**Świąteczny content - o czym pisać na blogu firmowym w grudniu?**

**Boże Narodzenie to magiczny czas. Chwile spędzone z najbliższymi, świąteczne potrawy, jarmarki, dekoracje i co ważne - odpoczynek od codziennego biegu. Okres przedświąteczny jest nieco bardziej burzliwy. Grudzień to dla firm gorący miesiąc. Wszystkim zależy, by dopiąć rozpoczęte przedsięwzięcia przed końcem roku. Zbliżające się deadline’y z jednej strony przytłaczają, a z drugiej motywują pracowników do działania.**

W całym tym świątecznym szale nie powinniśmy zaniedbać działań marketingowych, w tym prowadzenia firmowego bloga, który szczególnie teraz może okazać się najlepszą reklamą naszych produktów. Artykuły na temat oferowanego asortymentu dopasowujemy do charakteru marki - jeśli proponujemy klientom akcesoria codziennego użytku, jedną z opcji są lekkie i krótkie wpisy poradnikowe. Teksty będą różnić się w zależności od branży, w jakiej działamy i grupy docelowej, do której kierujemy swoje treści. Styl i długość artykułów definiuje oferta firmy. W grudniu każda marka odnajdzie jakiś punkt zaczepienia dla swojego bloga, nawet, jeśli oferowany asortyment nie wpisuje się w świąteczny klimat.

**Coraz bliżej święta - podaruj dobre słowo**

Żeby publikowane treści przyniosły zamierzone efekty, musimy śledzić potrzeby naszych klientów. Grudniowy klient nie skupia się już wyłącznie na własnych pragnieniach. Na celowniku ma teraz potrzeby swoich bliskich, a naszym zadaniem jest pomoc w ich zaspokojeniu. Dlatego prowadząc bloga firmowego, podaruj dobre słowo - wartościowy content, który wesprze klienta. Świetnie sprawdzą się krótkie wpisy do scrollowania na telefonie wieczorem czy w autobusie w drodze do pracy. Jak przygotować świąteczne potrawy, gdzie kupić upominki pod choinkę dla najmłodszych czy którą stylizację na wigilię wybrać - to przykłady wpisów w duchu Bożego Narodzenia.

**Blog firmowy - o czym pisać w grudniu?**

Treści publikowane na blogu firmowym zależą od specyfiki marki i rodzaju oferowanych przez nią produktów bądź usług. Firmy lifestyle’owe, sprzedające określone produkty mogą zaproponować czytelnikom wpisy poradnikowe dotyczące wyboru prezentów czy zakupu modnych dekoracji, które można u nich nabyć. Dobrze jest pomyśleć również o zestawieniach wielu produktów i porównaniu ich pod różnym kątem. Jeśli grupą odbiorców są młodzi ludzie, warto postawić na zwięzłe i konkretne treści wzbogacone multimediami. Takie artykuły to okazja do reklamy produktów poprzez linki przekierowujące do sklepu internetowego.

Firmy, które oferują produkty czy usługi niczym nie związane ze świętami mogą zaproponować swoim klientom content, dzięki któremu poczują magię grudniowych dni, ale nie będą bezpośrednio odnosić się do asortymentu marki. Niekiedy specyfika produktów z naszej oferty nie sprzyja tworzeniu lekkich wpisów w świątecznym klimacie, ale to nie powinno nas ograniczać. Dobrym pomysłem będą wpisy na blogu firmowym, na którym opublikujemy kulisy przygotowania paczek świątecznych dla potrzebujących czy też fotorelację z ubierania firmowej choinki. Akcje charytatywne, wspólne śpiewanie kolęd czy wigilia z pracownikami to sytuacje, którymi warto się dzielić i które budują pozytywny wizerunek firmy.

Jakie treści sprawdzają się w okresie świątecznym?

1. **Wpisy poradnikowe**

Niezawodnym pomysłem będzie z pewnością zestawienie propozycji na świąteczne prezenty. Nie ograniczaj się do typowych opcji prezentowych dla dziewczyny i chłopaka. Dodaj więcej kategorii, aby każdy znalazł coś dla siebie. W końcu prezentami obdarowujemy również rodziców, przyjaciół, szefa czy nauczyciela. Po udanych zakupach pozostaje nam zapakowanie upominków i włożenie ich pod choinkę Jeśli Twoja marka oferuje materiały papiernicze niezbędne do stworzenia efektownego pakunku, możesz skusić się na wpis na temat DIY - tutoriale są mile widziane przez klientów i cieszą się dużym zainteresowaniem.

12 potraw na wigilijnym stole być może nie jest już najbardziej przestrzeganym świątecznym zwyczajem, jednak faktem jest, że w Boże Narodzenie jemy dużo i smacznie. O ile przy tradycyjnych potrawach chętnie pomoże nam babcia, tak niekoniecznie będzie znała ich wegańskie zamienniki lub lżejsze wersje. W okresie świąt nie musisz rezygnować z codziennej diety i kulinarnych przyzwyczajeń. Na blogu firmy oferującej produkty lub akcesoria kuchenne klienci chętnie przeczytają o propozycjach na dania gluten free czy innowacyjne wersje tradycyjnych potraw.

Ulice w grudniu przepełnione są ozdobami - choinkami, reniferami i różnokolorowymi światełkami. Pomóż czytelnikowi przenieść ten świąteczny klimat do domu, dając mu pomysły na udekorowanie każdego rodzaju wnętrza. Warto wspomnieć o nietypowych ozdobach choinkowych i uroczystym nakryciu świątecznego stołu. Wpisy tego rodzaju to idealna forma promocji marki z branży home&garden.

2. **Relacjonowanie świątecznych działań firmy**

W grudniu warto zaangażować się w akcje, które pomogą w budowaniu pozytywnego i ciepłego wizerunku marki. Na blogu mile widziana będzie relacja z firmowej wigilii i sprawozdanie z podtrzymywania świątecznych tradycji w biurze (takich jak wspólne ubieranie choinki, losowanie gwiazdkowych prezentów czy otwieranie kolejnych okienek kalendarza adwentowego). Niezbędnym elementem tego typu wpisów są zdjęcia lub filmy ujmujące efekt, ale i przebieg tych działań.

Wiele marek włącza się też w zewnętrzne działania charytatywne, takie jak zbiórka żywności, pomoc w organizacji wigilii dla ludzi ubogich czy popularna Szlachetna Paczka - projekt społeczny wspierający materialnie i mentalnie rodziny w trudnej sytuacji życiowej. Ciekawą inicjatywą jest także CSR-owy event Deweloperzy Dzieciom, który od 8 lat niesie pomoc najmłodszym, angażując kilkadziesiąt firm z branży nieruchomości, których z roku na rok przybywa. Angażując się w różnego rodzaju akcje charytatywne nie tylko pomagamy tym, którzy w okresie świątecznym szczególnie potrzebują naszej pomocy, ale i pielęgnujemy relacje wewnątrz i na zewnątrz firmy.

3. **Świąteczne rankingi**

Sprawdzonymi wpisami na bloga firmowego są rankingi bazujące na tematyce Bożego Narodzenia. Marka lifestyle’owa ma tutaj szansę wypromować produkty ze swojej oferty, dzięki którym możemy poczuć magię świąt. Firma kosmetyczna przykładowo może opublikować wpis o rodzajach cery z propozycjami kremów do twarzy ze swojej oferty dla kobiet w różnym wieku, co pomoże w wyborze prezentu dla mamy, babci czy przyjaciółki. Dobrym pomysłem będą też propozycje filmowe bądź muzyczne na nadchodzące święta. Tego rodzaju wpisy sprawdzą się w przypadku marek promujących kulturę - kin, wydawnictw czy sklepów muzycznych. Firmy kierujące swoją komunikację do osób z branży marketingowej mogą pokusić się o zestawienie najlepszych ich zdaniem tegorocznych kampanii świątecznych lub wpisanych już w świadomość klasyków minionych lat.

**Pozytywny wizerunek marki - korzyść z prowadzenia bloga firmowego w grudniu**

Blog firmowy to wartościowe narzędzie silnej marki, która może dzięki niemu pokazać, co kryje się za jej ofertą. Grudzień nie musi być przerwą w jego prowadzeniu - przeciwnie, w okresie świątecznym mogą powstać ciekawe i angażujące czytelników wpisy. Jeśli Twoja firma nie oferuje świątecznych usług i produktów, skup się na magii świąt, jaką odczuwamy niosąc pomoc potrzebującym. Blog firmowy okresie bożonarodzeniowym to doskonałe miejsce na tworzenie wizerunku marki odpowiedzialnej społecznie. Grudniowy PR budowany w duchu świąt z pewnością poruszy serca czytelników i pozostanie w ich pamięci na dłużej.