

DEL I

The Kjellsson guide to blogging

SÅ SKAPAR DU EN FRAMGÅNGSRIK BLOGG

av Daniel Kjellsson
danielkjellsson.com
daniel@danielkjellsson.com
0709 18 25 50

Först:

Det här är en sammanställning av många människors kunskaper och ytterligare människors reaktioner och kommentarer kring dessa, snarare än mina egna personliga slutsatser.

Sist i denna guide (och även lite sporadiskt i brödtextern) har jag listat de människor och organisationer som hjälpt, tipsat och inspirerat mig.

Att bli framgångsrik online, oavsett affärsområde, bygger på generositet (att vara generös är det bästa råd du någonsin kommer att få kring business på nätet) och jag rekommenderar dig att besöka dessa människors sidor och bloggar.

Mycket som följer kommer du att ha hört redan. Men förhoppningsvis kan jag hjälpa dig med något. Jag har försökt täcka de tidiga momenten i byggandet av en framgångsrik blogg, men på ett sätt som jag hoppas kan hjälpa även den etablerade.

Till höger på varje sida hittar du små intervjuer några av landets mest profilerade bloggare och branschskunniga. De delar med sig av sina erfarenheter och bästa tips. Många av dem är mina vänner vars karriärer jag följt sedan långt innan ordet "blogg" nådde någon av oss. Men det gör mig inte mindre förundrad över hur framgångsrika och kompetenta de nu är.

Egentligen borde du kanske koncentrera dig på att läsa intervjuerna med dem, snarare än min text här i mittenspalten.

Jag brukar prata om "de tre bjudningarna" när jag pratar om att blogga. Bjud på dig själv, bjud in andra och bjud på allt du skapar. När du kan bocka av dessa tre har du en grundinställning som är fundamental för att lyckas på nätet. Och om jag ska försöka klämma in ett sista tips så här innan vi börjar på allvar, är det: strunta i design, färg och form. Åtminstone till en början. Precis som **Roland Karlsson**, chef på blogg.se, säger lite senare, så kommer först "innehåll", sedan "publik" och sist "paketering". Allt för många bra idéer, duktiga människor och spännande projekt har stannat vid att någon inte "fått det snyggt nog".

Hamna inte där du med.

Du får gärna skicka vidare den här guiden till dina vänner och kollegor. Se längst bak för detaljer kring copyright. När du själv läst klart rekommenderar jag dig att gå in på danielkjellsson.com och gratis ladda ner del två i denna serie.

I **Så tjänar du pengar på din blogg** kartlägger jag ekonomin kring bloggar. Hur pengar flödar, vilka felaktiga fantasiummor och historier som florerar i media, vad andra tjänar samt hur just du ska gå till väga. Ur ett nationellt såväl som internationellt perspektiv får du lära dig hur din blogg kan bli det enda jobb du behöver. Det fick inte plats här.

Nu: Trevlig läsning!

Så skriver du en framgångsrik blogg

1. SKRIV OFTA

Människor eller "bloggläsare" är idag långt mer bortsämda med frekventa uppdateringar än för ett par år sedan. **Calle Schulman**, chefredaktör på 1000apor.se, har till exempel sagt att ingen blogg blir "stor" utan minst sex inlägg om dagen. **Elin Kling**, modebloggerska på kanal5.se, säger: "För två år sedan var mina besökare tacksamma bara det hände något. Idag blir det ett världens liv om jag bara är tyst i några timmar. Fyra inlägg varje vardag och två inlägg varje helgdag är minimum." **Olle Lidbom**, mediebloggare på vassaeggen.se hävdar att ett kvalitativt inlägg om dagen räcker, till att börja med. **Viktor Barth-Kron**, chefredaktör på stureplan.se, säger att de ser **tecknande samband mellan uppdateringsfrekvens och trafiksiffror för bloggarna på sajten**. Och rekommenderar därför sina bloggare att publicera fyra inlägg om dagen i genomsnitt.

Andra hävdar att rytm faktiskt är viktigare än en hög frekvens. Att du vänjer dina besökare vid en bekväm rytm du kan hålla, så att du inte några veckor skriver som en galning, för att sedan sänka tempot rejält och alltså göra besökare som vant sig vid ett skyfall besvikna på ett dugt gregg. Givetvis är det så att bara du själv kan välja vilken uppdateringsfrekvens du vill ligga på, det enda jag kan säga är: **Att skriva "ofta" är väldigt viktigt**. Men bara du själv kan avgöra vad "ofta" betyder för dig.

Om det känns tufft kan jag trösta dig med att det är med blogging som med precis allt annat – övning ger färdighet. När du blivit varm i kläderna lär ord, formuleringar och inläggsidéer komma till dig i ett allt snabbare flöde.

2. PLANERA DITT SKRIVANDE

"Deal with the rest of your life first", har **Glenn Reynolds**, professor på **Tennessee University**, en gång sagt till **New York Times** under en intervju om bloggande. Han förordar en planering i vilken du försöker **planera in bloggande där du helt enkelt har tid att blogga**, snarare än att trycka in bloggandet först och flytta på andra saker.

Sätt ett realistiskt mål över hur ofta du ska blogga. Det är bättre att sätta ett lägre mål som du kan hålla än att säcka ihop och lägga ner bloggen efter en veckas frenetiskt och i längden orimligt arbete. Försök exempelvis att den första tiden skriva ett inlägg om dagen, sex dagar i veckan. **Jag rekommenderar dig att försöka skapa någon form av uppdateringsschema**.

Om du dessutom skapar ett ytterligare dokument att samla dina alla inläggsidéer i, så kan du under de tider du är inspirerad – i den bästa av världar – kanske producera tre fyra inlägg som du sedan tidsstyr i ditt bloggverktyg. Och det finns ingenting skönare än vetskapen att ens blogg kommer att uppdatera "sig själv" en tid framöver. Det ger dig tid att få nya idéer, producera utan stress och på så vis nå en kontrollerad och behaglig blogg tillvaro.

MINA BÄSTA TIPS

ELIN KLING,
modebloggare på
kanal5.se och entreprenör



Om du bara fick ge ett tips till bloggare där ute - vad skulle det vara?

- Skriv för att alltid skapa en följetong, gör människor nyfikna och få dem att känna sig som en del i en historia. Återrelatera till äldre inlägg och locka med kommande. Det ska kännas som att du ser en helhet som läsarna inte gör men som de verkligen inte vill missa.

Vilka tror du är de vanligaste felen nyblivna bloggare gör?

- Jag tror att en fälla som många bloggare ramlar i är att de tittar på någon av de stora bloggarna och vill göra samma sak. Och konkurrensen är redan stenhård. Försök istället hitta din lilla nisch, någonting som just du gör väldigt bra. Ge läsarna någonting de bara kan få hos dig.

Hur hanterar du elaka kommentarer?

- Bland mina kommentarer kan människor skriva alltifrån att jag är ful och klär mig fult till lite hårdare saker som att jag har anorexi. Men man kan inte bry sig om det. Det går bara inte. Jag blir egentligen mest förbannad när de skriver att jag bara glider runt och är glamourös. Visst har jag en underbar vardag - men jag jobbar stenhårt.

Vilka egenskaper tycker du definierar ett bra blogginlägg?

- Mina mest lästa inlägg är alltid antingen då jag varit personlig eller gett tips. En dagens outfit är ju personlig, det är jag på bilden, det är min vardag. Tips kan vara alltifrån att jag hittat en tröja i en viss butik och skriver om det, till "så klipper du av armarna och får en jeansväst".

Hur många inlägg tycker du att man initialt ska försöka producera för att dels behålla läsarnas uppmärksamhet - och dels vinna nya?

- Jag skriver själv alltid minst fyra inlägg varje vardag och minst två varje helgdag. Annars tröttnar människor och tycker att det går långsamt. När jag började blogga för två år sedan var läsarna tacksamma varje gång det "hände något". Idag är kraven skyhöga.

3. SKRIV KORT OCH TYDLIGT

Om du ska ha en chans att följa ditt uppdateringsschema, bevara ditt bloggande vid liv och behålla människor intresserade över huvud taget, är det viktigt att kunna skriva kort. Och att du skriver med ditt eget språk ("skriv som om du pratade med din närmsta vän", säger till exempel Marc Ambinder på amerikanska magasinet *Atlantic*). Att fabricera ett bloggspråk kommer att bli plastigt i längden, du kommer inte att kunna vara konsekvent och ditt skrivande kommer att ta mer tid än om du skrev naturligt. Enligt *The Huffington Post Complete Guide to Blogging* är 800 ord maxlängd på ett blogginlägg. "Anything longer will turn people off", skriver de. Alex Schulman, ansvarig utgivare och bloggare på 1000apor.se, säger att "det optimala blogginlägget är sex rader långt".

Det är lätt att fastna i vad du vill skriva. Men det handlar också om vad dina läsare vill läsa. Och de vill, undantagslöst att du kommer till sak. Vare sig läsarna eller du har tid att gå runt i cirklar av komplicerade resonemang.

Skriv. Kort. Och. Tydligt. Och erbjud fakta, inte bara åsikter.

Ryan Singel på *Wired* sa en gång i en intervju med slate.com att du som bloggare ska "börja varje nytt inlägg med en bra förstamening som förklarar allt du planerar att berätta". Anta helt enkelt alltid att en del av dina läsare bara läser dina inläggs första rader. Och arbeta efter det.

För dig som bloggar på en kommersiell sajt där bloggarna "marknadsförs" på startsidan via bloggpushar är första raden än viktigare. Då räcker det inte med att den är bra innehållsmässigt, utan måste också locka till klick. Som du förstår är det troligare att någon klickar på texten "Det är nakna människor överallt..." än "1924 var det grått och trist...".

Om det rss-flöde din blogg skickar (jag förklarar mer om rss längre fram) "klipper" inlägget i mottagarens rss-läsare är dina första rader också helt avgörande för om mottagaren ska välja att klicka in sig på din blogg eller inte.

Är ditt innehåll tydligt och bra kommer det att leda till diskussioner på andra platser, länkar och fler besökare. I en tid av höga röster överallt, uppskattas tydligt, kort och kvalitativt innehåll. Ge människor en anledning att prata om dig, att besöka dig, att komma tillbaka.

4. ÖVERARBETA INTE DIN TEXT

Det i särklass vanligaste skälet till att människor slutar blogga är att det tar för mycket tid. Och det finns inga skäl att lura i någon någonting annat. Att blogga tar tid.

Det du måste förstå är att dina inlägg inte behöver vara perfekta.

"Kvantitet är viktigare än kvalitet", sägs det. Och min åsikt är att det stämmer. Men egentligen handlar det om att kvantitet är kvalitet i bloggsammanhang. Var inte rädd för att inte vara välformulerad eller elegant nog. Det är ingen artikel du skriver, det är ett blogginlägg. En annan typ av publicering. Du har inte tid att oroa dig över varje mening om du ska hinna bygga upp en publik. Skriv bara kort, effektivt och tydligt. Det ger bättre inlägg samt tar mindre tid.

5. SKRIV PERSONLIGT

Det finns rätt och fel sätt att vara personlig ("personlig - inte privat", som den populära frasen lyder). Om du skriver en blogg om att tippa på hästar så vill ingen läsa om när du tvättar mattor. Håll dig till hästarna. Däremot så finns det alltid en personlig vinkel på det du skriver om.

Ytterligare ett exempel: Du skriver en modeblogg. Och Armani lanserar en ny kollektion. Ett vanligt misstag är att då, som vilken av nyhetsajterna som helst, bara rakt redogöra för vad som har hänt. Det som är intressant, och anledningen till att läsaren besöker just dig, är att få veta dina åsikter om nyheten. Vad du tror om den, hur du tror att den kommer att påverka världen, hur du tror att den kommer att påverka just läsaren?

Dina åsikter, dina känslor. Innehållet som gör din blogg unik.

Så får du fler besökare

1. LÄNKA (OCH FÅ LÄNKAR)

Som jag skrev i inledningen: att bli framgångsrik online bygger på att vara generös. Ge och du skall få. Trafik på internet rör sig i strömmar och det första du måste göra är att uppmärksamma strömmarna, människorna, på att du finns.

Genom att alltid länka till bloggar, sajter, artiklar eller annat så fort du refererar till dem kommer din adress att synas då andra bloggare/sajter synar sin egen trafik - och du kommer, förr eller senare, att få länkar tillbaka. Det överlägset vanligaste sättet som nya människor upptäcker din blogg på, kommer att vara genom andra bloggar. Utgående länkar från din blogg "ses" dessutom av Google och andra sökmotorer och du vinner trovärdighet (trovärdighet = högre upp i söklistan = mer trafik till dig).

Syftet med att länka är, förutom den positiva Google-aspekten, givetvis att du ska få länkar tillbaka. Och länkar in till dig är många gånger högre värderade av sökmotorer som Google än vad länkar ut från dig är. Om du bloggar från ett företags sajt är det en bra sak att se till att alla bolagets partners, leverantörer och andra i nätverket länkar till dig från sina siter eller bloggar. Är du en privatperson kan du börja med att se till att du finns i alla dina vänner och bekantas bloggrolls (länklistan som finns på så gott som alla bloggar).

Har du möjlighet är det bra att själv försöka styra själva länkens utseende. Om du skriver en blogg om jeanskjortor är det mycket mer effektivt om länken säger "besök Anders Anderssons

TIPS: Lägg extra krut på din texts första rad (-er). Det kan vara det enda människor som följer bloggen via RSS ser i sina läsare samt det enda som genereras på din sajts startsida (om du bloggar på en sajt). Dessa rader måste sälja in ditt innehåll. Läsaren måste känna suget att klicka.

MINA BÄSTA TIPS

ROLAND KARLSSON,
chef på blogg.se



Om du bara fick ge ett tips till bloggare där ute - vad skulle det vara?

- Trafik till bloggen strävar de allra flesta efter. Lägg upp en plan för inläggen en vecka framöver och se till att det alltid finns något nytt på bloggen på till exempel söndag, tisdag och torsdag. Det vill säga skriv lördag, måndag och onsdag. Bloggandet blir en vana och bloggläsarna som ännu inte använder RSS-läsare i större skala hittar alltid något nytt och kommer tillbaka.

Vilka egenskaper definierar en bra blogg?

- Bloggen lämnar ut någonting av dig själv (personligt men inte privat) - bloggläsarna vill lära känna dig. Samt regelbundenhet enligt ovan.

Vilka egenskaper tycker du definierar ett bra blogginlägg?

- Intresseväckande rubrik. Inte för långt
- läsarna scannar en webbsida och blir det "för mycket" orkar man inte. Någon bild ökar intresset.

Vilka tror du är de tre vanligaste felen nyblivna bloggare gör?

- 1. Läser för lite andra bloggar innan man startar (analysera vad som utmärker de som lyckats - hitta det som passar ditt sätt att vara och att skriva). 2. Marknadsför bloggen på ett sätt som andra stör sig på: "titta in på min blogg!". Skriv tankeväckande, roande och kanske lite provocerande så kommer det automatiskt. 3. Hamnar i tekniska problem för att man vill göra sin blogg mer personlig. Innehåll, läsare och sedan paketering/utseende, är rätt ordning.

Vilka är dina tre bästa tips för att öka sin trafik?

- 1. Kommentera. 2. Skriv regelbundet. 3. Marknadsför dig själv via så många gratis-kanaler som möjligt.

blogg om jeansskjortor" än bara "besök Anders blogg här". Ju mer text som är länkad, desto mer information ger du sökmotorerna om vad platsen som länken leder till handlar om. Då är det, som du förstår, bra om länken innehåller nyckelord som potentiella läsare kan tänkas söka efter (är man intresserad av jeansskjortor söker man efter jeansskjortor och då bör det ordet vara med i alla länkar som leder in till dig).

Den enklaste formen av länkar, och därför dem du bör starta med att etablera, är länkarna från dig själv. Tänk efter: du har förmodligen registrerade konton på en rad sociala platser så som Facebook, Twitter, Jaiku, LinkedIn, Google, Wikipedia (har du skapat Wikipedia-sidor åt såväl dig själv som din blogg, förresten?) eller liknande. Detta är sajter som sökmotorerna rankar som väldigt trovärdiga och länkar från dessa sajter är således också värdefulla. Placera länkar till dig själv på så många du kan.

Sist men inte minst, se också till att konsekvent i hur du formulerar dina länkar och dess tillhörande nyckelord och beskrivningar.

Sökmotorerna kommer att belöna dig.

2. KOMMENTERA (HOS ANDRA OCH DIG SJÄLV)

Försök att vara aktiv på bloggar som kan antas ha en publik som även skulle uppskatta ditt innehåll. Var aktiv i kommentarsfälten (med relevanta åsikter och inlägg) och bli en uppskattad del i diskussionen där. Skriv alltid med url:en till din blogg eller hänvisa helt sonika till ett inlägg du skrivit i samma ämne.

När vi ändå är inne på avdelning "kommentarer" så rekommenderar jag starkt att du:

1) Tillåter kommentarer på din egen blogg och

2) Att du gör det till en vana att (nästan) alltid svara på de kommentarer som läggs in hos dig. Din blogg är inte din personliga högtalare, den är en ständigt konversation. Bara om du tänker så, kommer din publik att växa. Bli en del av konversationen, minska avståndet mellan dig som skriver och dina läsare till ett minimum. Jag rekommenderar dig också att i dina inlägg uppmuntra läsarna att kommentera. Ställ frågor, be om feedback och hänvisa konsekvent till diskussioner och åsikter som uppkommit bland kommentarer. Visa att kommentarerna som innehållsform är lika viktiga för dig som dina egna inlägg.

Om ditt bloggverktyg erbjuder möjligheten att via antingen rss eller mail-notifieringar prenumerera på alla de kommentarer som skrivs i din blogg bör du göra det. Dels för att aldrig missa någon kommentar, dels för att kunna svara på kommentarer i ett nägorlunda tempo men även för att intressanta diskussioner faktiskt kan uppkomma i inlägg du skrev för många månader sedan, inlägg som nu ligger långt ner i arkivet och som du utan att bli tipsad om – lätt missar.

Många, bland andra Mike Fruchter på louisgray.com, pratar ofta om "one way bloggers" och "two way bloggers". Och hur viktigt det är för dig att bli en "two way blogger". Att vara en "one way blogger" innebär att du helt enkelt uppmuntrar människor att kommentera och att du sedan personligen svarar på dessa kommentarer. För att bli en "two way blogger" måste du gå längre. Om de besökare som kommenterar hos dig har bloggar, besök dem. Engagera dig i dina besökare. Hittar du ett inlägg som ligger innanför dina ramar, kommentera själv. Gärna med en kvalitativ åsikt eller konstruktiv feedback, innehåll som tillför någonting. Uppmuntra också dina besökare att följa dig via Twitter eller Jaiku, gå med i din Facebook-grupp och annat liknande. Det handlar om att visa intresse för sin läsekrets, visa intresse för den och aktivera den.

3. GÄSTBLOGGA

Att bli framgångsrik online handlar om att bilda allianser. Allianser med dina läsare och med dina kollegor i bloggofären (ofta samma personer).

Jag tycker att du ska scanna av bloggofären efter bloggar som dels liknar din och dels skulle kunna dra nytta av ditt innehåll. Sen erbjuder du dig helt enkelt att gästblogga ett inlägg. Eller en serie inlägg. Det är ett utmärkt vis att såväl bygga relationer som att marknadsföra sig. På ett sympatiskt vis, dessutom.

Vem som helst kan få till en länk som boostar trafiken för en dag. Svårare är det att få de nya besökarna att återvända. Skälet till att jag rekommenderar dig att söka bloggar som liknar din egen är att du med fördel kan bearbeta en grupp läsare vars intresseområde redan bekräftats. Gillar en grupp läsare en blogg om exempelvis inredning, är oddsen goda för att de skulle ge även din tapetblogg chansen. I synnerhet om du, på den blogg de redan läser, förekommit som gästbloggare eller refererats till på annat vis (exempel: "xxx säger en riktigt bra sak om bla bla bla").

Inlänkar är kanon men det krävs ett långsiktigt och konsekvent arbete för att bygga en stabil och "riktig" trafik.

4. GÖR PR FÖR DIG SJÄLV

Mycket har jag redan varit inne på, men håll igång ett ständigt nätverkande. Människor kommer inte att "råka" hitta din blogg, du måste ut och synas. Den stora skillnaden mellan gammalmedia och nya medier, tycker jag, är hur långt du färdas med din text.

Om du skriver i en tidning är du klar när din text går i tryck. Efter det finns det inte mycket du kan göra. Om du bara publicerar dina inlägg och sedan lutar dig tillbaka, skulle du lika gärna kunnat trycka den på döda träd. För då utnyttjar du inte kanalen internet och dess möjlighet fullt ut.

Att publicera innebär att ditt inläggs resa börjar, inte slutar. Vilka andra bloggar kan du tipsa om ditt inlägg? Vilka andra bloggar eller sajter kan tänkas länka till just detta inlägg?

MINA BÄSTA TIPS

FREDRIK WASS,
mediebloggar på
bisonblog.se



Om du bara fick ge ett tips till bloggare där ute - vad skulle det vara?

- Skriv hellre ofta och kort än sällan och långt. Då tappar du varken läsare eller ork.

Vilka egenskaper definierar en bra blogg?

- Personligt engagemang och riktiga åsikter, inte bara rapportering. Vill läsarna ha nyheter kan de gå till traditionella kanaler. På en blogg vill man att skribenten tycker till och reflekterar. En bra blogg ska också länka till andra bloggar för att sätta in bloggen i ett sammanhang. Att blogga handlar både om det som händer på den egna bloggen men lika mycket om det som skrivs och länkas till hos andra.

Vilka egenskaper definierar ett bra blogg-inlägg?

- Personligt, upplysande och underhållande - oavsett ämne.

Vilka tror du är de tre vanligaste felen nyblivna bloggare gör?

- Man går ut för hårt och tror att man ska orka med att skriva jättemycket. Sen tröttnar man. Ett annat nybörjarsmisslag är att som första inlägg stolt berätta att "här ska jag skriva...". En blogg måste inte ha en programförklaring eller en tydlig nisch från början. Det kommer med tiden.

Hur hanterar du elaka kommentarer?

- "Mata inte trollden" brukar man ju säga. Ofta brukar kommentarerna bara bli värre om de bemöts. Är de kränkande eller på annat sätt stötande så ska de tas bort. En blogg är inte demokratisk. Det är min blogg och jag bestämmer.

Vilka är dina tre bästa tips för att öka sin trafik?

1. Skriv om aktuella händelser som många andra skriver om. 2. "Pinga" din blogg hos bloggportalerna. Det vill säga registrera din blogg samt skicka en "ping" varje gång du uppdaterat. Det gör att du kommer med i olika rankingar och kopplas även ihop till andra bloggar som skriver om ett visst område. 3. Var aktiv hos andra. Kommentera inlägg hos dina "konkurrenter" regelbundet och se till att andra får reda på din existens. De flesta bloggare kollar sin statistik och ser vad besökarna kommer ifrån.

Hur många inlägg tycker du att man initialt ska försöka producera för att dels behålla läsarnas uppmärksamhet - och dels vinna nya?

- Ett inlägg om dagen, gärna fler, har blivit någon form av tumregel för att inledningsvis få igång en blogg och få återkommande besökare.

TIPS: Marknadsför dina egna inlägg långt utanför den egna bloggen.

Använd alla gratiskanaler du kommer över. Facebook, forum, andra bloggares kommentarer.

Kan du skriva in permalänken i din Facebook-status? Kan det du skrivit väcka så pass stor uppmärksamhet att de stora nyhetssajterna bör tipsas? Är det aktuellt med en pressrelease till och med? Vilka människor i ditt nätverk bör tipsas via mail?

På vilka forum kan du starta en tråd om ditt inlägg eller din blogg? Var kan det du skrivit tillföra någonting? Var finns människorna som kan tänkas vara intresserade? Bli hjälpta?

För att vara realistisk så kommer du inte ha tid att lägga hur mycket energi som helst på att marknadsföra varje inlägg. Men det måste vara din grundtes. Du måste följa med ditt inlägg längre än till publicera-knappen.

Ett bra sätt att initialt göra det är att registrera sig på några av de sajterna som bygger på att lista och sprida bloggar och dess innehåll. På **Bloggtoppen** och **Bloggportalen** registrerar du din blogg för att hamna i deras listor. Sedan "pingar" du varje gång du skrivit ett nytt inlägg, ett sätt att uppmärksamma andra på att du uppdaterat din blogg.

Bloglovin fungerar som en rss-läsare. Människor samlar och prenumererar på sina favoritbloggar. Samt blir tipsade om andra bloggar med liknande innehåll. Du registrerar dig för att finnas i deras register samt kan också lägga in en knapp på din blogg, så att dina läsare tipsas om att följa dig via **Bloglovin**. Någonting som ger dig högre status hos tjänsten, vilket leder till att du rekommenderas till fler nya läsare.

Twingly är en bloggsökmotor som listar bloggar men också ger dig möjlighet att genom att länka till specifika artiklar på sajter som tv4.se, dn.se och svd.se, också få länkar tillbaka från dessa.

Detta var en kort och nästan skamligt ytlig genomgång av såväl ett enormt segment som enormt duktiga och nyttiga aktörer (som alla kan hjälpa dig att nå dina mål). Men för att skona denna guide från ytterligare faktaupprådning har jag samlat allt du behöver veta om siter och tjänster som kan öka din trafik på danielkjellsson.com.

5. SKRIV SÅ ATT ANDRA PRATAR

Det finns en viss typ av saker vi läser som får oss att vilja uppmärksamma och dela det med andra. Det kan handla om att vi skickar en länk till någon ("Kolla vilken sjuk grej!"), att vi tar upp det på lunchen eller helt enkelt skriker det rakt ut. Och det kan handla om alltifrån att två grisar gift sig (ett av mina största YouTube-fynd) till att terrorister flugit in två plan i lika många amerikanska skyskraper.

Är du med mig? Texterna, bilderna, filmerna, nyheterna, skämten som får oss att instinktivt vilja berätta för någon annan. Om du, om så än bara sällsynt, får till sådant material – är du på god väg att bli en succé.

Försök att känna efter; vad får dig att känna så? Vilka sådana saker har du vidarebefordrat den senaste tiden? Försök att hitta den magiska formeln (och glöm inte att maila mig när du gjort det).

Så hanterar du att människor säger att de hatar dig

Jag vet inte så mycket om psykologi och kan egentligen inte förklara varför människor kan komma att vara elaka mot dig i sina kommentarer. Men det är någonting du måste vara redo för och kunna hantera.

Jag brukar säga att det inte är på riktigt. För det är det inte. **Du måste lära dig att låta människors negativa påhopp rinna av dig.** Jag har själv blivit mordhotad åtskilliga gånger online och det finns nog inte en stor bloggare i den nationella eller internationella bloggosfären som inte mottagit tråkigheter bland sina kommentarer.

Bakom anonymitetens och den digitala världens väggar uttrycker sig människor på ett sätt de sällan skulle göra om ni möttes i verkliga livet. Precis som att bloggandet, möjligheten att enkelt och omedelbart få sina tankar och åsikter "publicerade", fått antalet bloggar att explodera – har en liknande reaktion skett bland kommentarer. Möjligheten att anonymt få sina rader "publicerade" triggerar att tycka, spetsa, kasta ur sig. Det är viktigt att inse att kommentarfunktionen i sig är ett publicistiskt verktyg, en miniblogg i bloggen om man så vill. De flesta "skräp"-kommentarer publiceras för att folk helt enkelt, precis som bloggaren själv, känner ett behov av att publicera sig. Och har ofta inte så mycket med direkt och personlig kritik att göra som man först tror.

Jag har till och med, då jag undersökt saken närmare, varit med om människor som skrivit saker de egentligen inte tycker i kommentarer. Men för att det är så enkelt att avreagera sig, att anonymt bli "publicerad", tar de chansen. Då jag studerat människors bloggläsande har det förekommit att alltifrån problem i det egna livet (en tjej som var olyckligt kär tenderade att hata andra tjejers lyckliga inlägg om sina killar) till ren och skär tristess legat bakom reaktionen. Men väldigt sällan genuina åsikter eller ens en ordentlig tanke.

Nischa Besara, chefredaktör för **Dagens Arena** berättade under en intervju på **Webbdagarna** i Stockholm om alla de hotfulla och ilskt kritiserande mail hon ofta tar emot. Och hur människor, då hon svarade med ett personligt mail som förklarade situationen från hennes synvinkel, upprepade gånger svarat henne med väldigt mycket mer sympatiska och ursäktande mail.

Som om den initiala åsikten skruvats upp och förvrängts hundra gånger i ett försök att vinna reaktion och kontakt.

När (eller om) du får en elak eller på andra vis jobbig kommentar, låt den inte påverka dig. Om du misslyckas – maila mig på daniel@danielkjellsson.com och berätta, skrik eller skäll. Bättre det. För om en jobbig kommentar får dig att sluta blogga så har den dåliga sidan vunnit. Och det får den inte göra.

TIPS: Registrera din blogg på alla bloggportaler du kommer över. Så att du finns i deras listor. Sen "pingar" du varje gång du skrivit ett inlägg, ett sätt att uppmärksamma andra på att du uppdaterat din blogg.

MINA BÄSTA TIPS

OLLE LIBBOM,
mediebloggare på
vassaeggen.se



Om du bara fick ge ett tips till bloggare där ute - vad skulle det vara?
- Kvantitet före kvalitet, blogga hellre för ofta än för bra.
Vilka egenskaper definierar en bra blogg?
- Uppdateras ofta, personlig men inte privat ton, mycket länkar till andra sajter.
Vilka egenskaper definierar ett bra blogginlägg?
- Bra rubrik, inte för långt. Max en halv extrascroll, minst två utlänknings och, om inte aha-upplevelse, så åtminstone en liten mhm-upplevelse.
Vilka tror du är de tre vanligaste felen nyblivna bloggare gör?
- Petar för länge, blandar ihop personlig och privat ton samt förväntar sig omedelbar framgång.
Hur hanterar du elaka kommentarer?
- Ålitar i tysthet, konstruerar under jogg-rundorna dräpande svar som jag aldrig publicerar. Näthatet är vidrigt, men man måste lära sig hantera det. Undvika näthat gör man genom att skriva i ett specifikt ämne, inte brett och genom att skapa en relation till sina läsare, genom att svara dem alla. Samt ta bort ovidkommande elaka kommentarer, de sänker ribban och inbjuder bara till mer.
Vilka är dina tre bästa tips för att öka sin trafik?
- Beröm och länka till stora bloggare, gör listor, skriv om och publicera egna bilder på kändisar, både a-, b- och c-kändisar funkar.
Hur många inlägg tycker du att man initialt ska försöka producera för att dels behålla läsarnas uppmärksamhet - och dels vinna nya?
- Ett om dagen.

Skapa innehållet andra vill ha

"Flagship content" pratas det en del om i bloggosfären. **Ditt flagship content är det material, det ämne, eller den nisch du "äger".** Det kan vara ett enda inlägg, en serie inlägg du lade lite extra krut på eller blogggen helhet. Om du tänker lite på de bloggar du läser idag är jag säker på att du kan peka på lite flagship content. Någon som är "bäst" på någonting, någon som förklarar ett visst fenomen, en viss bransch, en viss typ av mode bäst. Eller roligast, tydligast eller kortast, för den delen. Någon som har snyggast bilder. Flagship content blir referensmaterial.

Människor uppskattar om du löser deras problem. Människor uppskattar enkelhet.

Lägg extra energi på att i en serie inlägg kort, initierat, enkelt och intressant förklara bakgrunden till komplexa frågor inom just ditt ämnesområde. Vad är du bra på? Vad är du intresserad av? Aha, att sy om kläder? Då gör du det materialet till ditt flagship content. Lyckas du kommer andra att referera till dig. **Istället för att behöva läsa på själva, kan de länka till dig.**

Wikipedia är ett lysande exempel på detta. Oändligt med bloggare länkar till Wikipedia varje dag. Alla skulle själva ha kunnat researcha, analysera och formulera förklaringar på olika saker. Men varför lägga tid på det? **Wikipedia** har flagship content och det är enkelt att bara länka dit istället. Och då gör man det.

Flagship content är material som du är stolt över att berätta för andra om. Material andra pratar om, besöker och länkar till. Och flagship content handlar inte om något kortsiktigt länkbete, det är ett långsiktigt arbete för att bygga kvalitet andra uppskattar och har nytta av.

Det är också viktigt att säga att många stora bloggar klarar sig fint utan något flagship content över huvud taget (som **Alex Schulman** säger: "Vill du bli stor – skriv så spännigt som möjligt"). Alla behöver alltså inte flagship content men alla kan definitivt utnyttja det och använda det för att växa. Om din blogg är ny, oetablerad eller om du just i denna stund funderar på att starta en blogg ska du absolut fundera mer på flagship content.

Och du hittar det överallt omkring dig. Vilka problem har din målgrupp eller din nisch? Vad vill de ha hjälp med? Det finns alltid bloggar, forum, Facebook-grupper eller till och med mänskliga möten som handlar om problem och lösningar på dessa. Du måste bara veta var du ska leta.

När du väl lokaliserat ditt flagship content har du kommit en bra bit på vägen mot en framgång. När du börjar producera gäller det bara att tänka på att "samma gamla du" inte riktigt håller längre. Som **Chris Garrett (chrisg.com)** skriver: "If you want to be remarked upon you need to be remarkable." Ditt innehåll måste vara bättre, enklare, tydligare formulerat, djupare, snyggare – bättre än allt annat där ute.

Vad du ska göra när är klar? När du har lokaliserat och producerat ditt flagship content? Marknadsföra skiten ur det.

Två fula knep

Det finns inga genvägar till långsiktig framgång, som du förstår. Men det finns en del småsaker, placerade någonstans i mitten av skalan för fullt spel, du kan göra för att ge dina förutsättningar en skjuts framåt. Om du vill.

1. KOMMENTERA DIG SJÄLV

Det har ofta sagts att "om du har en restaurang är det bättre att bjuda alla vänner på mat, än att restaurangen står tom". För vi människor är flockdjur, vi vill vara där andra är. Om många andra tycker att din restaurang är bra, så måste den vara det. Och om det är ett jäkla ös bland dina inläggs kommentarer så visar det upp en bild av en väldigt mycket mer spännande och aktiv plats än om frasen "inga kommentarer" ekar tomt överallt.

Det sägs nämligen att tröskeln för människor att faktiskt bidra med en kommentar sänks betydligt om andra skrivit innan. Ingen vill vara först.

Genom att själv skriva en eller flera kommentarer på varje inlägg du producerar påverkar du således din bloggs helhet positivt och bjuder in andra till konversation. Som du säkert förstår gäller det dock att skriva subtila och kvalitativa egna kommentarer som dels uppfattas som trovärdiga och dels faktiskt bjuder in andra att tycka. Bara "Grymt inlägg!" från "Mr X" ger knappast någon positiv effekt.

2. SÖK ELLER SKAPA EN KONFLIKT

Listan på bloggar som dragit nytta av en konflikt är lång. Konflikter är intressant och konflikter renderar klick. **Katrin Zytomiarskas** blogg ökade då skilsmässan med **Alex Schulman** blev offentlig och situationen lite infekterad. **Carolina Gynning**, **Linda Rosing** och **Andreas Kleerup** ökade alla trafiken på sina bloggar då det kvällstidningarna kallade "triangelndramat" uppmärksammades.

Om du bloggar eller planerar att blogga inom ett område som tål en konflikt (det är en dålig idé att börja med fula knep om du skriver en nedtonad företagsblogg) kan du få enorm effekt genom en sådan. Antingen så skjuter du helt enkelt skarpt och attackerar någon med mer trafik än vad du har, ser till att väcka reaktion och debatt kring din åsikt samt möjligen blanda in ytterligare bloggare – eller så sätter du en strategi tillsammans med en vän i bloggosfären. En fabrikerad konflikt, helt enkelt.

Precis som med att "kommentera sig själv" så är finesse helt avgörande för resultatet och ditt

TIPS: Vad är ditt specialintresse, din specialkunskap? Dessa ämnen kan bli ditt viktigaste innehåll. Här kan du bli "bäst" på någonting. Bli "the go to-source".

MINA BÄSTA TIPS

ALEX SCHULMAN,
ansvarig utgivare och
bloggare på 1000apor.se



Om du bara fick ge ett tips till bloggare där ute - vad skulle det vara?

- I denna nya värld där alla vill konsumera fort - skriv kort! Det optimala blogginlägget är sex rader långt.

Vilka egenskaper definierar en bra blogg?

- Det där beror på vad man menar med "bra". Jag gillar ju kontemplerande bloggar. Klyftiga människor som uttrycker kvicka saker. Men om "bra" är "stor" så handlar det ju egentligen om att skriva så spännigt som möjligt om så ytliga saker som möjligt. Dagens outfits och så.

Vilka egenskaper definierar ett bra blogginlägg?

- Att träffa läsaren. Man ska säga något i sin blogg som läsaren håller med om utan att någonsin förr ha tänkt på det. Läsaren ska tänka: "Hal!" Det var som fan, jag håller med.

Vilka tror du är de vanligaste felen nyblivna bloggare gör?

- De skriver för långt. Och de glömmen en mycket viktig sak - att bifoga bilder. Det är MYCKET bättre att ta en bild på ens tå och skriva "så här ser min tå ut" än att ägna 10 000 tecken åt att diskutera tån som sådan.

Hur hanterar du elaka kommentarer?

- De värsta hoten kom/kommer från någon naziorganisation som fått för sig att jag är jude. När jag var ihop med **Katrin** var det ännu värre. De bad mig "ta min polska judehora och flytta tillbaka till Polen". Jag anmälde aldrig, trots att **Aftonbladet** krävde av mig att jag skulle göra det. I övrigt är det ju mest harmlöst och inte så farligt. Det gäller att inte ta det där på allvar.

Vilka är dina tre bästa tips för att boosta bloggtrafik?

- Jag gör det aldrig eftersom jag aldrig behövt, men bästa två sätten att komma igång är: 1. Länka till andra bloggar. Då länkar de till dig. 2. Kommentera andras bloggar, särskilt de större och signera med din bloggadress. Om du skriver nåt provocerande eller roligt eller utåtstickande så kommer du att få besök. 3. Blogga ofta och ge inte upp. Du kommer att ha noll kommentarer på dina 50 första inlägg om du inte ligger på ett trafikdragande sajt från början och det gäller bara att gilla läget och kämpa på. Trafiken kommer.

Hur många inlägg tycker du att man initialt ska försöka producera för att dels behålla läsarnas uppmärksamhet - och dels vinna nya?

- Om man bloggar mindre än två gånger per dag så kan man inte kalla det en blogg. Min regel är minst tre om dagen, men har man tid ska man försöka komma upp till fem, sex.

framtida anseende i bloggssfären. En fabricerad konflikt är givetvis någonting ovärdigt och en illa fabricerad konflikt någonting direkt patetiskt. Samtidigt kan en välskrivna inläggsserie i stil med "Sveriges sämsta bloggar, del X" fortfarande bli kul läsning. Och "do the trick".

Men att på något vis agera oärligt i bloggssfären är ingenting jag egentligen rekommenderar. Det slår bara tillbaka.

Så undviker du att bli besviken

FÖRVÄNTA DIG INTE OMEDELBAR FRAMGÅNG

Som bloggare måste du ha tålmod. Ingenting händer över en natt, och om det gör det är det ofta kortlivat. Skälet till att du ger dig in i bloggssfären bör vara att bli bättre på ditt bevakningsområde, att bli mer insatt i tekniken och inifrån vinna förståelse för den digitala världen. Kanske för att underhålla.

Många före mig har sagt att "om du inte kan vänta i ett år på att få ett tusentals trogna läsare – sluta nu". **Gå inte heller och vänta, och håll på bra innehåll tills bloggen "blivit lite större".**

Elin Kling har sagt till mig att "även om du bara har tre läsare så måste du omedelbart behandla dem som tre miljoner, och prestera på topp – annars växer bloggen aldrig". Tänk snarare på att bloggandet faktiskt vässar ditt sätt att skriva, gör dig mer uppmärksam och, igen – mer påläst kring ämnet du valt att skriva om. Det är den stora vinsten.

Så använder du RSS

rss är ett filformat som gör det möjligt för dig att samla de sajter och bloggar du vill följa i ett program (en så kallad rss-läsare) och få alla dessa bloggar och sajters uppdateringar skickade till dig. Istället för att behöva surfa in på varje enskild blogg. Om du inte redan använder dig av rss ska du genast börja, det kommer att revolutionera ditt surfande och låta dig bevaka samma platser som idag men på mindre tid.

Det innebär, som du förstår, också att människor kan prenumerera på dina uppdateringar. Och för att göra detta använder de ditt rss-flöde.

Du kommer säkerligen att, förr eller senare, hamna i en diskussion kring rss. Man kan nämligen, i en del bloggverktyg, välja om man vill skicka ut allt sitt innehåll via rss-flödet eller bara delar av det. För att människor ska bli tipsade om en uppdatering, men sedan tvingas besöka dig för att läsa allt. Så att du kan tillgodoräkna dig en unik besökare, någonting du inte kan om ditt inlägg enbart läses i en rss-läsare.

Men som jag redan skrivit så många gånger; ge och du ska få. **Det är aldrig en bra idé att begränsa människors rätt till ditt material.** Skicka iväg hela ditt innehåll och var glad och tacksam om någon vill läsa det. Att klamra sig fast vid begränsningar är att arbeta mot kanalen som sådan och jag lovar dig att det förtroende du skapar, de lojala läsarna du vinner och den spridning som du tillåter långsiktigt är värd oändligt mycket mer än några unika besökare hit och dit.

För att själv prenumerera på rss-flöden använder jag mig av NetNewsWire, som finns att ladda ner gratis på newsgator.com/individuals/netnewswire. Den är skapad för mac men det finns otaliga motsvarigheter för pc-användare. Bland andra **Google Reader**, som fungerar oavsett operativsystem. Jag har samlat de vanligaste rss-läsarna samt länkar för att ladda ner dem på danielkjellsson.com. Läs mer om rss på sv.wikipedia.org/wiki/RSS.

Sist

1. FÅ MÄNNISKOR ATT SKRATTA

Jag förstår. Det passar långt ifrån alla bloggar. Men ha i bakhuvudet att skrott är mäktiga. När du får en människa att skratta skapar denne omedelbart ett band till din blogg och chanserna ökar att han eller hon återvänder. Jag kan fortfarande denna dag gå in på **Alex Schulmans** gamla **Aftonbladet**-blogg och läsa lite favoriter. Att vara rolig är att ha makt.

2. TVEKA INTE. OCH OM DU TVEKAR - FRÅGA

Mike Masnick, mannen bakom bloggen **Techdirt**, har en gång sagt: "When in doubt, write. When in really doubt, ask your readers." Tänk inte för mycket och om du gör det – låt dina läsare komma med input.

Att vara osäker på någonting och vara öppen med det är inte en svaghet utan en styrka.

Spela inte någonting du inte är. Transparens är någonting fint och det kommer inte bara att föra dina läsare närmare dig och göra dem mer lojala – det kommer att göra dig bättre.

3. OM DU KAN SAMLA MAILADRESSER, GÖR DET

rss är en fantastisk sak (som dessutom säkerligen redan finns på din blogg). Men det gamla hederliga "e-postandet" regerar fortfarande bland massorna. Att få till ett fält i vilket människor kan fylla i sin mailadress och på så vis bli tipsade om:

- 1) När du skrivit ett nytt inlägg och...
- 2) När du helt enkelt vill uppmärksamma dem på någonting annat (ett föredrag du ska hålla, ett program du ska gästa, vad som helst) – är en väldigt bra sak.

Det är något konkret, användbart och potentiellt kommersiellt värdefullt.

MINA BÄSTA TIPS

VIKTOR BARTH-KRON,
chefredaktör stureplan.se



Om du bara fick ge ett tips till bloggare där ute – vad skulle det vara?

– Gör en tydlig plan för bloggen, med fasta punkter, ämnen och vinjetter. Det kan vara alltifrån "Dagens outfit" till "Saker som stör mig med **Bert Karlsson**, del X" och "Mail från min chef". Det ger en trygghet att falla tillbaka på den dagen det står still i hjärnan (för det kommer det att göra, jag lovar).

Vilka egenskaper definierar ett bra blogginlägg?

– En inte alltför lång text, gärna överskådlig med hjälp av fettingar och styckeindelning om så behövs, och minst en bild.

Vilka tror du är de tre vanligaste "felen" nyblivna bloggare gör?

– Att inte veta vad man vill med bloggen, att sakna en tydlig färdplan för projektet.

– Det tar alltid ett bra tag att hitta sin stil, och för nyblivna bloggare är det lätt att hamna i fällan att vilja vara alla till lags, någonting som enbart kommer att leda till att ingen känner sig berörd. Bättre att satsa mot en specifik målgrupp och med olika medel väcka den gruppens intresse.

– Många är för ödmjuka i början. Att be om ursäkt för bloggans existens är aldrig bra, har du bestämt dig för att köra så kör du. Om du inte själv tror på projektet så kommer ingen annan att göra det heller.

Hur råder du bloggarna på Stureplan.se att hantera elaka kommentarer?

– Generellt: Att ge sig ut som bloggare är att ställa sig på en scen, och har man svårt att hantera offentlig kritik bör man kanske tänka efter en extra gång innan man drar igång något. Rena obsceniteter och/eller olagligheter ska man förstås se till att rensa undan oavsett det; eftersom siten är ansvarig för innehållet i kommentarstrådarna.

Vad känner du generellt inför det "näthat" som många bloggare ställs inför idag?

– Jag tycker faktiskt att det har minskat i omfattning, i takt med att nyhetens behag i att skriva skit anonymt avtagit. De bloggare som utsätts är i regel de som skriver mycket personligt och har provokativa drag i sin personlighet, och min erfarenhet är att just de personerna snarare triggas av hets i kommentarsfälten. En ämnesspecifik bloggare har sällan något att oroa sig för.

Vilka är dina tre bästa tips för att boosta blogtrafik?

1. Interagera med andra bloggar – helst såna där du ser en klar möjlighet att överlänkade läsare faktiskt kan fastna för din blogg. Sportbloggar ska interagera med sportbloggar och mode med mode, för att ta det enkelt. 2. Skriv ofta. 3. När du fått så mycket trafik att andra vill dra nytta av den – ställ upp på allt. Ju fler sammanhang du syns i desto större intresse kring din person. Låt oss kalla det **Blondinbella**-effekten.

Hur många inlägg tycker du att man initialt ska försöka producera för att dels behålla läsarnas uppmärksamhet – och dels vinna nya?

– Jag har inga fasta krav, mer än att bloggen ska uppdateras dagligen. Däremot rekommenderar jag starkt att man snittar minst fyra poster om dagen. Vår erfarenhet visar att en hög uppdateringsfrekvens även påverkar antalet unika besökare i stor utsträckning.

4. FÖLJ DE STORA NYHETERNA

När någonting "stort" händer kan det, om saken ligger inom ramen för ditt intresseområde, vara en idé att skriva om det på ditt sätt. När **Michael Jackson** begär vansinneshandlingen att dingla sin baby utanför ett hotellfönster i **Berlin** så skriver hela världen om det och många söker efter det i sökmotorerna.

Att kallt referera till historien ger givetvis vare sig dig eller dina läsare någonting. Men ett eget grepp ("*I huvudet på Michael Jacksons baby*", "*Därför är Michael Jackson själv en baby*") tillför någonting till den nyhetsrapportering dina läsare redan läst och ger dig en skjuts i sökmotorernas resultatlistor.

I alla dina inlägg, men kanske framför allt i dem du skriver i kölvattnet efter de stora nyheterna, är det viktigt att tänka på din rubrik. Som jag skrev tidigare får den gärna vara lockande, talande och effektiv. Men också innehålla viktiga nyckelord. Det du skriver i ditt rubrikfält kommer att värderas långt mycket tyngre av sökmotorerna än din brödtext. Om du skrivit inlägget "*I huvudet på Michael Jacksons baby*" så är det viktigt att just den frasen också är rubrik. Här finns tre viktiga nyckelord med, "*Michael*", "*Jackson*" och "*baby*". Precis vad intresserade kan tänkas söka efter. Döper du däremot ditt inlägg till "*I huvudet på en knäppskalles unge*" förstår du att du går miste om en hel del. Generellt sett så ska du alltid, så länge ditt inlägg består av dem, **försöka få med personnamn, varumärken och andra nyckelord i såväl din rubrik som i dina taggar.**

5. ANVÄND MYCKET BILDER

Människor tycker om att titta på bilder. Bilder fungerar, de lockar in människor i din text och bra bilder ger människor ett incitament för att återvända till din blogg.

Sex personer du kan lära dig av

En skara människor har mer än andra bidragit till denna guide genom att bjuda på sin dyrbara tid och låta mig intervjua dem. Stort tack...

...Alex Schulman

Alex anses av många vara Sveriges "*bloggfader*". Hans texter har rört upp känslor, skapat debatter och påverkat samtiden som ingen annans vare sig före eller efter honom. Alex bloggande förknippas ofta med kontroversiella yttranden och diverse debakel, och för mig känns det därför viktigt att påminna om att mannen faktiskt (mångt mycket oftare än han är kontroversiell) faktiskt är en av landets roligaste.

Alex bloggar idag på roooapor.se/blogs/alex och är alltid och varje dag värd ett besök.

...Olle Lidbom

Mannen bakom en av landets mest inflytelserika och renommerade medieblogger på vassaeggen.se. Producerar också nyhetsbrevet *Analysbrevet* (du prenumererar på vassaeggen.se/mandag), äger och driver mediekonsulterna *M&M* samt agerar skribent åt uppdragsgivare som *Dagens Industri*, *Diego, Bon, Språktidningen* och *Expressen Kultur*.

Olle arrangerar också sporadiska och väldigt uppskattade kurser i att blogga. Håll utkik efter dessa på hans blogg eller maila Olle direkt på olle@vassaeggen.se.

...Viktor Barth-Kron

Viktor är chefredaktör på stureplan.se och mannen bakom sajtens imponerande trafikutveckling (185 951 unika besökare vecka 3/2009 enligt Kia-index). Hans öga för blogg-talanger tycks osvikligt. Viktor bloggar också själv på viktorbk.blogspot.com.

...Elin Kling

Elin har som ingen annan gjort business av sin modeblogg. Och är en stor förebild. Jag vet hur hårt hon jobbar och det som började med en artikelserie på stureplan.se är idag ett mindre imperium. Ibland får jag känslan av att allt hon rör vid blir till trafiksuccéer.

Hennes blogg läser du på kanal5.se/web/stylebykling. Elins webbshop, där du bland annat kan köpa kända människors kläder med vetskapen att pengarna går till välgörande ändamål, hittar du på tradera.com/promo/foundbykling. Hennes modecommunity finns på minoutfit.se.

...Fredrik Wass

Fredrik "*Bisonblog*" Wass skriver om media, marknadsföring, sociala medier och Internetutveckling på bisonblog.blogs.com/blog. Ett självklart rss-flöde för den med minsta intresse av branschen.

...Roland Karlsson

Chef på blogg.se. Kanske den i landet som vet mest om bloggar och bloggande.

TIPS: På amerikanska bildsajten **Flickr.com** kan du söka efter **Creative Commons**-licensierade bilder (att bilderna är "**Creative Commons-licensierade**") betyder att du får använda dem fritt om du tydligt anger källa samt länkar). Sajtens **pixlr.com** är ett bildverktyg precis som **Photoshop**, men webbaserat och gratis.

Källor

Låt mig upprepa vad jag skrev i inledningen: Denna guide är en sammanställning av många människors kunskaper och ytterligare människors reaktioner och kommentarer kring dessa, snarare än mina egna personliga slutsatser.

Följande texter har inspirerat mig och försett mig med fakta:

So you want to be a blogging star?

Paul Boutin, *New York Times* 20/3 2008

nytimes.com/2008/03/20/technology/personaltech/20basics.html

Authority Through Alliances

Chris Garrett, *Christg.com*

chrisg.com

10 pointers for generating traffic to your blog

Mike Fruchter, *Louisgray.com*, 8/12 2008

louisgray.com/live/2008/12/10-pointers-for-generating-traffic-to.html

Sharing, self promotion always a two-way street

Mike Fruchter, *Louisgray.com*, 24/11 2008

louisgray.com/live/2008/11/sharing-self-promotion-always-two-way.html

How to blog

Farhad Manjoo, *Slate*, 18/12 2008

slate.com/id/2207061/

Make your blog popular

Wired How-to wiki, 30/1 2008

howto.wired.com/wiki/Make_Your_Blog_Popular

Disclaimer och Copyright

Till sist – lite jobbiga saker. För att du ska slippa lägga värdefull tid (tid du annars kunnat tillbringa med att blogga) följer här en kort version: Snälla var schyst och ärlig när du delar med dig av det här arbetet.

- Daniel Kjellsson 2009 – Some Rights Reserved.
- Daniel Kjellsson äger alla publicistiska och äganderättsliga rättigheter till detta material. Du får inte publicera, ompaketera eller vidare distribuera detta arbete i någon form utan Daniel Kjellssons skriftliga tillstånd.
- Du får lagra, skriva ut och på andra sätt hantera detta material fritt för ditt egna personliga bruk.
- Du får, i 100% oförändrad form, vidare distribuera detta arbete (eller delar av det) till ett mail-register. Du får, i 100% oförändrad form, publicera detta arbete (eller delar av det) på din egna blogg, site eller forum så länge du inte tar ut någon form av avgift för det.
- Du får vidarebefordra detta material fritt till vänner, personliga kontakter och kollegor.
- Alla gånger du använder dig av detta arbete ska Daniel Kjellsson anges som skapare tillsammans med en länk till danielkjellsson.blogg.se.