

# Com escriure per a un blog en 8 claus



WEBSITE Forum media BLOG  
Technology video  
SOCIAL MEDIA user  
**CONTENT**  
SHARE NETWORK TREND  
APP ONLINE Follower  
INTERMEDIATION MARKETING WIKI **SEO**  
HOME PAGE **KING**  
COMMUNICATION  
RELATIONSHIP DOMAIN

OLEOSHOP

# Com escriure per a un blog en 8 claus

**Redacta amb èxit el teu blog de marca seguint aquests passos**

Escriure per a Internet de manera efectiva es pot aprendre. Només et cal el teu talent i familiaritzar-te amb aquestes 8 claus. Quan les dominis t'adonaràs de que tenir un blog d'èxit és bufar i fer ampolles.

## **Amb aquest eBook aprendràs:**

- Quins són els principals elements d'un post
- Trucs de redacció efectius
- Com optimitzar els teus continguts per SEO
- Quins errors has d'evitar

Per fi tens entre mans un **blog de marca**. Pensaves que mai no arribaria el moment, però a la fi ho has aconseguit.

Ja el tens dissenyat i a la plataforma adequada. Has fet una **keyword research** i un brainstorming d'idees. Ho has organitzat tot en un calendari detallat. Saps de què parlaràs en els propers 6 mesos, amb quina freqüència escriuràs i l'enfocament que tindran cadascun dels teus posts.

Ho tens tot lligat i vols pensar que el teu blog serà tot un èxit.

Però no t'enganyes i saps que l'èxit d'un blog depèn d'un bon contingut. I també saps que fer un bon contingut no és tan fàcil com sembla.

Intueixes que escriure per a la xarxa **no és el mateix** que escriure per a un suport imprès. I a més has sentit a dir que hi ha una sèrie de "trucs de redacció" que cal tenir en compte per posicionar millor als cercadors.

Per on començar? No ho tens massa clar.

T'encanta redactar, si, però en això d'escriure per a Internet **no et sents tan segur** com en d'altres coses. Muntar un blog? Fàcil. Pensar idees? Xupat. Planificar els continguts? Senzillíssim!

Però... **redactar continguts**? Aquí és on comencen els teus dubtes.

Si aquest és el teu cas, estàs de sort: en aquest eBook trobaràs un repàs exhaustiu de **tot el que cal saber** a l'hora de redactar per a un blog. I el millor de tot? Que són només 8 claus facilíssimes d'entendre i de posar en pràctica.

Segueix llegint!

## Clau #1 - Redacta al voltant d'una paraula clau

Si has arribat fins a aquí és que has fet els deures i tens entre mans una keyword research. Com bé saps, aquest **és el primer pas** a l'hora de pensar els continguts del teu blog.

Però un cop ja tens un post concret entre mans, has de triar **una sola paraula clau** al voltant de la qual desenvolupar aquest contingut.

Aquesta és la primera qüestió que has de tenir clara a l'hora d'escriure per a un blog: cada post ha d'estar **desenvolupat i al servei d'una keyword determinada**.

Només una.

No val escriure un post al voltant de **diverses keywords**. Tampoc val fer servir **termes substitutoris** d'aquesta paraula clau, és a dir, termes que se li assemblin i que semànticament vulguin dir el mateix, però que no siguin exactament la mateixa paraula o topic.

**EXEMPLE:** si la paraula clau és "vestits de nit", aquest és el terme que ha d'aparèixer al llarg del post, no un de semblant.

Aquesta paraula clau és la que t'ajudarà a que aquest post en concret **aparegui en els resultats** quan els usuaris facin una cerca que coincideixi amb la keyword escollida. D'aquí la importància que sigui **una sola paraula clau** la qual posicioni el contingut.

I d'aquí la importància que aquesta paraula clau **aparegui diverses vegades** en el post.

L'ideal és que aparegui repetidament **al llarg del text**, d'una manera que sembli natural. No forçis l'aparició de la paraula clau: intenta que sorgeixi d'una manera lògica en el text, sense forçar les frases.

Però no et passis, si apareix moltes vegades estaràs practicant el que es coneix com a keyword stuffing, una pràctica que Google odia i que **et pot comportar una penalització**.

Amb que la paraula clau aparegui **entre 2 i 4 vegades** al llarg del text ja en tens prou. La clau de la qüestió **és escriure per a l'usuari** i no per als cercadors.

Tant si aquesta keyword apareix en el text com si pel que sigui no pots encaixar-la de manera natural, has d'esforçar-te en que aparegui **almenys en aquests llocs**:

- El títol del post
- El primer paràgraf
- L'URL
- El meta-títol
- La meta-descripció
- Els subtítols (només si queda natural)



# Oleoshop Ràdio,

el nou canal de podcast **#ecommerce**

Descobreix Oleoshop RADIO, un nou canal dedicat al ecommerce i al marketing online amb articles, casos d'èxit, entrevistes, consells i trucs perquè puguis aprendre i aplicar-los a la teva botiga online.

Estarem amb tú cada setmana a Itunes, Soundcloud i Ivox.

I si vols molt més, tens centenars d'articles, guies i ebooks totalment GRATIS a la nostra pàgina web: [www.oleoshop.com](http://www.oleoshop.com)



OLEOSHOP  
RADIO



*la teva plataforma ecommerce*

## Clau #2 - Estructura bé el teu post

Abans de començar a escriure, has de tenir clara l'**estructura del teu post**.

Defineix per on començaràs i per on acabaràs. I, si pots, fes una **petita estructura en un esborrany**. Evita començar a escriure sense un pla, pots acabar barrejant coses i tenint entre mans un text que resulti poc clar al lector.

Què et pot ajudar a definir l'estructura del teu post? El que més et pot ajudar és sens dubte tenir clar l'**objectiu del post**.

**EXEMPLE:** imagina que tens un blog sobre criança i vols escriure un post per resoldre un dubte molt freqüent: **com netejar llapis de cera de la paret**. El fet de saber que serà un post de resolució d'un problema et pot ajudar a definir una estructura.

En aquest cas una estructura vàlida podria ser la següent:

- Introducció del problema
- Introducció de la solució
- Materials necessaris per posar en pràctica la solució
- Pas a pas per posar en pràctica la solució
- Invitació a compartir experiències semblants

## Clau #3 – Jerarquitzar el contingut

Un cop tinguis clara l'estructura del teu post, és moment de **jerarquitzar el contingut**.

Visualitza el teu post com un tot format per diferents elements. Jerarquitzar el contingut implica atorgar-li a cadascun dels seus elements **un lloc en la jerarquia global del post**. Així, per exemple, el títol del post té un lloc en la jerarquia superior al d'un subtítol o al del cos de text.

**Com indicarem la posició** en la jerarquia de cada bloc de contingut?

Mitjançant unes **etiquetes específiques** introduïdes en el codi HTML anomenades H1, H2, H3, H4, H5 i H6. La posició atorgada per l'etiqueta H1 és la més important i l'atorgada per la H6, la menys important.

En jerarquitzar el contingut, **facilitem la lectura del post** a l'usuari, ja que mitjançant els diferents títols li indiquem quin contingut és el més important i **organitzem la seva lectura**. Però alhora també li ho posem fàcil a Google, ja que el cercador **valora molt especialment la presència d'aquestes etiquetes** en el contingut.



Significa això que ara haurem d'aprendre programació per introduir el codi a l'HTML? Per a res.

La majoria de plataformes de blogging ja vénen preparades per assignar-li a cada bloc **un format de títol** que, en aplicar-lo, introdueix l'etiqueta corresponent. Si a l'editor de text de la teva plataforma de blogging veus **un desplegable on escollir "Títol 1", "Títol 2" o "Títol 3"**, aquests títols corresponen a les etiquetes H1, H2 i H3.

Només has d'**aplicar el format** i llestos.

O sigui que res de codi: jerarquitzar el contingut és tan fàcil com aplicar una cursiva o una negra. Només que **és imprescindible** per a que el teu contingut guanyi qualitat de lectura i posicioni molt millor.

## Clau #4 - Redacta bé per a Internet

Que fàcil dir-ho i que difícil explicar-ho, oi? Què significa redactar bé per a Internet? Hi ha una sèrie de trucs que et servirán:

- Fes servir **frases curtes**, si pot ser centra't en una idea per frase.
- **Alleugereix els paràgrafs**, que no tinguin més de 2-3 frases.
- Intercala preguntes que et permetin **proporcionar respostes**.
- Fes que els teus post siguin **accionables** amb crides a l'acció.
- **Sigues rellevant**: escriu sobre el que interessa als teus usuaris.
- **Sigues sintètic**: sigues clar i no parlis per parlar.
- **Sigues precís**: inverteix temps en triar la paraula perfecta.
- **Aporta valor**: soluciona problemes, aclareix dubtes, ofereix el teu consell de franc.
- **Jerarquitzat el contingut** per organitzar la lectura.
- **Utilitza recursos gràfics**: fotos, il·lustracions, infografies, vídeos...
- **Utilitza recursos de text**: fes servir les cites i els quadres de text per cridar l'atenció sobre certes idees o aclarir conceptes. Treu-li partit a les possibilitats de l'editor de text del teu blog.

Bryan Eisenberg va desenvolupar en el seu dia el terme **Trinitat de la Conversió** (Conversion Trinity en anglès) per aglutinar **3 paràmetres** que tot text per a Internet creat per convertir o convèncer hauria de complir. I si tens un blog de marca, tingues-ho clar: tens entre mans una eina de persuasió i venda.

Els 3 paràmetres clau són:

### Rellevància

El text per a Internet efectiu hauria de centrar-se sempre en allò que és rellevant per a l'usuari, és a dir, **el que l'usuari vol, desitja o necessita**, i no en el que a la marca li interessa dir o vendre. Si vols ser rellevant, parla del que interessa als teus usuaris.

### Valor

El text que ven i conveenç ha d'incloure la raó o raons per les quals el producte o servei solucionarà els problemes de l'usuari. Ha d'explicar en què consisteix l'oferta i detallar **la seva proposta única de valor i els seus beneficis**.

### Crida a l'acció

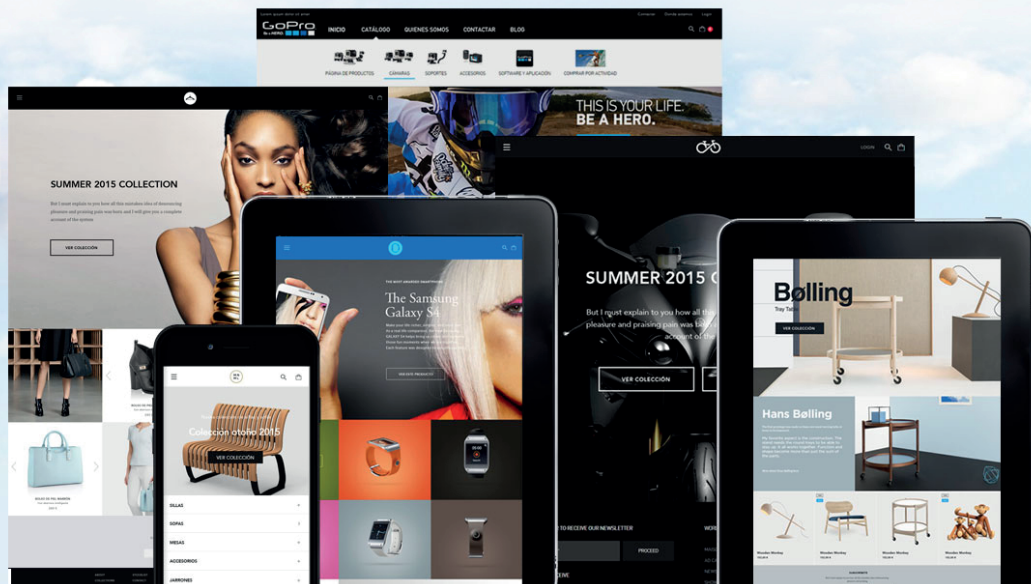
El text ha de deixar-li clar a l'usuari què ha de fer per comprar, per passar a l'acció o per posar en pràctica el que li proposa el text. En el cas d'un blog també pots incloure crides a l'acció addicionals que convidin a **compartir el contingut i a fer comentaris**.



# Crea la teva botiga online ara

Tot el que necessites per a vendre a internet

COMENÇAR LA PROVA GRATIS



“La plataforma és molt fàcil de fer servir,  
fins i tot per a algú que no domini  
el tema”

Belén de [www.aixo.es](http://www.aixo.es)

“Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad  
y la facilidad de gestión y el resultado ha  
sido superior a las expectativas”

Toni Aragón de [www.aragaza.com](http://www.aragaza.com)

 **Microsoft** Partner

 **PayPal** Partner

 **Microsoft**  
.NET

  
**oleoshop**

la teva plataforma ecommerce

## Clau #5 - Enllaça!

Un dels aspectes únics d'Internet és que permet hipervincular textos. Això vol dir que ens permet enllaçar a altres continguts en un mateix text, creant una mena de text enciclopèdic.

Si Internet et brinda aquesta possibilitat és per alguna cosa, així que et convé explotar-la. Per què? Perquè enllaçar des de cadascun dels teus posts fa que el teu contingut guanyi, de cara a l'usuari i de cara a Google.

Tens a la teva disposició 2 tipus de enllaçats:

### Enllaçat intern o interlinking

El enllaçat intern o interlinking implica enllaçar a altres continguts del teu mateix domini. Fent-ho aconsegueixes **transmetre autoritat o link juice d'uns continguts als altres**, de tal manera que en conjunt s'ajuden mútuament per rankejar millor en cercadors.

Aquests enllaços interns poden estar dirigits a altres posts del blog o bé a **continguts de la botiga online** (si en tens una), com fitxes de producte, pàgines de categoria o la pàgina d'inici. I de la mateixa manera que et convé enllaçar a la botiga online des del blog, també et convé **enllaçar a articles del blog des de les fitxes de producte** de la botiga online.



## Enllaçat extern

L'enllaçat extern es refereix a la introducció en el contingut d'**enllaços que van a webs externes**.

Amb l'enllaçat extern, proporciones al teu contingut **accés a sites d'autoritat**, cosa que li atorga més valor. A més, si aquests sites es donen per al·ludits i els teus continguts els resulten interessants, és possible que et tinguin en compte a **l'hora d'enllaçar-te**, amb el que generaries backlinks naturals.

Ara que ja saps de què va el tema dels enllaçats, intenta incloure **un enllaç intern en cada paràgraf dels teus posts**. Sé que és difícil i de vegades poc natural, però intenta fer-ho. Si no ho aconsegueixes, està bé introduir **un enllaç intern cada 2-3 paràgrafs**.

I addicionalment mira d'incloure **de 2 a 3 enllaços externs** a pàgines d'alta autoritat al llarg de cada post.

## Clau #6 - Optimitza per a SEO

A més de l'ús adequat de la paraula clau, de la jerarquització interna i dels enllaços, hi ha altres **aspectes de SEO** que pots i has d'optimitzar en els teus posts.

### Imatges

Optimitza les teves fotos! És bo pel teu SEO.

Fent servir un **format lleuger** com el .png aconsegueixes que el teu post carregui més ràpid. És a dir, disminueixes la velocitat de càrrega de la pàgina, un factor de rànquing SEO important.

Adaptant les teves fotos **a la mida màxima** del cos de text i de la foto de portada, evites que el contingut es desmaqueti, provocant situacions tan lletges com que la foto "se surti" dels límits del post.

A més, si totes les fotos de portada tenen la mateixa mida, la pàgina de categoria del blog **es veurà fantàstica sempre**, amb els diferents elements completament equilibrats.

Aquí et deixem **unes quantes raons per optimitzar les teves fotos** i aquí et deixem amb un tutorial en el qual et mostrem **com fer-ho pas a pas**.

## Paràmetres de SEO

Els paràmetres de SEO són **la teva carta de presentació en cercadors**. El meta-títol, la meta-descripció i l'URL són el primer que qualsevol usuari veurà del teu blog a la pàgina de resultats. I segur que vols que aquesta primera impressió sigui bona.

Aconsegueix-ho redactant els teus paràmetres de SEO **amb la mateixa cura** amb què redactes la resta del post. Què has de tenir en compte?

- Indica **quina és la paraula clau** del post en el parmetre de SEO de la keyword.
- Assegura't que aquesta paraula clau apareix en el meta-títol, la meta-descripció i l'URL.
- Els meta-títols **no han d'aparèixer tallats** en els resultats de cerca.
- Les meta-descripcions admeten un **màxim de 156 caràcters**. [Aprèn trucs clau per millorar-les en aquest post](#).
- **Edita la teva URL** perquè sigui amigable i [tingues en compte aquestes qüestions](#) a l'hora d'aconseguir URLs veritablement SEO-friendly.

## Clau #7 – Sigues irresistible

Inverteix temps pensant en un **títol i un extracte irresistibles**. Aconsegueix que els usuaris **no puguin no fer clic sobre el post**. Intenta anar més enllà del previsible i dóna-li als teus títols i extractes un twist: no tinguis por de **ser irreverent** ni de fer jocs de paraules sempre que siguin intel·ligents.

Però també assegura't sempre que el teu títol:

- S'entén (no siguis críptic)
- Deixa alguna cosa per a la imaginació (no ho revela tot)
- Deixa clar el benefici (de fer clic i seguir llegint)

Intenta **personalitzar els teus posts** des del principi. Sempre és bona idea començar explicant el que et passa a tu, **identificant-te amb el teu usuari** en la seva mateixa problemàtica, i fins i tot mostrant que les **teves emocions** en aquesta situació són molt semblants a les del teu lector.

És una de les millors maneres d'aconseguir portar el lector de la mà al llarg del post. **Posa't a la seva pell i parla des de la seva perspectiva**, és una de les maneres més infal·libles de resultar irresistible des del primer paràgraf.

Acaba sempre els teus posts amb **una invitació a la conversa**. Suggereix als teus lectors que comentin o comparteixin la seva experiència en els comentaris, i fes-los saber com valores la seva participació.

No et limitis a dir-los "Participa en els comentaris". Sigues proactiu **fent preguntes concretes** de tal manera que ells puguin donar una resposta o se'ls puguin acudir experiències per compartir amb la comunitat.



## Clau #8 – Evita aquests errors

- **Escriure sense keyword research prèvia:** fer-ho és com viatjar sense mapa. Invertiràs molta feina i esforç i no arribaràs enlloc. No ho facis!
- **Escriure posts massa curts:** a Google li segueix agradant el text, de fet valora i posiciona millor els posts cada vegada més llargs, d'unes 1.500 paraules. Mai no escriguis menys de 300 paraules en els teus posts.
- **Escriure contingut sense interès:** és a dir, escriure sense ser rellevant. Si parles del que t'interessa a tu (i no del que interessa a l'usuari), no tindràs visites per molt que t'hi escarrassis.
- **Escriure sense dir res:** no t'empatollis ni parlis per parlar. No li donis 15 voltes a la mateixa idea només per omplir les 300 paraules de rigor. No enganyaràs ningú, ni a Google ni a l'usuari.
- **No citar la font de les teves imatges:** compte amb apropiar-te d'imatges alienes. Si ho fas, com a mínim deixa clar quina és la font i enllaça al contingut original.

Això és tot el que et cal saber per començar a **escriure per a un blog**. La teoria és fàcil, ara és moment de posar-la en pràctica. Estàs preparat?