

דוגמה לתכנון פוסט:

1. כותרת ראשית לא מלוטשת למאמר (נושא המאמר):
חמש משימות כתיבה לביצוע לפני החגים
2. 3-4 כותרות משנה שמציינות – כל אחת – את נושא הפסקה והסבר על כל פסקה.
 - א. הקדמה – למה זה חשוב להכין כמה שיותר תכנים לפני החגים, לתקופה שאחרי?
 - ב. משימה ראשונה – הכנה לפייסבוק
 - ג. משימה שנייה – הכנה לפוסטים לבלוג
 - ד. משימה שלישית – הכנה לניוזלטרם לרבעון הקרוב
 - ה. משימה רביעית – כתיבת תוכנית תוכן שיווקי כוללת
 - ו. שריון זמני כתיבה לביצוע המשימות – ביומן השנתי
 - ז. סיכום ומסר אישי ממני
3. הפואנטה של המאמר במשפט אחד – שיהפוך לפסקה הסוגרת.

כדי שהשנה הקרובה תהיה מלאה בהשגים, תוביל לקשרים חדשים ותחבר אותנו עם יותר לקוחות פוטנציאליים, כדאי להתחיל לתכנן ולעבוד כבר עכשיו ולא לחכות לתקופה שאחרי החגים.

שאלות שחשוב שנשאל לפני ואחרי הכתיבה:

1. מה המטרה הסופית של המאמר – כיצד הוא נותן ערך?
2. האם הסברנו כל נושא בשפה פשוטה, ברורה, שאפשר לקרוא אותה? (רמז: תקראו בקול את המאמר).
3. האם שילבנו במאמר מילים מנחות וביטויי מפתח שיעזרו לנו לקדם את האתר בגוגל?
4. האם הכותרת מושכת להיכנס ולקרוא?
5. האם התוכן נאמן לנו ואנחנו עומדות מאחוריו?

