



# Google+ dla biznesu

Opanuj  
nowy kanał  
kontaktu z klientami!



one  
press

Chris Brogan

Tytuł oryginału: Google+ for Business: How Google's Social Network Changes Everything

Tłumaczenie: Weronika Łabaj

ISBN: 978-83-246-4967-9

Authorized translation from the English language edition: GOOGLE+ FOR BUSINESS: HOW GOOGLE'S SOCIAL NETWORK CHANGES EVERYTHING; ISBN 0789749149; by Chris Brogan; published by Pearson Education, Inc, publishing as QUE Publishing. Copyright © 2012 by Brogan Media LLC.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education Inc.

Polish language edition published by HELION S.A.. Copyright © 2012.

Google+ is a trademark of Google Inc.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Wydawnictwo HELION dołożyło wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie bierze jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich.

Wydawnictwo HELION nie ponosi również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/googpb>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: [onepress@onepress.pl](mailto:onepress@onepress.pl)

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

# Spis treści

<b>Wstęp: Google+ jest wciąż nowe</b> .....	<b>13</b>
Kim jestem? .....	14
Co znajdziesz w tej książce? .....	14
<b>1 Skąd się tutaj wziąłem?</b> .....	<b>17</b>
Dlaczego Google+ jest „tą kolejną Wielką Rzeczą”? .....	18
Przewidywanie przyszłości .....	19
Facebook jest lepszy. Twitter jest lepszy. LinkedIn jest siecią dla firm .....	20
Moje pierwsze doświadczenia z Google+ .....	21
Google+ wygląda zupełnie jak inne sieci społecznościowe .....	22
Dlaczego Google+ jest tak interesujące? .....	22
Kultura dzielenia się .....	23
Kolejna sieć społecznościowa? Serio? .....	24
Co ludzie robią na Google+? .....	25
<b>2 Możliwości Google+</b> .....	<b>27</b>
Miejsce Google+ w biznesowym ekosystemie .....	28
Możliwości Google+ .....	28
Przygotuj się na nowe możliwości .....	31
Osobiste podejście i osobowość .....	32
Wpisy „biznesowe” i „osobiste” .....	33
Zacznij wcześniej .....	34
Co możesz osiągnąć dzięki Google+? .....	34
Masz takie możliwości, jakie sam sobie tworzysz .....	35
<b>3 Dzień z Google+</b> .....	<b>37</b>
Mój dzień z Google+ .....	38
Wywiad ze Scottem Montym (firma Ford Motor) .....	39
Wywiad z Gregiem Pakiem, autorem komiksów oraz scenarzystą .....	40

Wywiad z Jenny Cisney, główną blogerką firmy Kodak .....	42
Wywiad z Darrenem Rowsem, profesjonalnym blogerem (ProBlogger) .....	43
Wywiad z Jacqueline Carly, instruktorką fitness .....	44
Kilka częściowo fikcyjnych „dni z życia” .....	45
Pisarz .....	45
Pośrednik nieruchomości .....	46
Dziennikarz .....	47
Dyrektor sprzedaży .....	47
Nauczyciel .....	48
Fotograf .....	49
Dyrektor .....	50
Podsumowanie .....	51
<b>4 Pierwsze kroki na Google+ .....</b>	<b>53</b>
Biznesowe znaczenie profilu .....	54
Profil Google+ dla Twojej firmy .....	54
Biznes tworzą ludzie .....	54
Kontakty przed sprzedażą .....	55
Jak widzą Cię inni? .....	56
Zakładka „O mnie” — podstawy .....	59
Zacznij od podstaw .....	61
Zdjęcie profilowe .....	61
Edycja danych osobowych .....	62
Edycja podpisu .....	62
Najważniejsza część Twojego profilu — sekcja „O mnie” .....	63
Zatrudnienie — przydatna sztuczka .....	64
Linki .....	64
Po uzupełnieniu profilu... .....	64
<b>5 Kręgi .....</b>	<b>65</b>
Czym są kręgi? .....	66
Skąd mam wiedzieć, że ktoś dodał mnie do swojego kręgu? .....	67
Wzajemna obserwacja .....	68
Tworzenie i nazywanie kręgów .....	68
Kręgi wychodzące i wchodzące .....	69
Udostępnianie kręgów .....	70
Organizowanie kręgów .....	70

Kogo obserwować? .....	72
Friendsurfing .....	72
Czy my się znamy? .....	73
Czy powinieneś obserwować celebrytów? .....	73
Więcej o kręgach wychodzących .....	74
„Kręgowe” triki .....	74
Zarządzanie kręgami .....	75
Podsumowanie .....	75
<b>6 Strumień .....</b>	<b>77</b>
Google+ to nie blog i to coś więcej niż Twitter .....	78
Publikowanie treści na Google+ .....	79
Opcje udostępniania .....	81
Formatowanie opublikowanego tekstu .....	81
Publikowanie zdjęć .....	83
Publikowanie filmów wideo .....	84
Publikowanie miejsc i lokalizacji .....	84
Wpisy — inne możliwości .....	84
Blokowanie komentarzy i dalszego udostępniania .....	85
Wartość udostępniania treści .....	86
<b>7 Prosta strategia tworzenia treści .....</b>	<b>87</b>
Różne podejścia do udostępniania treści .....	88
Jennifer Cisney (Kodak) .....	88
Michael Dell (prezes firmy Dell) .....	89
Scott Monty (firma Ford Motor) .....	89
Bill Gerth (specjalista ds. mediów społecznościowych w Comcaście) .....	90
Co wyróżnia Google+? .....	90
Właściciel restauracji .....	91
Animator społeczności .....	92
Sklep internetowy .....	93
Profesjonalny mówca lub wizjoner .....	94
Pisarz, fotograf i artysta .....	95
Zdobywanie kontaktów przez publikowanie .....	96
Ceń uwagę swojego audytorium .....	97

<b>8</b>	<b>„Ciepła” sprzedaż .....</b>	<b>99</b>
	Uwaga to dar .....	100
	Niech to będzie o nich .....	100
	Zamień autopromocję na uznanie dla innych .....	100
	Nie trać okazji do sprzedaży .....	101
	„Ciepła” sprzedaż — ogrzewanie sprzedaży .....	101
	Daj się poznać .....	102
	Trudna sprzedaż .....	102
	Programy partnerskie i Google+ .....	104
	Dwa aspekty sprzedaży .....	105
	Technika dająca przewagę — mów o konkurencji .....	106
	Nie zajmujesz się bezpośrednio sprzedażą .....	106
<b>9</b>	<b>Budowanie audytorium .....</b>	<b>109</b>
	Jakość — nie ilość .....	110
	Jak zmierzyć rozmiar swojego audytorium? .....	110
	Doceń swoje audytorium .....	112
	Co interesuje Twoje audytorium? .....	112
	Czym dla ludzi jest społeczność? .....	113
	Rozpal ognisko .....	114
	Kluczem jest łączenie ludzi .....	114
	Czas „pomiędzy” jest ważny .....	115
	Jesteś agencją reklamową .....	116
	Niech klient będzie Twoim bohaterem .....	116
	ABC budowania społeczności .....	116
<b>10</b>	<b>Udostępnianie treści .....</b>	<b>119</b>
	Znaczenie promowania wartościowych informacji .....	120
	Dzielenie się jako praktyka .....	122
	Budowanie zainteresowania .....	123
	Jesteś wydawcą magazynu .....	123
	Komentowanie udostępnionej treści .....	124
	Jak wygląda Twój magazyn? .....	125
	Dwa przydatne narzędzia .....	125
	Organizacja pracy .....	126
	Czy udostępnianie treści przynosi korzyści biznesowe? .....	127

<b>11 Jak zyskać przewagę na Google+?</b> .....	<b>129</b>
John Herman — spotkaniowy showman .....	130
Michael Dell — przystępny prezes .....	131
Muhammad Yunus — zmienianie świata .....	131
Mark Horvath — rozdawanie pizzy, skarpetek i nadziei .....	132
Robert Scoble i Rackspace .....	134
Moje techniki gwarantujące przewagę .....	135
<b>12 Twoja strona biznesowa</b> .....	<b>139</b>
Wygląd stron biznesowych .....	140
Reguły dla stron biznesowych .....	140
Funkcjonalności, które będą wkrótce (albo już są) dostępne .....	141
Jak firmy mogą korzystać ze stron biznesowych? .....	142
Ciekawe strony biznesowe .....	144
Corcoran Group — <a href="https://plus.google.com/106654503918907830147/posts">https://plus.google.com/106654503918907830147/posts</a> ..	144
Dallas Cowboys — <a href="https://plus.google.com/106281600940449244340/posts">https://plus.google.com/106281600940449244340/posts</a> ..	144
Intel — <a href="https://plus.google.com/111660275132722215045/posts">https://plus.google.com/111660275132722215045/posts</a> .....	144
Edelman Digital — <a href="https://plus.google.com/106069281351191490929/posts">https://plus.google.com/106069281351191490929/posts</a> ..	145
Forbes — <a href="https://plus.google.com/116243183460563505245/posts">https://plus.google.com/116243183460563505245/posts</a> .....	145
NASA — <a href="https://plus.google.com/102371865054310418159/posts">https://plus.google.com/102371865054310418159/posts</a> .....	146
Rola strony biznesowej w prowadzeniu firmy .....	146
Solidna wizytówka .....	147
<b>13 Czujesz się szczęściarzem?</b> .....	<b>149</b>
„Bazy domowe”, „posterunki” i wyszukiwanie .....	150
Sygnały społecznościowe .....	151
Ruchome piaski .....	152
Ludzie mają znaczenie .....	153
Jak wykorzystać Google+, by poprawić swoją pozycję w rankingu wyszukiwań? .....	154
Wykorzystaj swój profil .....	155
Jak Google+ może pomóc Twojej firmie? .....	155
Bądź autentyczny .....	156

<b>14 Co dalej? .....</b>	<b>159</b>
Pierwsze kroki .....	160
Słuchanie .....	161
Publikowanie treści .....	162
Udostępnianie treści .....	163
Wideo .....	164
Spotkania .....	165
Zdjęcia .....	166
Komentowanie .....	167
Strony biznesowe .....	168
Kilka przemyśleń na koniec .....	168
Ostatnie uwagi .....	169



# Czujesz się szczęściarzem?

Chcę podkreślić na samym początku tego rozdziału, że nie jestem ekspertem od wyszukiwania. Rozumiem jego wartość. Wiem wystarczająco dużo, by nie popełniać poważnych błędów, które możesz zrobić, konstruując stronę (na przykład nie mam stron wykonanych w całości we Flashu). Wiem również dostatecznie dużo, by rozumieć, że Google+ oferuje firmom przede wszystkim możliwość poprawienia pozycji w rankingu wyszukiwań, ponieważ Google indeksuje treści publicznie udostępniane na Google+.

To oznacza, że kiedy opublikujesz na Google+ wpis typu „Jak wybrać ekipę remontową?”, który zawiera mnóstwo przydatnych informacji i będzie udostępniany dalej przez osoby zainteresowane tym materiałem (i we wpisie umieściłeś link do swojej strony), stosunkowo szybko będziesz mógł zobaczyć pozytywne rezultaty. Google aktywnie „patroluje” Google+, wyszukując interesujące treści, które inni mogą później znaleźć za pomocą wyszukiwarki. Dzięki temu masz szansę udostępnić światu informacje, które są interesujące dla osób z Twojej grupy docelowej.

Nawiasem mówiąc ani Facebook, ani Twitter, ani nawet LinkedIn nie ułatwiają Google tego zadania. Google nie indeksuje już treści na Twitterze i nigdy nie miało dostępu do treści na Facebooku. Z Google korzysta do wyszukiwania informacji więcej internautów niż z jakiegokolwiek innej wyszukiwarki, jeśli zatem wykonujesz większość swoich internetowych działań marketingowych na Facebooku, Twitterze lub LinkedIn, tracisz możliwość dotarcia do osób, które mogłyby Cię znaleźć przez Google.

To nie oznacza oczywiście, że Google+ to wszystko, czego potrzebujesz, by poprawić swoją pozycję w rankingu wyszukiwania. Jeśli wydajesz już pieniądze na optymalizację stron dla wyszukiwarek internetowych (SEO), nie powinieneś obcinać tego budżetu i zamiast tego po prostu zamieścić kilka wpisów na Google+. Jednak wydawanie pieniędzy na samo SEO bez podejmowania pracy nad wartością merytoryczną wyszukiwanych treści jest stratą pieniędzy. To jak dbanie o linię przez przyjmowanie suplementów witaminowych i białka bez ćwiczenia i zdrowych nawyków żywieniowych. Musisz wykonać ciężką pracę, by suplementy mogły Ci w czymkolwiek pomóc.

## „Bazy domowe”, „posterunki” i wyszukiwanie

Możesz się obawiać, że Twoja strona biznesowa na Google+ prześcignie w rankingach wyszukiwania stronę główną. Kiedy w Google wpiszesz *chris brogan*, możesz zobaczyć w wynikach moją stronę na Google+ oraz moją stronę główną *chrisbrogan.com*. W moim przypadku nie ma to większego znaczenia, ponieważ w obu miejscach pozwałam internautom na nawiązanie ze mną kontaktu w łatwy sposób. Ale jeśli Twoja „baza domowa” jest jednocześnie sklepem, zapewne nie chcesz, by strona na Google+ znajdowała się wyżej w wynikach wyszukiwania.

Jednym ze sposobów utrzymania strony głównej na wysokiej pozycji w rankingu jest pilnowanie, by nie używać tych samych słów kluczowych we wpisach na Google+ i na głównej stronie. Kolejny to pamiętanie o zamieszczaniu linków do głównej strony i innych stron częściej niż odsyłanie ludzi do treści zamieszczonych na Google+. Możesz również rzadziej wymieniać nazwę marki na Google+, jeśli obawiasz się, że to może zmniejszyć skuteczność wyszukiwania Twojej głównej strony (powtarzam znowu, że nie jestem ekspertem od wyszukiwania ani nawet porządnym amatorem, ale ta rada wydaje mi się przydatna. Nie zaszkodzi spróbować).

W skrócie — pracujesz ciężko, by utrzymać „bazę domową”, czyli swoją główną stronę jako pierwszy wynik wyszukiwania dla odpowiednich fraz; korzystasz z Google+ jako „posterunku” i tworzysz wpisy, które *kierują* internautów do Twoich ofert czy usług. Więcej na ten temat powiem już wkrótce, ale najpierw poznaj profesjonalistów, którzy pomogą Ci lepiej zrozumieć, jak Google+ może wpłynąć na wyszukiwanie.

## Sygnaly społecznościowe

Jeśli spostrzegasz, że wszyscy eksperci SEO aktywnie testują Google+ i eksperymentują z nim, to znaczy, że dzieje się coś ważnego. Jedną ze zmian związanych z wyszukiwaniem jest sposób, w jaki Google oblicza wartość linków udostępnianych w sieciach społecznościowych w porównaniu z linkami udostępnianymi na blogach i stronach internetowych.

Google (wyszukiwarka, a nie sieć społecznościowa Google+) uwzględniła wiele czynników, by ustalić, którą stronę powinno promować jako najbardziej odpowiadającą jakimś kryteriom wyszukiwania. Wśród tych czynników znajdują się m.in. takie: na ilu innych stronach zamieszczono linki do danej strony, jakiego tekstu użyto, opisując link czy pozycję zajmowaną w rankingu przez strony linkujące daną stronę.

Poprosiłem Danny'ego Sullivana z firmy Search Engine Land, by wyjaśnił, jak działają „znaki społecznościowe”. „Znaki społecznościowe” opisują, jak internauci korzystają z sieci społecznościowych, by odesłać kogoś do pewnej strony. Danny jest aktywny na Google+ od 2. dnia jego istnienia i pracuje równie ciężko, jak pozostali najlepsi eksperci od optymalizacji wyszukiwania, by odkryć, co ma największe znaczenie w rankingach. Oto co mówi Danny:

„Google już teraz traktuje znaki społecznościowe jako ważny czynnik bardzo silnie wpływający na wyniki wyszukiwania. Kontakty na Google+ wyglądają na jedne z najważniejszych spośród wszystkich czynników — mogą być nawet ważniejsze niż zbieranie linków.

Bycie z kimś »przyjaciółmi« na Google+ oznacza, że jeśli jesteś zalogowany, Twoje wyniki wyszukiwania są w dużym stopniu uzależnione od tego, co Twoi przyjaciele lubią i udostępniają. Rzeczy, które nie widniałyby normalnie na samym szczycie listy wyników, mogą być »popchnięte« wyżej przez Twoich znajomych.

Dobrym przykładem jest Ford. To jedna z niewielu firm, którym pozwolono na aktywne zaznaczenie »obecności marki« na Google+. Kiedy dodałem do kręgów Forda — odkryłem to niespodziewanie — znalazł się na szczycie w rankingu wyszukiwania dla frazy »samochody«. Kiedy byłem wylogowany rezultat wyszukiwania był zupełnie inny.

W tym przypadku dodanie strony firmowej do kręgów było najważniejszym czynnikiem, dzięki któremu Ford znalazł się na szczycie rezultatów mojego wyszukiwania. Więc aktywne działanie na Google+, zachęcanie użytkowników do dodawania Cię do kręgów i obserwowania to najlepsza z nowych technik SEO”.

Jest wiele rzeczy wartych rozważenia, które odkrył Danny. Ma znaczenie to, kogo dodajesz do kręgów, ponieważ od jakiegoś czasu wyszukiwarka Google korzysta z informacji, które zbiera na temat tych użytkowników. To z kolei ma wpływ na to, jakie informacje uzyskasz podczas wyszukiwania. Niesie to ze sobą pewne konsekwencje.

W przypadku Danny'ego dodanie firmy Ford Motor do kręgów sprawiło, że w wyszukiwaniu tak ogólnej frazy jak „samochody” Ford był ceniony wyżej niż pozostałe marki. To ogromna firma z potężną konkurencją. Możesz jednak zastosować to również w przypadku mniejszych firm, ze znacznie mniejszą świadomością marki. Z uwagi na te funkcjonalności to, jakich użytkowników dodałeś do kręgów, i to, czego oni szukają i jak reagują na Twoją obecność w internecie, może wpływać na Twoją sprzedaż.

Stąd dochodzimy do najważniejszej rzeczy, której możemy nauczyć się od Danny'ego. Jeśli bycie „przyjaciółmi” staje się najbardziej znaczącym czynnikiem przy wyszukiwaniu, to zaczyna być bardzo ważne to, żeby użytkownicy dodawali Cię do *swoich* kręgów. Jak sprawić, żeby to zrobili? Udostępniaj ciekawe informacje i odpowiadaj na komentarze i wpisy, w których Cię wspomnieli. Może się okazać, że książka Dale'a Carnegiego o zdobywaniu przyjaciół i wpływaniu na ludzi wciąż zawiera cenne porady.

Jaki jest zwrot z inwestycji związanej z wykorzystaniem narzędzia takiego jak Google+? Jeśli wyjaśnienie Danny'ego Sullivana jest jakąś wskazówką, to wydaje się ważne, by użytkownicy dodawali Cię do swoich kręgów, ponieważ to wpływa na wyniki, jakie otrzymają, kiedy skorzystają z wyszukiwarki Google. Wymaga to rozważenia wielu rzeczy. Jeśli jesteś z firmy Dell, możesz chcieć, by użytkownicy dodali do swoich kręgów nie tylko Michaela Della, ale również Richarda Binhammera, Lionela Menchaca i wielu innych pracowników Della, którzy posiadają indywidualne konta na Google+. Im więcej osób z danej firmy udostępniających coraz więcej linków do strony lub produktu Della dodasz do kręgów, w tym większym stopniu wpłynie to na rezultaty wyszukiwania fraz związanych z komputerami.

## Ruchome piaski

Rand Fishkin, prezes i współzałożyciel SEOMoz, jest kolejnym ekspertem od wyszukiwania, którego podziwiam. Często czytam jego wpisy. Jednym z moich ulubionych projektów, które Rand prowadzi, jest „Whiteboard Friday”. W ramach tego projektu razem z innymi kręci filmy, w których jest mowa o SEO i są wyjaśniane różne związane z tym zagadnienia. Dzięki temu projektowi mogę porozmawiać z osobami, które wiedzą naprawdę dużo na temat SEO, opowiedzieć im o rzeczach, o których usłyszałem w tych filmach, i dowiedzieć się wystarczająco wiele, by warto było mi pomóc. W moim przypadku to się sprawdza.

Kiedy zapytałem Randa o jego przemyślenia, było jasne, że nie chciał wypowiadać się w książce o tym, jak Google+ wpływa na wyszukiwanie, ponieważ wszystko zmienia się bardzo szybko (rozumiem tę obawę, ponieważ pierwszy raz piszę o systemie informatycznym i oczywiście denerwuję się tym, jak dużo może zmienić się w najbliższych miesiącach). Ale odpowiedź Randa jest wartościowa niezależnie od możliwych zmian technologicznych, ponieważ zwraca nam uwagę, że musimy być czujni w stosunku do tego, jak Google eksperymentuje z wyszukiwaniem i jaki wpływ na wyszukiwanie ma Google+.

Rand mówi:

„Obecnie Google+ bezpośrednio wpływa na rankingi stron w Google na dwa sposoby. Po pierwsze, strony udostępnione w sieci społecznościowej Google+ wydają się być przeszukiwane i indeksowane bardzo szybko (w ciągu godziny od publikacji, często szybciej). Po drugie, strony, które otrzymały rekomendacje +1, pojawiają się wyżej w rezultatach wyszukiwania każdej osoby w Twojej »sieci społecznościowej« Google (w skład sieci wchodzi kontakty z Google+, Twittera, Facebooka, Quora, LinkedIn itp.).

Istnieją jednak pewne ważne zastrzeżenia. Google bardzo intensywnie eksperymentuje i nieustannie zmienia sposób, w jaki rekomendacje +1 i sieć Google+ wpływają na rankingi (kiedy, gdzie, jak i przez kogo wpis został udostępniony, ma znaczenie). Najbardziej bezpośredni wpływ na rankingi ma klikanie przycisku +1 w »sieci społecznościowej« szukającego. Wydaje się również, że ten wpływ jest znacznie silniejszy zaraz po kliknięciu tego przycisku i z czasem (choć nie zawsze) słabnie. Google+ i wykorzystanie danych z sieci społecznościowych w wyszukiwaniu nadal raczkują i profesjonaliści w dziedzinie wyszukiwania oraz marketingu społecznościowego spodziewają się wielu zmian”.

Samo umieszczenie linku do strony na Google+ wpływa na to, jak szybko strona jest znajdowana przez Google (wyszukiwarke) i jak szybko ktoś może znaleźć tę stronę, przeszukując sieć. Czasem szybkość jest najważniejsza. Jeśli chcesz na przykład wykorzystać najświeższe wiadomości jako katalizator sprzedaży produktu, możesz uznać to za przydatną cechę. Ale w każdym wypadku szybsze przeszukiwanie i indeksowanie strony jest korzystne, ponieważ pozwala internautom szybciej Cię znaleźć.

Pamiętaj także, że Google zaimplementowało przycisk +1 jako narzędzie, które może być używane wszędzie w internecie, nie tylko na Google+. Pewne informacje, które Google zbiera i uwzględni przy ustalaniu pozycji Twojej strony w rankingu, pochodzą także z zewnętrznych źródeł, czyli niemających związku z tym, co robisz w obrębie Google+. To całe wyszukiwanie jest skomplikowane.

## Ludzie mają znaczenie

Brian Chappel napisał ciekawy artykuł na temat tego, jak Google+ może wpłynąć na SEO (<http://www.ignitesocialmedia.com/seo/google-plus-seo/>). Najciekawszym i oczywistym punktem artykułu jest uwaga, że Google+ próbuje podjąć wyzwanie zrozumienia, jak internauci przekazują sobie nawzajem „godne zaufania” informacje, w przeciwieństwie do tego, jak informacje przekazywane są za pośrednictwem stron internetowych. Na przykład o kręgach Brian mówi tak: „Kręgi mogą być postrzegane jako głos oddany w internetowych wyborach na pewne osoby, podobnie jak linki są głosami oddanymi na strony. To pozwala Google lepiej interpretować działania wpływowych internautów”.

Sama informacja o tym, kogo dodałeś do swoich kręgów (i kto dodał Ciebie), mówi Google o tym, którym osobom ufasz i czy cenisz udostępniane przez nie treści. To sprowadza się dokładnie do tego, co powiedział Danny Sullivan. To wskazówka, jak uzyskać rzeczywistą, uchwytłą korzyść z działań podejmowanych na Google+ — im więcej użytkowników „zagłosuje na nas”, dodając nas do swoich kręgów, tym bardziej pokazuje to Google, że treści, które tworzymy i udostępniamy, są wartościowe.

Czy to znaczy, że powinieneś natychmiast wziąć udział w jeszcze jednej grze liczb? Zależy, co chcesz uzyskać dzięki Google+. Pamiętaj, że nie możesz zmusić użytkowników, by dodali Cię do swoich kręgów, więc jedyną możliwością jest zaciekawienie ich (możesz błagać, ale to nie będzie równie skuteczne).

Z drugiej strony być może powinieneś uważnie przeanalizować, kogo dodałeś do kręgów — Google czerpie stąd informacje na temat tego, kogo cenisz. Zaobserwuj, jak dodawanie użytkowników do kręgów wpływa na Twoje wyniki wyszukiwań i inne parametry analizowane przez Google.

Dodawaj do kręgów, kogo chcesz, i nie martw się, jak oddziałuje to na algorytmy wyszukiwania. By dodawały Cię do kręgów wpływowo osoby, twórz interesujące i oryginalne treści, pomagaj innym użytkownikom, komentuj wpisy, dodając znaczące informacje — albo pozostaw to przypadkowi i skup się na tworzeniu treści przydatnych dla Twojego głównego audytorium (tak postępuje wiele osób).

## **Jak wykorzystać Google+, by poprawić swoją pozycję w rankingu wyszukiwań?**

Poprawa pozycji w rankingu wyników wyszukiwań w obrębie Google+ wymaga, żebyś po prostu tworzył wpisy z frazami, których inni mogą szukać w Google. Podobnie jak w przypadku innych stron internetowych, nie ma sensu zapychać wpisów powtarzalnymi frazami (w rzeczywistości Google obniża pozycję w rankingu za tego typu działania). Jeśli jednak napiszesz coś przyciągającego uwagę czytelnika, jest szansa, że Twój wpis zmieści się w parametrach treści, które Google interpretuje jako wartościowe. Zobaczmy to na przykładzie.

Jeśli sprzedajesz homary, możesz opublikować taki wpis:

### **Homary z Maine z dostawą do każdego miejsca**

Kiedy zespół z JR Booker Lobster mówi, że dostarcza homary wszędzie, mówi to szczerze. Niedawno otrzymaliśmy zamówienie na 6 homarów, które miały być wysłane na międzynarodową stację kosmiczną! Małe homarki będą astronautami!

Oto zdjęcie homarów, zrobione przed zapakowaniem ich w specjalny pojemnik, gwarantujący ich świeżość, gdy znajdą się w przestrzeni kosmicznej.

(Tutaj zamieść stosowne zdjęcia).

To jest (oczywiście?) fikcyjny przykład. Nie jestem pewien, czy ktoś jadł homary w kosmosie. Ale co istotne, w tym przypadku tytuł wpisu jest frazą, którą ktoś może wpisać w Google, na przykład „Homary z Maine”, „dostawa homarów”. „Homary dostarczane wszędzie” jest pierwszą linią wpisu, na wypadek gdyby ktoś „zapytał” również o to. Można dodać inne rzeczy, takie jak numer telefonu firmy, adres i e-mail, ale wtedy wpis zacznie wyglądać jak reklama. Czasem się to sprawdza, ale nie zawsze jest dobrym pomysłem.

Wpis o homarach może być interesujący dla Twoich obserwatorów. Zawiera frazy wyszukiwania zbliżone do nazwy firmy i ma potencjał, by zostać uznanym za przydatny przez kogoś, kto wpadnie na niego w wielkim świecie wyszukiwarki Google. Możesz rozważyć też kilka innych elementów.

Upewnij się, że linki w Twoim profilu wykorzystują zakotwiczony tekst (niebieskie słowa linków powinny być słowami odnoszącymi się do frazy, którą ktoś może uznać za wartościową). Na przykład sprzedaję produkt o nazwie „tematy na blogi”, więc zamieszczam link do tej oferty z tekstem „porady dotyczące pisania i tematy na blogi”. Spróbuj. Przetestuj to. Na pewno nie zaszkodzi.

## Wykorzystaj swój profil

Omówiłem to już w poprzednim rozdziale, ale jeszcze raz powtarzam — upewnij się, że na swoim profilu na Google+ zamieściłeś kilka opcji pozwalających na skontaktowanie się z Tobą. Kontynuując poprzedni przykład — jeśli jesteś Jamesem Richmondem Bookerem i prowadzisz firmę JR Booker’s Lobsters, w sekcji linków po prawej stronie Twojego profilu powinieneś zamieścić link do strony firmowej. W opisie powinieneś wspomnieć, że Twoja firma dostarcza homary w każde miejsce. Powinieneś również włączyć funkcję *Wyślij e-maila do...*, jeśli często sprawdzasz pocztę. Możesz też zamieścić w części profilowej numer telefonu oraz adres sklepu (lub sklepów).

W tym przypadku profil może w pewnym sensie stać się statyczną reklamą Twojej firmy. Ale nie zapomnij o zamieszczeniu również osobistych informacji, by przyciągnąć uwagę internautów i zachęcić ich do rozmowy, nawet kiedy akurat nie szukają homarów. Mów o swojej rodzinie, zainteresowaniach, miejscu zamieszkania i o tym, czym się interesujesz poza łowieniem homarów. Niech Twój profil będzie sympatyczny, ale jednocześnie przydatny dla Twojej firmy.

## Jak Google+ może pomóc Twojej firmie?

Google+ pozwala Ci na zamieszczanie zdjęć, filmów, tekstów, linków oraz lokalizacji. Wszystkie te typy wpisów pozwalają potencjalnym klientom dowiedzieć się o Tobie czegoś więcej. Kiedy udostępniasz informacje publicznie, pozwalasz Google na indeksowanie tych treści i w ten sposób pomagasz innym w znalezieniu ich poza siecią Google+. Możesz zamieszczać lokalizacje swoich restauracji wpis za wpisem, aż będzie jasne, gdzie te placówki się znajdują. Opublikuj ofertę tygodnia — może się przydać różnym osobom.

Uważaj jednak, żeby to nie był stały strumień reklam, szczególnie dotyczy to konta osobistego. W przeciwnym razie sam będziesz się prosił o wyrzucenie z kręgów. Jeśli możesz wykorzystać ciekawe informacje, które przydadzą się przy wyszukiwaniu, i przekuć je na historie, które przyciągną uwagę użytkowników, to dysponujesz czymś wartościowym. Podobnie jak w przypadku firmy z homarami, idea polega na stworzeniu wiadomości i opowiedzeniu za jej pomocą historii firmy. Poza tym nie zapominaj o skuteczności rekomendacji w formie filmów. Rekomendacje nie muszą zdobywać nagród na festiwalach filmowych. Po prostu nagraj kamerą internetową 2-minutowy film, na którym zadajesz klientowi kilka pytań, i zamieść go na YouTube. Opublikuj film na Google+, dodając informacje z frazami, które pozytywnie wpłyną na wyszukiwanie, i zyskasz kolejną możliwość, by pomóc internautom na Google+ i poza nim znaleźć Twoją firmę oraz nawiązać relację.

Zawsze wypatruj możliwości opowiedzenia anegdoty związanej z firmą. Może masz w dziale pakowania niezwykłą kobietę grającą na banjo? Jeśli tak, nakręć film na temat jej świetnej pracy i opublikuj go, wyjaśniając, jak fantastyczni są ludzie dostarczający Twoje produkty. Masz prezesa, który gra w rugby z irlandzką ligą strażaków (prezes firmy, w której pracowałem, robił to i uważałem, że jest szalony!)? Zamieść zdjęcia z ostatniego meczu i napisz, że Twój prezes może skopać tyłki prezesom innych firm (dlaczego nie?).

Zamieść historie opowiadające o Twoich klientach. Jeśli ktoś korzysta z Twoich produktów i osiąga świetne rezultaty, uczyni go bohaterem. Poproś o zdjęcie lub krótki film (zdobycie zdjęcia jest bardziej prawdopodobne). Napisz historię skoncentrowaną na kliencie, nie na Tobie. Nie pozwól, by wpis wyglądał jak ten: „Gdyby nie jej mądra decyzja, by używać Greppo 3100, Janie Stamper byłaby bezdomna!”. Napisz coś takiego: „Janie Stamper jest najlepszą »jabłkową« rzeźbiarką w całym Ohio, a może nawet na ŚWIECIE! Ze swoim Greppo 3100 osiąga niesamowite rezultaty i wzbudza zazdrość na wszystkich odpustach!”. Różnica, dość subtelna, polega na tym, że druga historia opowiada, jak niesamowita jest Janie, a nie jak Twoje narzędzie pozwala jej zyskać przewagę nad innymi. Rozumiesz?

## Bądź autentyczny

Przede wszystkim nie korzystaj z mechanicznych środków, by poprawić rezultaty wyszukiwania na Google+. Nie próbuj płacić ludziom, którzy oferują Ci poprawienie pozycji w rankingu lub pozyskanie większej liczby obserwatorów. Pamiętaj — nie ma znaczenia to, jak wielu użytkowników doda Cię do kręgów. Liczy się „jakość” osoby, która Cię dodaje. Poza tym jest wiele sposobów, by wpakować się w kłopoty związane z poprawianiem pozycji w rankingu wyszukiwań, jeśli korzystasz z niewłaściwych środków, by to osiągnąć. Dlaczego miałbyś ryzykować, że Google usunie Twoją stronę czy wpisy z wyników wyszukiwania dla danych fraz?

Opowiadaj świetne historie. Publikuj interesujące wpisy, dzięki którym wpływowe osoby zechcą dodać Cię do kręgów. Pracuj nad jakością informacji bardziej niż nad czymkolwiek innym. Dzięki temu możesz zyskać najwięcej korzyści z działalności na Google+.

Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o wyszukiwaniu, zajrzyj na blogi Danny'ego Sullivana i Randa Fishkina:

- <http://searchengineland.com>
- <http://seomoz.org>

Na ich stronach możesz znaleźć też inne świetne źródła informacji. Odwołuj się do doświadczeń Danny'ego i Randa, kiedy nie jesteś pewien, co zrobić, oraz kiedy chcesz poprawić pozycję swojej strony w rankingu wyników wyszukiwania. Wyszukiwanie ma znaczenie.



# Skorowidz

## A

administrator, 140, 141  
Alltop, 125  
Amazon, 45, 165  
    Payments, 20  
Android, 20, 83  
    Huddle, 47, 48  
AOL, 21, 24, 28  
audytorium, 38, 96, 97, 109-117, 135  
awatar, 57, 59, 61, 62

## B

Bilton Nick, 57  
Binhammer Richard, 56, 152  
blokowanie  
    komentarzy, 80, 85  
    udostępniania, 80, 85, 86  
Bossfit.net, 44  
Bowler Mike, 55  
Brin Sergey, 131

## C

Cadillac CTS, 24  
Carly Jacqueline, 21, 44  
Carnegi Dale, 152  
Chappel Brian, 153  
chat room, *Patrz:* kanał dyskusyjny  
Cisney Jennifer, 42, 54, 88, 89, 91, 92, 107, 123  
Clark Brian, 43, 73  
cloud computing, 134  
Collier Marsha, 31  
Comcast, 90  
Cook Dane, 137  
Corcoran Group, 144

## D

Dallas Cowboys, 144  
Dell, 26, 30, 56, 89, 131, 152  
Dell Michael, 26, 30, 73, 89, 90, 91, 131, 152,  
    165  
Disney Interactive, 72

## E

eBay, 102  
Edelman Digital, 145  
Eliason Frank, 90

## F

Facebook, 18, 19, 20, 21, 22, 26, 27, 28, 39, 50,  
    90, 102, 126, 150, 153  
Fishkin Rand, 152, 153, 157  
Flickr, 50, 95  
Foliaki Mahei, 122  
Forbes, 145  
Ford Motor, 23, 34, 39, 40, 54, 90, 92, 151, 152  
formatowanie tekstu, 82  
Friendster, 28  
friendsurfing, 72

## G

Garfield Steve, 130  
General Motors, 24  
geolokalizacja, 84  
Gerth Bill, 90, 91, 93  
Gmail, *Patrz:* Google Gmail  
Godin Seth, 73

## Google

Analytics, 20, 127, 142  
 Applications, *Patrz:* Google Apps  
 Apps, 133, 160  
 checkout, 20  
 dokumenty, 19  
 Gmail, 160  
 kalendarz, 19  
 mapy, 19  
 Reader, 50, 125, 126  
 Talk, 26

## Google+

dla urzędzeń mobilnych, 83, 84, 141  
 kręgi, 25, 26, 29, 31, 39, 40, 45, 56, 57, 61,  
 65, 67, 68, 70, 71, 74, 75, 111, 147, 153  
 nazwa, 69  
 rozszerzone, 111  
 udostępnianie, 70, *Patrz też:*  
 udostępnianie  
 wchodzące, 31, 69, 70  
 wychodzące, 31, 69, 74  
 profil, 25, 54, 56, 57, 63, 64  
 spotkanie, 165  
 strona biznesowa, 140, 146, 147, 148, 150,  
 167, 168

GoToMeeting, 164  
 Grameen Bank, 131  
 Green Charles, 106

## H

Henderson Fritz, 24  
 Herman John, 130  
 Heyday Footwear, 30  
 Horvath Mark, 132, 133

## I

indeksowanie treści, 28, 153, 155  
 Instant Upload, 83  
 Intel, 144  
 InvisiblePeople.tv, 132, 133

## J

Jantsch John, 104

## K

kanal dyskusyjny, 26  
 Kawasaki Guy, 73, 125, 168  
 Klau Rick, 59  
 Kodak, 42, 54, 88, 92  
 Koford Adam, 72  
 komentarz, 32, 38, 41, 80, 85, 92, 93, 95, 97,  
 102, 109, 111, 113, 114, 124, 125, 126, 167  
 konkurencja, 106  
 konkurs, 29

## L

Libava Joel, 23  
 LinkedIn, 19, 20, 21, 22, 26, 150, 153

## M

Maister David, 106  
 Marvel Studios, 72  
 Mashable, 96  
 McCloud Scott, 59  
 metryka, 111  
 miejsca, 141  
 Milano Alyssa, 73  
 Monty Scott, 23, 34, 39, 54, 89, 91, 92, 93, 107  
 Motorphilia, 32, 79, 102  
 MySpace, 28, 137

## N

Nagy Evie, 72  
 NASA, 146  
 NYC Resistor, 59

## P

Page Larry, 27  
 Pak Greg, 29, 40, 71, 72, 95, 107  
 PayPal, 20  
 Penn Christopher S., 104  
 PodCamp, 104  
 podpis, 62  
 PolarUSA, 55  
 ProBlogger, 43, 44, 55  
 program partnerski, 104, 105, 165

**Q**

Quor, 153  
QVC, 105

**R**

Rackspace, 134  
ranking stron, 149, 150, 151, 153, 154, 156  
Red Bull, 134  
referencje, 30, 47, 95, 112, 156  
rekomendacje, *Patrz:* referencje  
Rosenbaum Steve, 120  
Rowse Darren, 43, 55

**S**

Schuman Scott, 145  
Scoble Robert, 73, 134  
scrapbook, 59  
Screenflow, 164  
Search Engine Land, 21, 151  
SEOMoz, 152  
Shatner William, 73  
sieć społecznościowa, *Patrz:* społeczność  
Simone Sonia, 43  
Smith Aaron Manley, 32, 79, 102, 103  
Smith Julien, 34  
spam, 80, 94, 104, 167  
społeczność, 23, 28, 37, 90, 92, 102, 113, 114,  
116, 136, 140, 143, 145, 146, 148, 161, 166,  
168, 169  
strona biznesowa, *Patrz:* Google+ strona  
biznesowa  
strumień, 79  
Sullivan Danny, 21, 151, 152, 154, 157  
Swift Taylor, 73

**T**

TechCrunch, 96  
Third Tribe Marketing, 43  
Thomas David B., 57  
Twitter, 17-22, 26, 27, 30, 34, 39, 41, 45, 47,  
50, 91, 126, 137, 150, 153, 163

**U**

udostępnianie, 80, 81, 84, 86, 88, 95, 96,  
111, 119, 120, 123-127, 163  
blokowanie, 85

**W**

Ware Danie, 57  
WeAreVisible, 132  
weryfikacja kont, 141  
Wheaton Wil, 73  
wideo, 78, 80- 85, 105, 164  
wideoczat, 26, 32, 40, 46, 47, 49, 77, 105,  
130, 141, 143  
wideokonferencja, 95, 131, 134  
Wilkerson Carrie, 23  
wyszukiwanie, *Patrz:* wyszukiwarka  
powtarzalne, 161  
wyszukiwarka, 29, 150, 153  
Google, 23, 28, 72, 94, 142, 151, 152,  
156, 164  
YouTube, 20, 23, *Patrz też:* YouTube

**Y**

Yost Christopher, 72  
YouTube, 20, 23, 28, 49, 84, 156, 164  
Yunus Muhammad, 131, 132

**Z**

zakładka  
kręgi, 67, 68, 70, 75  
Linki, 64  
O mnie, 59, 61, 62, 63, 102, 147  
Strumień, 77, 79, 81  
Zatrudnienie, 64  
zarządzanie treścią, 33  
zdjęcie, 80, 82, 83, 166  
profilowe, *Patrz:* awatar  
znaki społecznościowe, 151  
Zoller Chris, 55

Notatki

# PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



- 1. ZAREJESTRUJ SIĘ**
- 2. PREZENTUJ KSIĄŻKI**
- 3. ZBIERAJ PROWIZJĘ**

Zmień swoją stronę WWW  
w działający bankomat!

**Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!**

<http://program-partnerski.helion.pl>

# Nie zostawaj w tyle — dołącz do Google+

Google+ to sieć społecznościowa, do której każdego dnia dołączają dziesiątki tysięcy nowych odbiorców. W ciągu pierwszych kilku tygodni istnienia pojawiło się w niej 20 milionów użytkowników, co oznacza, że ta sieć bardzo szybko dogoni inne sieci społecznościowe, a co więcej, ma także szansę zagrozić hegemonowi wśród portali społecznościowych — Facebookowi! Potencjał Google+ dostrzegły również firmy: lawinowo rośnie liczba profili firmowych w ramach Google+. Nie przegap tej szansy i zacznij swoje działania biznesowe w Google+ już dziś!

Dzięki tej książce poznasz wyjątkowe możliwości biznesowe Google+, których nie oferują inne sieci społecznościowe. Uznany profesjonalny mówca i doradca biznesowy, specjalista ds. mediów społecznościowych — Chris Brogan — pokazuje tu, jak szybko uzyskać świetne rezultaty i nie stracić przy tym czasu ani pieniędzy. Nauczysz się wykorzystywać Google+ w zakresie obsługi klienta, promocji, uzyskiwania rekomendacji czy bieżącej współpracy. Dodatkowo poznasz możliwości Kęgów oraz Spotkań. Dowiesz się też, jak zbudować profil przyciągający uwagę oraz jak zaopatrzyć go w interesujące treści, zarówno tekstowe, jak i multimedialne. Książka ta jest idealną pozycją dla osób odpowiedzialnych za kreowanie wizerunku firmy w sieci oraz za wzrost sprzedaży. Google+ naprawdę może w tym pomóc!

Załącz swój profil w Google+, a następnie:

- dodaj atrakcyjne treści
- opublikuj materiały wideo i audio
- zdobądź nowych klientów
- zbuduj swój wizerunek
- zwiększ sprzedaż i rozpoznawalność Twojej marki!

**helion.pl**  
księgarnia  
internetowa

Nr katalogowy: 9765



Księgarnia internetowa  
<http://helion.pl>



Zamówienia telefoniczne:  
**0 801 339900**



**0 601 339900**



**Helion**

Sprawdź najnowsze promocje:

• <http://helion.pl/promocje>

Książki najchętniej czytane:

• <http://helion.pl/bestsellery>

Zamów informacje o nowościach:

• <http://helion.pl/nowości>

Helion SA

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel.: 32 230 98 63

e-mail: [helion@helion.pl](mailto:helion@helion.pl)

<http://helion.pl>



ISBN 978-83-246-4967-9



Cena: 37,00 zł

Informatyka w najlepszym wydaniu