

| Analiza | | |
|---|---------|------------------------------|
| Wynik | 98% | |
| Zbadane fragmenty | 45 | |
| Fragmenty z konfliktem | 44 | |
| Wykryte znaki | 2786 | |
| Wykryte znaki specjalne | 5 | |
| Wykryte wyrazy | 400 | |
| Suma splagiatowanych wyrazów | 396 | |
| Plagiat intencjonalny | 90% | |
| Grupy fragmentów | | |
| Rozmiar fragmentów | Plagiat | Ilość fragmentów z plagiatem |
| ≥ 0 wyrazów | 98% | 44 |
| ≥ 5 wyrazów | 98% | 41 |
| ≥ 10 wyrazów | 99% | 17 |
| ≥ 20 wyrazów | 0% | 0 |
| ≥ 40 wyrazów | 0% | 0 |
| Źródła i baza porównawcza | | |
| Baza aktów prawnych | 0 | |
| Encyklopedie | 0 | |
| Inne źródła | 44 | |
| Ilość wykluczonych źródeł przez użytkownika | 0 | |
| Ilość wykluczonych fragmentów przez użytkownika | 0 | |
| Fragmenty wykluczone przez źródła | 0 | |
| Ilość zduplikowanych źródeł | 40 | |



Rapidus.org

Zawartość plagiatu

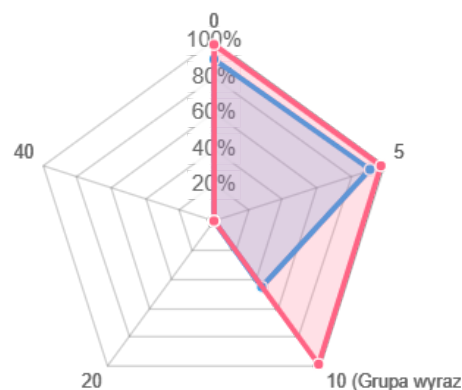
Plagiat Oryginał



Plagiat w grupach fragmentów

Plagiat wykryty w grupie fragmentów

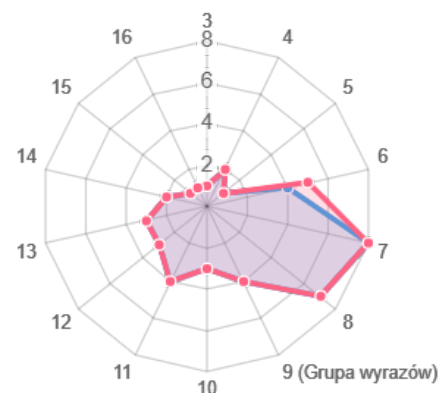
Plagiat intencjonalny wykryty w grupie fragmentów



Wykryte fragmenty

Ilość wszystkich fragmentów

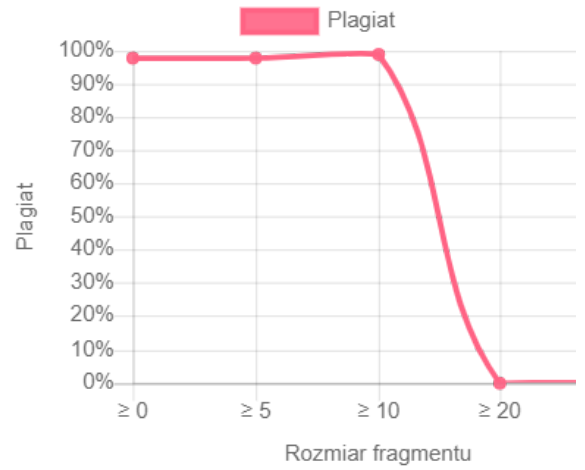
Ilość fragmentów z wykrytym plagiatem



Szczegółowe listy

| | |
|-------------------------------|---|
| Lista wykluczonych źródeł | Brak |
| Lista wykluczonych fragmentów | Brak |
| Zduplikowane źródła | https://marketingzglowy.com.pl/marketing/jak-dobrze-prowadzic-blog-firmowy/ |

Plagiat w grupach fragmentów



Legenda

Wynik - Ilość plagiatu w sprawdzanym dokumencie wyrażona w procentach. Wynik oznaczony jest jednym z czterech kolorów:

■ zielony (wynik poniżej 20%)

■ żółty (wynik od 20% do 30%)

■ pomarańczowy (wynik od 30% do 40%)

■ czerwony (wynik powyżej 40%)

Plagiat intencjonalny - Współczynnik wskazujący ilość plagiatu, która została oznaczona przez algorytm systemu Rapidus jako zamierzony plagiat.

Fragment - Wyodrębniona część badanego dokumentu złożona z wyrazów.

Grupy fragmentów - Są to grupy złożone z fragmentów o podanej liczbie wyrazów (rozmiar fragmentów) zawartych w badanym fragmencie.

PZF (Procentowa Zgodność Fragmentów) - Podobieństwo badanego fragmentu z bazą porównawczą wyrażona w procentach. Współczynnik PZF $\geq 80\%$ jest uznawany przez system Rapidus za plagiat.

Znaki specjalne - Ilość wykrytych znaków w badanym dokumencie takich jak: ~|!@#%\$^&*()

Wykluczone fragmenty - Fragmenty wykluczone przez użytkownika z bazy porównawczej

Wykluczone źródła - Źródła wykluczone przez użytkownika z bazy porównawczej.

Zduplikowane źródła - Są to źródła, które zostały wykryte w badanym dokumencie więcej niż jeden raz.

Fragmenty

Legenda: Wykryto plagiat Brak plagiatu Fragment wykluczony przez użytkownika Fragment, który mimo wykluczenia nadal widnieje jako plagiat

Jeśli jesteś marketerem, to wiesz doskonale jak istotny jest wartościowy content. Blog firmowy jest jednym z lepszych sposobów na budowanie treści które w nienachalny sposób przyciągną nowych klientów a także poprawią wyniki pozycjonowania w Google. Co daje blog firmowy? Blog firmowy to właśnie ów wartościowy content, o którym w kółko słyszysz. Oczywiście musisz go wypełnić treściami dobrej jakości. Nie ma tu zatem miejsca na jakiegokolwiek kopiowanie nawet Twoich tekstów ze strony a Twoje wpisy muszą być absolutnie niepowtarzalne. W ten sposób nie tylko poprawisz widoczność Twojej strony w wyszukiwarkach ale także budujesz wizerunek eksperta w swojej dziedzinie. W podobny sposób możesz działać nie tylko słowem pisany. Nagrywanie podcastów i materiałów

wideo to także wartość którą możesz dać swoim potencjalnym klientom. Tylko pozornie oddajesz swoją wiedzę za darmo. W praktyce znacząco zwiększasz swoje szanse na pozyskanie nowych klientów i tym samym na zwiększenie dochodów firmy.

Blog firmowy – jak zacząć

Na początek musisz zastanowić się nad tym, jakiego rodzaju wiedza może przydać się Twoim potencjalnym klientom i na tej podstawie przygotuj listę pierwszych tematów blogowych wpisów. Koniecznie zrób też zestawienie słów kluczowych, po których pozycjonujesz lub chcesz pozycjonować swoją stronę. Dobrze, jeśli takie słowa pojawią się także w tytułach wpisów oraz nagłówkach w tekście, ponieważ w ten sposób najszybciej zbudujesz pozycję strony w Google.

Gdzie założyć blog firmowy

Jeśli Twoja firmowa strona znajduje się na WordPressie, to technologicznie Twój blog jest już gotów. Pozostaje go tylko wyciągnąć na światło dzienne. Jeśli nie ogarniasz WordPressa samodzielnie, zwróć się o pomoc do programisty. W zależności od tego, jak zbudowana jest Twoja strona, najprawdopodobniej konieczne będzie zwrócenie się do autora strony lub innego programisty o poczynienie odpowiednich zmian.

Zanim uruchomisz zakładkę Blog, przygotuj kilka pierwszych tekstów, aby nowa sekcja nie świeciła pustkami. Pierwsze wrażenie jest przecież bardzo ważne.

Jak pisać blog firmowy

Kluczowa zasada jest następująca: pisz zrozumiale do swoich odbiorców. Używaj ich języka, aby chętnie czytali Twoje wpisy. Krótko mówiąc: nie pisz slangiem do prawników i językiem urzędowym do budowlańców.

Oczywiście dbaj o poprawność stylistyczną, ortograficzną i interpunkcyjną, a także staraj się wpleść w swój tekst przygotowane wcześniej słowa kluczowe. Muszą wyglądać w tekście naturalnie. Wepchnięte na siłę sprawią, że wpisu nie będzie się dało czytać. Teksty najlepiej pisz samodzielnie, bo to Ty najlepiej znasz swoją firmę i branżę. Jeśli jednak nie masz na to czasu, albo pisanie nie należy do Twoich mocnych stron, wówczas zleć to profesjonalistom. Więcej dowiesz się tutaj.