**Myślisz o wykupieniu artykułów sponsorowanych❓ Dowiedz się, jakie są ich plusy, minusy i gdzie publikować!**

**Myślisz o wykupieniu artykułów sponsorowanych❓ Dowiedz się, jakie są ich plusy, minusy i gdzie publikować!**

 **Artykuły sponsorowane to treści, za które płacisz, publikowane na stronach zewnętrznych wydawców. Dzięki nim możesz dotrzeć do szerszej publiki, która możliwe, że jeszcze nie wie o istnieniu Twojej firmy. Najczęściej artykuły sponsorowane to poradniki, newsy lub wywiady z kimś z Twojej firmy.**

 **Z punktu widzenia SEO artykuły sponsorowane to nie tylko dotarcie swoim contentem do nowych odbiorców, ale też pozyskanie wartościowych linków. 🔗**

 **Jakie są plusy reklamy przez artykuły sponsorowane❓**

 **Dzięki nim stawiasz się w roli eksperta. Jeśli wybierzesz dobre miejsce do promocji, np. popularny blog powiązany tematycznie z działalnością naszej firmy, trafisz z przekazem do odbiorców zainteresowanych Twoim produktem lub usługami.**

 **Co więcej, publikowanie artykułów sponsorowanych w popularnych mediach może pozwolić Twojej stronie zaistnieć w Google. Tego typu serwisy mają zwykle dużą żywotność, a wiele z nich, jeśli to duże portale, ma też wysokie zaufanie ze strony Google.**

 **Przy kupowaniu linka z artykułu sponsorowanego zwróć uwagę, czy jest on “wynajmowany” na pewien czas, czy bezterminowo. Ma to znaczenie przy budowaniu strategii linkbuildingowej. 📈**

 **A co z minusami❓**

 **Przede wszystkim cena. Sponsorowany content wymaga dużego nakładu czasu i pieniędzy. Dodatkowo do jego tworzenia musisz się naprawdę przyłożyć. Jeżeli Twój artykuł będzie nastawiony jedynie na reklamę firmy, nie da odbiorcom wartości lub po prostu zanudzi czytelnika, to zmarnujesz swój budżet i zasoby. Nikt nie chce czytać banalnych artykułów, z przemyconą promocją firmy, w co drugim akapicie.**

 **Musisz skupić się na przekazaniu odbiorcy wiedzy lub rozrywki, a on możliwe, że odwdzięczy się konwersją. Pamiętaj jednak, że konwersja nie jest jedynym celem artykułów sponsorowanych. W zależności od stylu, w jakim piszesz artykuł i miejscu, w którym go publikujesz, efekt może być różny. Jedne artykuły prowadzą do konwersji, inne do zwiększenia świadomości marki a jeszcze inne do ocieplenia jej wizerunku.**

 **Pamiętaj, że o ile artykuł nie będzie stale promowany przez medium, w którym go opublikujesz, z czasem straci na wartości. Przez pojawienie się nowych wpisów będzie on spadał coraz bardziej w głąb strony, co spowoduje, że mniej osób go zauważy. 🔎**

 **Gdzie publikować artykuły sponsorowane❓**

 **Masz olbrzymi wybór miejsc do publikacji. Tak naprawdę każdy blog, czy magazyn internetowy, o ile oferuje zamieszczanie artykułów sponsorowanych, jest dla Ciebie potencjalnym miejscem publikacji. Należy jednak skupić się na portalach powiązanych tematycznie z artykułem oraz z jak największym ruchem i silnym profilem linkowym.**

 **Możesz również sam(a) znaleźć miejsce publikacji lub skorzystać z gotowych platform takich jak WhitePress lub Linkhouse. Strony te są pośrednikami między reklamodawcami i wydawcami.**

 **Pamiętaj, że w zależności od portalu, jaki wybierzesz, cena będzie różna. Więcej zapłacisz za artykuł w Forbesie czy Onecie niż na niszowym blogu. 💰**

 **Co zrobić, aby link w artykule sponsorowanym był skuteczny❓**

 **Google teoretycznie stara się weryfikować czy link jest naturalny, czy kupiony. Tobie powinno zależeć na tym, aby uznał go za powstały bez Twojej ingerencji. Aby przekonać do siebie Google, ważne są takie rzeczy jak liczba linków wychodzących z danej podstrony i całej domeny, jej treść, jakość strony oraz tekst zakotwiczenia linka, czyli anchor text. Kluczowe przy ocenie miejsca pod publikację artykułu sponsorowanego jest także przeanalizowanie profilu linków domeny, a także umiejscowienia wpisu w strukturze strony. Jeśli masz możliwość skorzystania z dodatkowego linkowania wewnętrznego i/lub umieszczenia go na stronie głównej, lub wyeksponowanej kategorii, warto to rozważyć.**

 **Treść podstrony powinna być powiązana z tematem linka. Nie jest to warunek konieczny, ale profil linków tworzony w myśl tej zasady może być po prostu trwalszy w dłuższej perspektywie czasu. Jeśli więc link prowadzi do strony agencji marketingowej, a Twój sponsorowany artykuł jest o zrobieniu idealnej jajecznicy, ryzykujesz, że Google uzna go za sztuczny lub nieistotny i z czasem zdewaluuje jego moc. Wybieraj też miejsca z niską ilością linków wychodzących. Im mniej linków wychodzących, tym więcej autorytetu może przenieść każdy z nich. Ponadto istnieje mniejsze ryzyko, że strona będzie postrzegana jako spam. 🛑**

 **Niestety nie wiadomo, jak w przyszłości Google będzie traktowało sponsorowany content.**

 **#seo #content**

 Myślisz o wykupieniu artykułów sponsorowanych❓ Dowiedz się, jakie są ich plusy, minusy i gdzie publikować!

Artykuły sponsorowane to treści, za które płacisz, publikowane na stronach zewnętrznych wydawców. Dzięki nim możesz dotrzeć do szerszej publiki, która możliwe, że jeszcze nie wie o istnieniu Twojej firmy. Najczęściej artykuły sponsorowane to poradniki, newsy lub wywiady z kimś z Twojej firmy.

Z punktu widzenia SEO artykuły sponsorowane to nie tylko dotarcie swoim contentem do nowych odbiorców, ale też pozyskanie wartościowych linków. 🔗

Jakie są plusy reklamy przez artykuły sponsorowane❓

Dzięki nim stawiasz się w roli eksperta. Jeśli wybierzesz dobre miejsce do promocji, np. popularny blog powiązany tematycznie z działalnością naszej firmy, trafisz z przekazem do odbiorców zainteresowanych Twoim produktem lub usługami.

Co więcej, publikowanie artykułów sponsorowanych w popularnych mediach może pozwolić Twojej stronie zaistnieć w Google. Tego typu serwisy mają zwykle dużą żywotność, a wiele z nich, jeśli to duże portale, ma też wysokie zaufanie ze strony Google.

Przy kupowaniu linka z artykułu sponsorowanego zwróć uwagę, czy jest on “wynajmowany” na pewien czas, czy bezterminowo. Ma to znaczenie przy budowaniu strategii linkbuildingowej. 📈

A co z minusami❓

Przede wszystkim cena. Sponsorowany content wymaga dużego nakładu czasu i pieniędzy. Dodatkowo do jego tworzenia musisz się naprawdę przyłożyć. Jeżeli Twój artykuł będzie nastawiony jedynie na reklamę firmy, nie da odbiorcom wartości lub po prostu zanudzi czytelnika, to zmarnujesz swój budżet i zasoby. Nikt nie chce czytać banalnych artykułów, z przemyconą promocją firmy, w co drugim akapicie.

Musisz skupić się na przekazaniu odbiorcy wiedzy lub rozrywki, a on możliwe, że odwdzięczy się konwersją. Pamiętaj jednak, że konwersja nie jest jedynym celem artykułów sponsorowanych. W zależności od stylu, w jakim piszesz artykuł i miejscu, w którym go publikujesz, efekt może być różny. Jedne artykuły prowadzą do konwersji, inne do zwiększenia świadomości marki a jeszcze inne do ocieplenia jej wizerunku.

Pamiętaj, że o ile artykuł nie będzie stale promowany przez medium, w którym go opublikujesz, z czasem straci na wartości. Przez pojawienie się nowych wpisów będzie on spadał coraz bardziej w głąb strony, co spowoduje, że mniej osób go zauważy. 🔎

Gdzie publikować artykuły sponsorowane❓

Masz olbrzymi wybór miejsc do publikacji. Tak naprawdę każdy blog, czy magazyn internetowy, o ile oferuje zamieszczanie artykułów sponsorowanych, jest dla Ciebie potencjalnym miejscem publikacji. Należy jednak skupić się na portalach powiązanych tematycznie z artykułem oraz z jak największym ruchem i silnym profilem linkowym.

Możesz również sam(a) znaleźć miejsce publikacji lub skorzystać z gotowych platform takich jak WhitePress lub Linkhouse. Strony te są pośrednikami między reklamodawcami i wydawcami.

Pamiętaj, że w zależności od portalu, jaki wybierzesz, cena będzie różna. Więcej zapłacisz za artykuł w Forbesie czy Onecie niż na niszowym blogu. 💰

Co zrobić, aby link w artykule sponsorowanym był skuteczny❓

Google teoretycznie stara się weryfikować czy link jest naturalny, czy kupiony. Tobie powinno zależeć na tym, aby uznał go za powstały bez Twojej ingerencji. Aby przekonać do siebie Google, ważne są takie rzeczy jak liczba linków wychodzących z danej podstrony i całej domeny, jej treść, jakość strony oraz tekst zakotwiczenia linka, czyli anchor text. Kluczowe przy ocenie miejsca pod publikację artykułu sponsorowanego jest także przeanalizowanie profilu linków domeny, a także umiejscowienia wpisu w strukturze strony. Jeśli masz możliwość skorzystania z dodatkowego linkowania wewnętrznego i/lub umieszczenia go na stronie głównej, lub wyeksponowanej kategorii, warto to rozważyć.

Treść podstrony powinna być powiązana z tematem linka. Nie jest to warunek konieczny, ale profil linków tworzony w myśl tej zasady może być po prostu trwalszy w dłuższej perspektywie czasu. Jeśli więc link prowadzi do strony agencji marketingowej, a Twój sponsorowany artykuł jest o zrobieniu idealnej jajecznicy, ryzykujesz, że Google uzna go za sztuczny lub nieistotny i z czasem zdewaluuje jego moc. Wybieraj też miejsca z niską ilością linków wychodzących. Im mniej linków wychodzących, tym więcej autorytetu może przenieść każdy z nich. Ponadto istnieje mniejsze ryzyko, że strona będzie postrzegana jako spam. 🛑

Niestety nie wiadomo, jak w przyszłości Google będzie traktowało sponsorowany content.

#seo #content