta la promovarea blogului și produselor tale. Cunosc cazuri de bloguri românești care s-au promovat și au crescut aproape exclusiv așa.
2. **Să îți creezi avanposturi**, structuri care te ajută la promovarea blogului. Cele mai cunoscute sunt rețelele de social media și tot ceea ce ține de email marketing (promovarea prin mesaje de email).

Rețelele sociale

Rețelele sociale pot fi extrem de eficiente în promovare și crearea notorietății blogului tău. Dacă sunt folosite corect. La fel de bine pot deveni o corvoadă și te pot împovăra.

Cele mai eficiente în România sunt Facebook, LinkedIn, Twitter, Google Plus (din rațiuni de SEO), Pinterest. Aici ai nevoie să pui pe hârtie un plan de promovare pe social media pentru a-ți transforma profilele sociale într-o mașinărie care promovează ideile în care tu crezi și conținutul tău (articole, produse etc).

Să vezi ce tip de conținut este apreciat mai mult pe acest avanpost (poze, text, link, video), ce anume place mai mult și creează engagement (citate, sfaturi, opinii, întrebări etc) și la ce intervale de timp este mai eficient să le postezi (dimineața, la prânz, seara, în timpul săptămânii, în weekend).

Iar cel mai bun mod de a afla asta este prin teste. Și verificarea celorlalți: ce pare să funcționeze bine la alții? Va trebui oricum să testezi dacă ideile altora sunt potrivite sau nu la tine. Ce funcționează la altcineva nu este obligatoriu să funcționeze și la tine.

Vezi, testezi, vezi, testezi...

Email

Poate cea mai importantă parte a întregului proces și cu siguranță una dintre cele care îți va aduce cele mai frumoase rezultate. Ca să ajungi să folosești eficient marketingul prin email ai întâi nevoie de... o listă de abonați.

Pentru asta e o idee bună să stabilești de la bun început o strategie de creștere a listei de abonați, astfel încât să ai mereu abonați noi.

Altfel spus,

1. **creezi trafic pe blog** și apoi
2. îl **convertești în abonați la blogul tău**

Oferi articole de calitate de-a lungul unei perioade de timp, crești traficul pe blog și crești lista de abonați. Din nou,

totul sub premisa că generezi materiale de calitate. În tot acest timp **miza principală este să crești numărul de abonați.**

Pentru asta instalezi pe blog formulare de abonare sau casete care apar în prim plan (pop-up sau lightbox). Intră la mine pe blog ca să vezi cum am făcut eu.

Când cineva introduce adresa de email, aceasta este preluată automat într-un sistem care gestionează toate adresele abonaților tăi. Pentru asta există servicii ce îți gestionează baza de abonați și îți permit ca ulterior să trimiți pe email noile tale articole. Îți recomand Aweber (e contra cost).

Odată ce începe să se contureze o listă, poți crea bucle de mesaje. De exemplu, în clipa în care s-a abonat poți trimite un mesaj automat care să îi ureze bun venit, să îi ofere un ebook gratuit și să înceapă un dialog. Acordă atenție la răspunsurile oamenilor, răspunde-le (în măsura în care ai timp) și mulțumește-le pentru mesaje. **Exact cum ai face în viața reală.**

Networking

Am scris un articol care explică pe larg ce este networking-ul și cum să-l folosești pentru a-ți crește cercul social și de influență. Să cunoști și să legi prietenii cu oameni care te pot ridica.

Îți recomand să îl citești separat aici, ca să nu repet informația: <http://florinrosoga.ro/blog/networking>

Scopul principal al acestor măsuri este să legi relații de prietenie cu oameni din domeniul tău și să cunoști persoane mai evolute decât tine de la care poți învăța. Pentru că să lupți singur pentru a reuși poate fi destul de ... singur.

Comunitate

❌ Ok, pe măsură ce blogul tău crește și atragi o comunitate tot mai numeroasă, este momentul să cunoști cât mai bine pe cei care te citesc.

De ce?

În primul rând pentru a-i putea ajuta mai bine scriind articole și creînd produse care se adresează problemelor lor reale. Și care le rezolvă.

Ai nevoie de o bună cunoaștere a audienței tale atât ca să poți crea materiale de calitate, cât și ca să pui la punct o strategie de marketing și branding.

Cel mai simplu mod de a afla cine te citește este... **să întrebi**. O poți face **într-un email** (la acest moment ar trebui să ai deja un număr suficient de abonați la blog) și cerându-le părerea. Dacă până acum ai creat articole de calitate lumea va aprecia efortul tău și îți va răspunde.

Îți poți cunoaște audiența, de asemenea, **printr-un chestionar**. Eu am așa ceva atașat la blog și întreb pe fiecare abonat ce anume îl interesează legat de dezvoltarea sa personală.

Astfel îmi pot alege subiectele despre care să scriu și pot să îl ajut exact pe ceea ce-l doare. Nu are nici un sens să scrii doar despre lucruri care te preocupă pe tine și pe nimeni altcineva decât dacă vrei să fii singurul tău cititor. Așadar devino cât mai specific legat de problemele oamenilor cărora te adresezi.

Un alt mod bun de a-ți cunoaște audiența este prin discuții cu ei, răspunzându-le la comentariile de la articole, **citind și învățând din observațiile pe care le vor scrie** ei la articolele tale sau pe Facebook. Cu ocazia asta vei învăța și tu enorm și te vei dezvolta.

Cum spuneam în alte articole: ajuți pe altcineva să evolueze, evoluezi și tu.

Produse și Bani

☒ Asta e partea pe care probabil fiecare blogger o așteaptă de la bun început. Scopul acestui capitol este să **vinzi**. Nu să încerci marea cu sarea, nu să iei în considerare etc. Observă totuși că e ultimul capitol, nu primul.

Ai început prin a crea valoare înainte de a cere bani. Doar după ce ai oferit ceva util și care realmente ajută pe oameni, începi să promovezi produse și să vinzi. Nu înainte.

Dacă ai urmat sfaturile de până acum ar trebui să ajungi la un blog solid, cu o audiență suficient de mare și **care crește mereu**. Oferi articole de calitate și lucrezi mereu să oferi materiale de calitate tot mai bună. Atâta vreme cât faci asta **este absolut normal să și vinzi ceva**.

O altă greșeală destul de frecventă în mediul online este aceea de a-ți deschide un blog și a vinde din secunda doua, fără vreo comunitate în jurul blogului tău.

Ai produs, dar nu te citește nimeni. Rezultatul? **Nu-ți cumpără nimeni produsul**. Urmarea firească? Devii excesiv de agresiv în promovarea produsului tău și bruma de comunitate care începea să se închege pleacă.

Există câteva situații excepție când e posibil să vinzi de la început. Nu te baza pe ele, îți recomand să începi prin creșterea blogului (vezi capitolele precedente).

Din ce poți câștiga bani? Sunt mai multe posibilități, o să ne oprim asupra produselor – ale altora, respectiv ale tale.

Marketing afiliat

Poți începe, de altfel îți și recomand, cu produsele altora. Marketing afiliat. Când recomanzi produse ale altcuiva primești un comision din vânzările realizate. Spre exemplu când recomanzi o carte de pe elefant.ro sau o altă librărie.

Asta nu crește prețul cărții în nici un fel, dar tu vei primi un comision în cazul în care cititorul este interesat de ea și o cumpără (sau cumpără alte produse de la acel magazin online într-o anumită perioadă de timp).

Atenție: **nu recomanda în articole prostii în ideea că poate le cumpără cineva**. Efectul va fi invers celui scontat. Iar produsele recomandate ar trebui să fie compatibile cu subiectul blogului tău. De exemplu pe un blog pentru vegetarieni ar fi cam deplasat să promovezi noua linie de mezeluri afumate a măcelăriei de la colț. Cred că înțelegi singur de ce.

În România există 2 platforme care oferă mai multe produse și unde magazine online se promovează: 2parale, respectiv Profitshare. Mergi la oricare dintre ele pe site, îți faci cont (e gratis), te înscrii în campaniile unui magazin online, iar apoi poți folosi linkuri de afiliere (linkul prin care recomanzi acel produs, link care este unic și doar tu îl ai).

Mai există și posibilitatea de a folosi serviciul Google Adsense. Eu unul nu sunt mare fan Adsense, prefer platformele de afiliere dacă am de ales.

Produsele tale

A doua posibilitate, și cea pe care ți-o recomand cel mai mult, este să creezi propriile tale produse. Printre posibilități se numără:

- Ebook-uri (cărți în format electronic)

- Cărți și alte produse tipărite
- Servicii pe care le oferi și pe care le prestezi online
- Workshop-uri, seminarii (pe care le vei ține fizic)
- Webinarii (workshop, seminar pe care îl vei susține online)
- Etc

E foarte important să înțelegi de la început că aici **intri în secvența de vânzare**. Nu este nimic în neregulă cu asta, este normal. Ai oferit materiale de calitate în trecut, acum e normal să ai beneficii din asta. Mă gândesc că nu aveai de gând să ții la infinit un blog pe care să-l suporți tu financiar, fără a avea vreodată un beneficiu.

Gândește-te la vânzare ca la un schimb de valoare. Oferi ceva contra unei sume de bani. Cât timp ceea ce oferi tu valorează peste suma de bani pe care o ceri, totul este în regulă.

De acum vei începe să-ți promovezi produsul(ele). De la sine nu se va vinde. Chiar dacă ai o audiență serioasă și un produs valoros. Faci o pagină de prezentare a produsului tău și direcționezi cititori spre acea pagină.

Îți spun sincer că eu unul nu am vândut întreaga mea viață ceva, până când am deschis blogurile în engleză (am câteva de nișă). Am învățat de la zero.

Întrebări frecvente

Pentru că subiectul este extrem de vast și cu siguranță sunt puncte neacoperite, o să încerc să răspund la câteva întrebări pe care le-am primit eu de-a lungul timpului în ședințele de blog coaching pe care le-am acordat:

Despre ce să fie produsul meu?

Păi, ții minte că am vorbit mai devreme despre cum să îți cunoști mai bine audiența, problemele lor și cum îi poți tu ajuta? Ei bine, acum e momentul să faci magie: folosește acele

informații ca să-ți dai seama ce îți doare pe ei și unde îi poți tu ajuta cu produse. Începe cu ceva simplu.

Cum creez produsul dacă nu îl am?

La primul produs poți folosi parțial articole de pe blog, rescrise și adaptate. Nu lua cu copy-paste și atât. Adaptează și completează cu materiale noi scrise special pentru asta. Am vorbit ma devreme despre a „*scrie bine și de calitate*”.

Am un blog pe care-l citesc prietenii și familia. Cum fac să mă citească mai multă lume?

Scrie constant și bine. Învăță să scrii tot mai bine. Promovează fiecare articole prin profilul pe care îl ai pe rețelele sociale (sper că ai până acum cont pe fiecare). Crește-ți influența pe aceste rețele, adăugând în lista ta de prieteni persoane influente. Cere prietenilor și cunoștințelor să-ți dea share la articole (spune-le exact așa „*dă, te rog, un share*”).

Scrie din nou și mai bine. Învăță să scrii articole pilon și articole mai *catchy* alternate cu articole foarte serioase. Devino o autoritate online în nișa ta. Învăță. Apoi nu vei mai avea nevoie de toate astea, oamenii te vor promova văzând că oferi mereu calitate.

Deja m-am întins prea mult cu acest articol. Am inclus mai multe întrebări cu răspunsuri în versiunea de ebook a acestui articol.

În loc de încheiere

Acest articol mi-am dorit să îți ofere un traseu de urmat, cu idei și sfaturi despre pașii pe care îi ai de făcut, exact cum am făcut și eu. Acum ai șasiul unui blog cu potențial de succes.

Mai departe depinde de tine și de cât vei lucra la el. Am

citit undeva un citat – „*Cu cât muncesc mai mult la obiectivele mele cu atât devin mai norocos și ele se realizează*”.

Îți spuneam că blogul meu este cel mai popular blog românesc de dezvoltare personală cu peste 120.000 vizitatori luna trecută. A fost mereu așa?

Nu! Iată mai jos cum a arătat traficul în ultimii 2 ani. Dacă aș fi renunțat la mijloc, când nu aveam vizitatori pe site, **nu aș fi știut niciodată unde pot ajunge**. Și drumul meu de-abia a început.



Fii consecvent și ține-te de treabă. Rezultate vor veni!

Blog 2 Money Camp – tabăra de antreprenoriat online

✖ În noiembrie 2013 voi organiza prima ediție a tabere Blog 2 Money, un bootcamp care va expune tacticile și strategiile cele mai eficiente pentru a dezvolta un blog, să câștigi bani din el și să-l transformi într-o afacere.

Voi susține această tabără împreună cu trainerul nr. 1 de educație financiară din România. Atfel vei învăța cum să crești un blog de succes și bazele antreprenoriatului și educației financiare. Amândoi vom vorbi din propria experiență și rezultate pe care le-am obținut.

Obiectivul final: tu să devii un antreprenor online, nu doar un blogger. La prima ediție vom avea o ofertă specială pentru primii înscriși, așa că profită de ea. O să anunț când are loc, asigură-te doar că te-ai abonat la blog, dacă nu ai făcut-o deja.



Cele 6 Etape de la un Blog la o Afacere Online – Ebook

Dacă vrei să afli mai multe despre subiect, detalii din experiența mea și răspunsul la cele mai frecvente întrebări apărute când crești un blog îți recomand ebook-ul "*Cele 6 Etape de la un Blog la o Afacere Online*". Găsești detalii despre ebook și îl poți cumpăra aici.

Sper ca acest ghid să îți ofere o bază de pornire cu blogul tău. În schimb îți cer un singur lucru: dă share la articol sau trimite-l pe email unui prieten care crezi că ar putea avea nevoie de el

Sursa: <http://florinrosoga.ro>

How To Repair and Increase Your iPhone USB Cable Lifespan. Easy & Cheap!

Sursa: <https://www.youtube.com>