

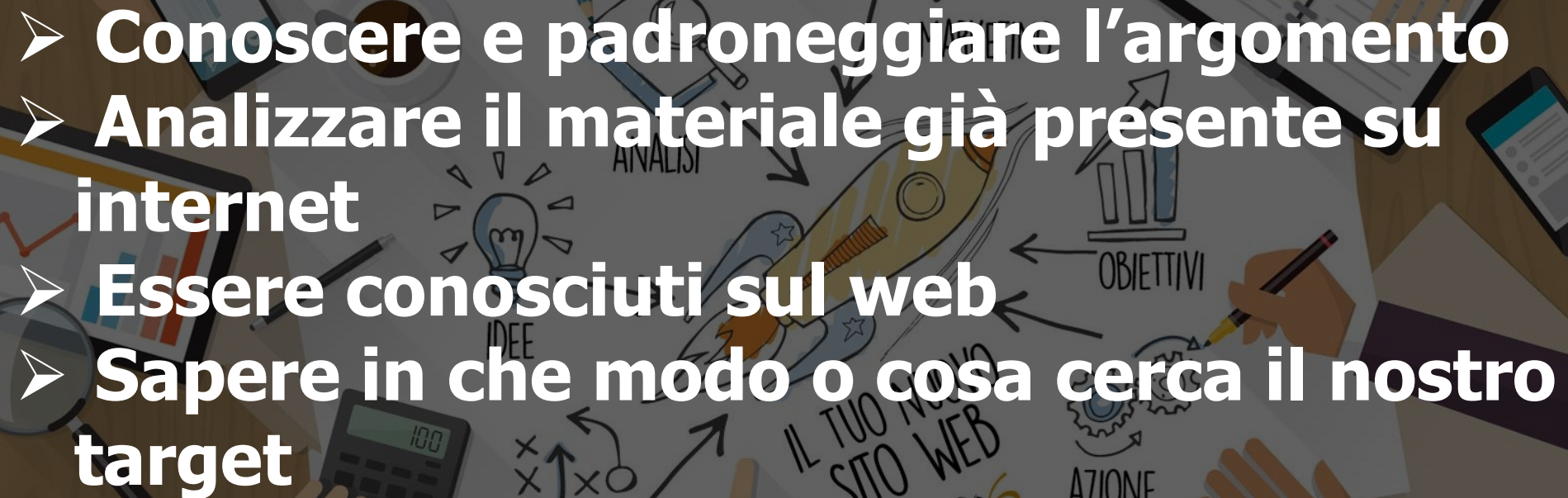


SCRIVERE PER IL WEB

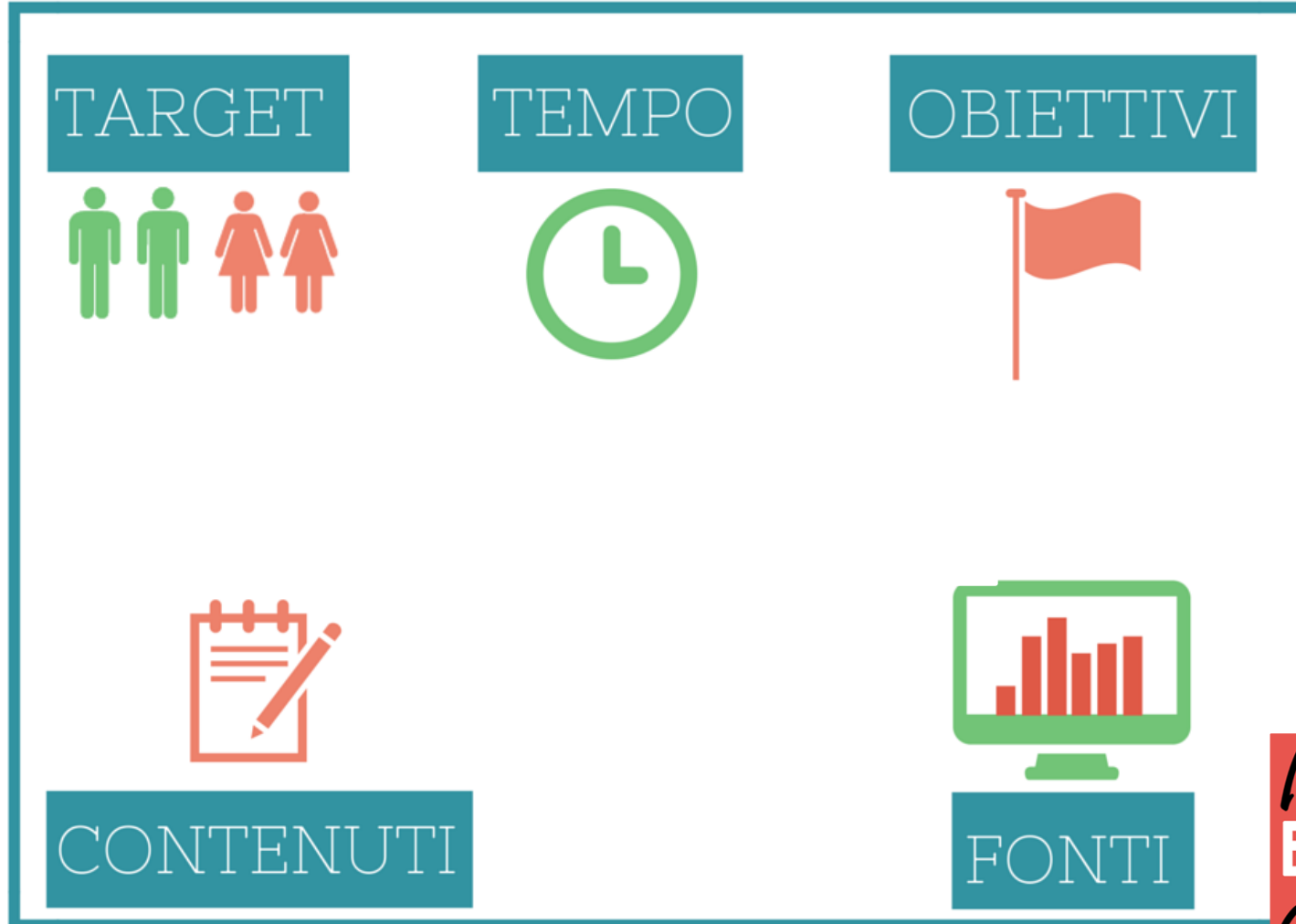
Vincenzo Bianculli

Primi passi

da cosa partire

- 
- **Conoscere e padroneggiare l'argomento**
 - **Analizzare il materiale già presente su internet**
 - **Essere conosciuti sul web**
 - **Sapere in che modo o cosa cerca il nostro target**

piano editoriale



scelta delle keywords

Gli strumenti

- **Keyword Planner (Google Ads)**
- **Google Trends**
- **Google Suggest**
- **Bing Keyword Research Tool**
- **Ubersuggest**
- **Answerthepublic**

- **Keywordtool**

- **SEMRush**
- **SeoZom**

Da utilizzare con
criterio,
offrono una visione
quantitativa non
qualitativa

tipi di contenuti

- **SERP ORIENTED:** tale tipologia di contenuti svolgono generalmente un ruolo informativo e rispondono a specifiche keywords di ricerca.

- **TREND ORIENTED:** questi contenuti si differenziano dai precedenti in quanto cavalcano un'onda emotiva e un'esigenza informativa temporanea.

- **ENGAGEMENT ORIENTED:** per quest'ultima linea editoriale i canali social risultano lo strumento più efficace, organizzazione di contest

tipi di scrittura

- MODELLO GIORNALISTICO: SFRUTTA LE 5W

Piramide rovesciata, bisogna mettere in primo piano le notizie più importanti, ed organizzare il testo attraverso una struttura gerarchica.

- STORYTELLING: RACCONTA LA TUA ESPERIENZA

Mettere in campo la tua esperienza personale, un dettaglio importante per accrescere la fiducia

- INIZIARE L'ARTICOLO CON UNA DOMANDA

Se si tratta di un articolo legato a un problema ricorrente puoi fare centro

tipi di formati

- ✓ Articoli sul blog (guide, recensioni, news, interviste)
- ✓ Infografiche (sviluppo di concetti, workflow)
- ✓ eBook (guide informative, corsi, consigli, risorse utili)
- ✓ Video tutorial (videocorsi, videoguide, recensioni, unboxing)
- ✓ Webinar live

Aspetti tecnici

titolo

1. Usa i numeri e le liste: «5 consigli per la web reputation»;
2. Risolvi un problema: «Soffri di mal di testa? Ecco un rimedio naturale»;
3. Negazioni: «Le cose da NON fare durante l'estate»;
4. Tecniche del «Perché»: «Perché gli olandesi vivono di più?»;
5. Tecnica del «Come»: «Come fare la torta della nonna»;
6. Tecnica del «Chi»: «Chi può migliorare il tuo benessere?»;
7. Crea una sfida: «Sei in grado di aumentare i tuoi fan in soli 3 giorni?».
8. Tutto ciò...: «Tutto ciò che devi sapere prima di acquistare casa»

Ricorda: per far sì che l'intero titolo sia visualizzato nelle SERP di Google, dovrai rimanere all'interno dei 70 caratteri.

la RIC
ERCA
del LA
VORO

meta description

Si tratta del breve testo contenuto tra i 100 e i 150 caratteri che si visualizza sotto il titolo nei risultati di google, serve a catturare l'attenzione del lettore, non ai fini del posizionamento.

Google

studio di grafica



Cerca

Kidstudio – Lo studio grafico a Firenze

Title

Snippet

<https://kidstudio.it/it/> ▼

Siamo uno studio grafico a Firenze focalizzato sulla progettazione di immagine coordinata per aziende e prodotti, packaging, siti web ed editoria.

Description

STUDIODI comunicazione creativa, ideazione di marketing e ...

<https://www.studiodi.biz/> ▼

STUDIODI comunicazione creativa, ideazione di marketing e pubblicità, sviluppiamo brand, siti web e advertising per promuovere il tuo business al meglio.

Studio Grafico Firenze - Seven Graphics | Agenzia di comunicazione

<https://www.sevengraphics.it/studio-grafico-firenze/> ▼

Seven graphics il tuo studio grafico Firenze, il partner ideale per i tuoi progetti di comunicazione, grafica ed editoria. Lo studio grafico Firenze ...

la RIC
ERCA
del LA
VORO

Permalink

introduzione

Dovrebbe rispettare la regola delle 5W che ci aiuta a presentare l'informazione completa di tutti gli elementi necessari: chi, che cosa, quando, dove e perchè.

Deve fungere da introduzione finalizzata a coinvolgere il lettore inducendolo a continuare, per questo motivo, sarà importante anticipare lo scoop o il punto forte inserito nel testo.

corpo del testo

Gli utenti si sentono maggiormente coinvolti se sono essi stessi al centro della conversazione: rendili protagonisti e struttura il post in modo che possano leggerlo facilmente (utile inserire l'indice all'inizio) e che si sentano chiamati in causa.

La lunghezza di un post dovrebbe essere tra le 500 e le 1000 parole.

Inserisci elementi visuali per rendere più comprensibile quello che stai raccontando e struttura il post con titoli intermedi.

contenuti aggiuntivi

Ottimizzare immagini ed altri tipi di file, che decidete di inserire nell'articolo con la parola chiave di vostro interesse.

- **URL**
- **Titolo (nome del file)**
- Descrizione (facoltativo)
- Didascalia
- **Testo Alternativo (Alt Tag)**
- **Verificare il peso**

link interni ed esterni

Inserire negli articoli link che danno la possibilità di

- approfondire un determinato argomento
- vedere dei contenuti affini
- rileggere post vecchi

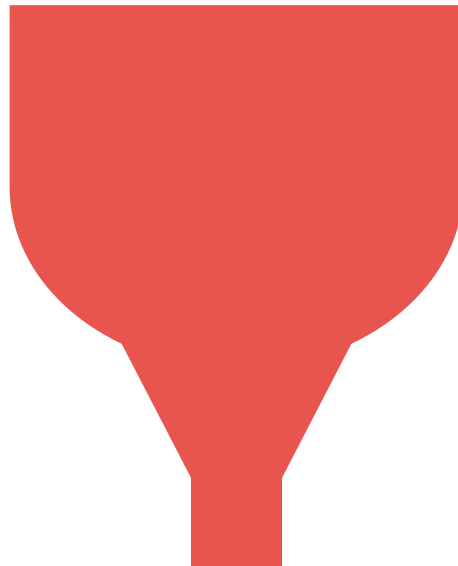
Il cross-linking è una strategia molto utile per aumentare il tempo della sessione, migliorare il PageRank delle varie pagine ed avere maggiori possibilità di incuriosire e portare al contatto.

Inserire link esterni **utili** (1 o 2) favorisce il posizionamento agli occhi dei motori di ricerca.

includi un cta

Inserire una Call To Action è una buona regola, serve a convertire la visita di un potenziale cliente (prospect) in una richiesta di contatto (lead), alla vendita di un prodotto/servizio.

**IL FUNNEL
DELLA
CONVERSIONE**



PROSPECT

LEAD
CLIENT

la RIC
ERCA
del LA
VORO

Ultimi aspetti

ultimi consigli

- Verifica la velocità di caricamento del sito
- Cura l'aspetto mobile
- Aggiungi una sitemap.xml
- Utilizza correttamente Categorie e Tag
- Fatti aiutare da un plugin (SEO by Yoast)
- Non sottovalutare le long tail keyword
- Cura la leggibilità (grassetto, corsivo, spazi, ecc)
- Aggiorna i vecchi articoli
- Verifica che i link inseriti siano funzionanti
- Analizza il traffico del tuo sito
- Utilizza i social per la condivisione

fonti di guadagno

Publicità (*non tradizionale, ma online*):

- Adsense
- Affiliazioni
- Banner
- Sponsorizzazioni
- Publiredazionali (in ottica “SEO”)
- **Vendita diretta di prodotti**
- **Collaborazioni offline** (guide, lezioni, seminari, riviste)



Per “monetizzare” con un blog è importante diventare **autorevole** in un certo settore.

Inoltre è necessario avere **molto traffico** (= visitatori sul sito) e molti **fan/followers** sui Social Networks.

contatti



VINCENZO BIANCULLI

WWW.LARICERCADELLAVORO.COM

Aggiornamento maggio 2020