

Coraz więcej przedsiębiorców postanawia budować swój wizerunek pisząc bloga eksperckiego. To już nie tylko zbędna ekstrawagancja działów marketingu wielkich korporacji, to jeden z najskuteczniejszych sposobów, żeby zyskać rozgłos jako specjalista w swojej branży. To również doskonałe narzędzie dla tych, którzy posiadają ograniczony budżet na promocję lub dopiero zaczynają swoją przygodę z biznesem.

Jedną z osób, które zbudowały swój wizerunek prowadząc blog jest Maciej Budzich, od 2006 roku autor www.blog.mediafun.pl, w którym opisuje zjawiska ze świata reklamy i Internetu. Konsekwentnie publikując ciekawe opinie i komentarze stopniowo ugruntował swoją pozycję jednej z najbardziej wpływowych osób polskiego Internetu.

Maciej Budzich jest m.in. jednym z twórców kodeksu współpracy z blogerami, którego celem jest uregulowanie kwestii promocji firm na blogach i umieszczania na nich reklam. Jest także organizatorem konferencji branży internetowej, współorganizatorem debaty premiera Donalda Tuska z blogerami i wreszcie laureat nagrody Internet Standard Człowiek Roku 2009.

W tym momencie jego blog jest odwiedzany kilkadziesiąt tysięcy razy w miesiącu – dla porównania tygodnik Wprost w marcu 2010 sprzedał się w ilości ok. 77 tys. egzemplarzy. Jak uzyskać takie efekty? Można dowiedzieć się tego od samego Macieja Budzicha. Będzie to możliwe dzięki jego współpracy z platformą telekonferencyjną Vidnet. Już 16 sierpnia odbędzie się kolejne szkolenie „Wizerunek w sieci” tym razem poświęcone tworzeniu i prowadzeniu profesjonalnych blogów. Poruszone zostaną na nim zarówno zagadnienia techniczne jak i odpowiedzi na pytanie „co i jak pisać na blogu”, żeby stać się cenionym w swojej branży ekspertem.

Wszelkie szczegóły dotyczące szkoleń są dostępne na stronie organizatora www.vidnet.pl/biznesedukacja.

Vidnet to pierwsza na rynku platforma telekonferencyjna działająca w systemie prepaid. Klienci nie są więc zmuszeni płacić stałego miesięcznego abonamentu, zasilają tylko swoje konto taką kwotą, którą zamierzają wykorzystać. Nie jest to więc kolejny produkt skierowany do klientów korporacyjnych, ale dla klientów indywidualnych, którzy cenią sobie rozwiązania skrojone na miarę.

Grupa MLM