

Docente LAURA BERTUGLIA

LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI_LEZIONE 3

Ad un web content editor verrà chiesto il più delle volte di creare articoli per il blog aziendali, al fine di aumentare il traffico sul sito internet, sui canali social collegati al sito e fidelizzare i clienti. È quindi necessario conoscere le regole base per potere scrivere articoli originali, in target e in ottica SEO, in grado di catturare già dal titolo l'utente che cerca informazioni.

REGOLE BASE PER SCRIVERE UN POST DI UN BLOG

Il titolo di un articolo di blog deve:

- Catturare subito l'attenzione dell'utente, promettendo di rispondere alla sua domanda, desiderio o bisogno di informazioni su un argomento;
- Contenere una domanda su come risolvere quello che l'utente cerca in quel momento. Iniziare con "Come" è spesso una strategia efficace;
- Essere specifico e non troppo generico, in grado di offrire subito la soluzione ad un problema ben preciso;
- Essere realistico, mai esagerare con le promesse.

REGOLE BASE PER SCRIVERE UN POST DI UN BLOG

Come capire cosa cercano gli utenti su un argomento su internet?

- Un primo sistema è lo strumento parole chiave su Google di Google ADS che visualizza informazioni precise sul volume di traffico mensile medio per una parola chiave (keyword) o una frase chiave (keyphrase).
- Un altro strumento utile è Google Trends dove inserisci la parola chiave che ti interessa nella casella di ricerca e in base ai risultati capisci se un mercato è in crescita, stabile o in calo.

REGOLE BASE PER SCRIVERE UN POST DI UN BLOG

- Il titolo di un articolo di blog deve contenere la keyword, ovvero la parola chiave.
- I tuoi titoli devono attirare i lettori senza dare la soluzione.
- Deve essere massimo di 60 caratteri, ideale è un titolo con 6 parole, altrimenti Google lo troncherà.

- Utilizza parole sensoriali, capaci di trasmettere un'esperienza esatta, che spinge gli utenti a capire che il post è stato scritto proprio per loro.
- Non ingannare mai i lettori o perderai la loro fiducia, scrivi sempre di cose concrete.

REGOLE BASE PER SCRIVERE UN POST DI UN BLOG

- Apri l'articolo con una domanda o una breve frase.
- ✓ **Dividi il testo in paragrafi** e ogni paragrafo deve contenere massimo 2-5 frasi.
- Usa le liste puntate.
- ✓ Usa sottotitoli che introducono i vari argomenti.
- ✓ Inserisci link di approfondimento.
- ✓ Evidenzia con il grassetto le keywords e i concetti chiave.
- ✓ Togli parole inutili e inserisci parole che suscitano emozioni.
- Elimina periodi ridondanti.
- ✓ Usa una scrittura fluida ed elimina parole complesse.

REGOLE BASE PER SCRIVERE UN POST DI UN BLOG



Come concludere l'articolo:

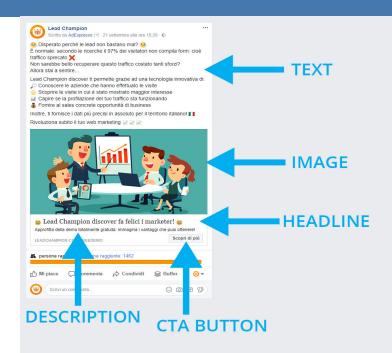
- Fai credere al lettore di poter raggiungere l'obiettivo promesso dal tuo titolo.
 - Descrivigli come cambierà la loro vita se avranno seguito i tuoi consigli.

- ✓ La lunghezza media ideale di un articolo per un blog articolato è di 1600 parole.
- Un post non deve richiedere mai più di 7 minuti per la lettura, altrimenti risulta pesante per il lettore.
- ✓ la lunghezza ideale per riga
 è di circa 8-11 parole.



REGOLE BASE PER SCRIVERE UN POST SU FACEBOOK

- ✓ Scegli un'immagine di impatto o un video
- La lunghezza di un post Facebook non deve superare gli 80 caratteri, risulta ideale una lunghezza compresa tra i 40 e gli 80 caratteri.
- Scrivi con uno stile consono al brand.
- Scegli una call to action (chiamata all'azione) proporzionata al grado di interazione del pubblico con il brand.
- Usa il tono ricorrente del brand, quindi dai del tu o voi per rivolgersi ai lettori, o un tono scherzoso o più professionale a seconda dell'argomento trattato.



REGOLE BASE PER SCRIVERE UN POST SU FACEBOOK

- Usa domande che pensi l'utente si ponga sull'argomento trattato nel post, e presenta la soluzione al problema.
- ✓ Descrivi i vantaggi del prodotto o del servizio in maniera semplice e diretta.
- ✓ Usa uno **stile asciutto**, è più efficace nei canali social.
- ✓ Fai dei sondaggi o crea dei giochi, grazie ai quali l'utente può vincere qualcosa se risponde.
- Usa gli hashtag giusti.
- ✓ Inserisci simboli e emoticon che descrivono il concetto all'inizio o alla fine delle frasi.
- Assicurati di abbreviare gli URL chilometrici.
- Scegli l'orario di pubblicazione in base alle interazioni dei tuoi utenti.