



Docente  
LAURA BERTUGLIA

LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI\_LEZIONE 3

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

- ✓ 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.

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

## 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.

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

## 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.

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

## 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.

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

## 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.

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

## 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.**

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

- ✓ **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.**





# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

## 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 rivolgerti ai lettori, o un tono scherzoso o più professionale a seconda dell'argomento trattato.

The image shows a screenshot of a Facebook post from 'Lead Champion'. The post text reads: 'Disperato perché le lead non bastano mai? È normale: secondo le ricerche il 97% dei visitatori non compila form: cioè traffico sprecato. Non sarebbe bello recuperare questo traffico costato tanti sforzi? Allora stai a sentire... Lead Champion discover ti permette grazie ad una tecnologia innovativa di: Conoscere le aziende che hanno effettuato le visite; Scoprire le visite in cui è stato mostrato maggior interesse; Capire se la profilazione del tuo traffico sta funzionando; Fornire al sales concrete opportunità di business. Inoltre, ti fornisce i dati più precisi in assoluto per il territorio italiano! Rivoluziona subito il tuo web marketing'. Below the text is an illustration of three business professionals in a meeting. At the bottom of the post, there is a 'Scopri di più' button. Blue arrows point to different parts of the post: 'TEXT' points to the main text, 'IMAGE' points to the illustration, 'HEADLINE' points to the text 'Lead Champion discover fa felici i marketer!', 'DESCRIPTION' points to the text 'Approfitta della demo totalmente gratuita: immagina i vantaggi che puoi ottenere!', and 'CTA BUTTON' points to the 'Scopri di più' button.

TEXT

IMAGE

HEADLINE

DESCRIPTION

CTA BUTTON

# LE REGOLE BASE PER CREARE CONTENUTI EFFICACI

## 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.