

grandidee.com

COME  
SCRIVERE  
BUONI  
CONTENUTI

LA GUIDA



# Come scrivere buoni contenuti

Il tuo blog dovrà attrarre i lettori non solo a livello grafico ma innanzitutto per gli argomenti trattati: senza [grandi contenuti](#) infatti, anche il blog con la miglior struttura è destinato a fallire! In questa guida, tratteremo come scrivere buoni contenuti quando si avvia un blog e le migliori pratiche da seguire.

Possiamo distinguere due tipi di post di cui occuparsi: i pre-lancio e i post-lancio:

## Contenuti pre-lancio

- Pagine statiche: Informazioni, Contatti, ecc
- Contenuto della sidebar: contenuto che appare nella barra laterale del tuo
- Pagine di categoria Blog: ti permette di dividere i post per argomento
- Meta tag SEO: contenuti per il titolo SEO e tag di descrizione di ogni pagina (non verrà visualizzato nella pagina effettiva ma è necessario averlo pronto)

## Contenuto post-lancio

- Post del blog: articoli regolari
- Contenuto fondamentale: questo sarà la base del tuo blog, l'argomento principale

## Il contenuto necessario per avviare un blog

Prima di iniziare a scrivere i post del blog di tutti i giorni, ti consigliamo di assicurarti che le pagine statiche e le altre parti del tuo blog, come la barra laterale e il piè di pagina, siano riempiti con le informazioni appropriate.

### Contenuto di pagine statiche:

**Pagina Personale:** La pagina più tradizionale di qualsiasi blog è la pagina "About": questa pagina indica ai nuovi visitatori del tuo blog chi sei, di quale argomento vuoi occuparti e delle motivazioni che ti hanno spinto a farlo. A seconda della tua nicchia e del tuo stile, le informazioni che fornisci possono essere "tutto business" o personali e divertenti.

**Pagina di contatto:** Questa pagina consente ai visitatori del tuo blog di comunicare con te in qualsiasi momento. Può essere una semplice pagina con il tuo indirizzo email, uno o più link ai social network, oppure potresti usare plugin come Contact Form 7 per avere un semplice modulo di contatto che i visitatori possono usare per comunicare con te senza lasciare il tuo sito web.

**Prodotti e servizi:** Un blog è un modo a basso costo e a basso rischio per invitare i lettori nel tuo mondo e iniziare una conversazione con la tua azienda. È probabile che il 68% dei consumatori spenda tempo a leggere i contenuti prodotti da un'azienda a cui sono interessati

**Contenuto della sidebar:** La tua barra laterale – sidebar – è la colonna più piccola a sinistra o a destra (a seconda del tema selezionato) del contenuto principale del tuo blog. La barra laterale ha la funzione di indirizzare i tuoi visitatori ai diversi contenuti presenti nel blog.

**Iscrizioni:** Incoraggia i visitatori del tuo blog a iscriversi via email o RSS. Ovviamente, l’email è il mezzo migliore per lo scopo, soprattutto se desideri monetizzare il tuo blog in futuro. MailChimp è un ottimo servizio da utilizzare per la gestione della mailing list, anche perché è gratuito per i primi 2.000 utenti abbonati.

**Tagline:** Scrivi una frase concisa o due che rappresentino te e il tuo blog per i nuovi visitatori, che potrebbero non avere il tempo di leggere la tua pagina About. Mostrare la tua foto in questo *blurb* di testo aiuta i visitatori a dare un volto al sito, indipendentemente dal fatto che tu sia il proprietario e l’editor che gestisce altri scrittori oppure l’autore del contenuto principale.

**Social network:** Puoi anche inserire i link ai tuoi profili social in modo che le persone possano seguirti ovunque. Puoi utilizzare delle icone personalizzate per ciascun social network o utilizzare caselle, pulsanti e badge ufficiali. Questi pulsanti ti aiutano a raggiungere un pubblico maggiore sui social media e consentono alle persone di connettersi con te senza lasciare il tuo sito web. L’80% dei manager aziendali preferisce ottenere informazioni su una data società in una serie di articoli, piuttosto che un annuncio pubblicitario.

**Post popolari:** Un widget che mostri i post più popolari del tuo blog indirizzerà i visitatori verso i tuoi migliori contenuti. Il plugin per i post popolari di WordPress ti aiuterà a creare questo widget in modo semplice, permettendoti di leggere i commenti e consultare il numero di visualizzazioni dei post.

**Inserzioni:** Se hai intenzione di aggiungere banner pubblicitari al tuo blog, fallo fin dall’inizio, in modo tale da non sorprendere i tuoi visitatori abituali con delle improvvise inserzioni pubblicitarie. I banner possono essere collegati a prodotti per i quali sei un affiliato oppure a prodotti che semplicemente ti piacciono.

## Contenuti meta tag SEO

Il tag Meta è uno snippet di codice che include il testo che delinea le informazioni su una determinata pagina per i motori di ricerca. Questo contenuto non può essere visto sulla pagina reale ma solo all’interno del codice. Ma è fondamentale creare metatag appropriati per ogni pagina del tuo sito Web in modo che i motori di ricerca possano capire di cosa tratta la pagina.

Quando crei nuove pagine o post sul tuo blog, devi assicurarti di includere i seguenti meta tag:

- **Titolo tag:** viene visualizzato nella pagina dei risultati del motore di ricerca e rappresenta il titolo della pagina per i motori di ricerca. Lunghezza ottimale 50-60 caratteri.

- **Meta description:** informazioni che riassumono il contenuto della pagina web e appaiono sotto il titolo. La lunghezza ottimale è di circa 160 caratteri.



Non hai bisogno di imparare codice o programmazione per implementare i meta tag sul tuo blog. Se hai deciso di utilizzare WordPress CMS, puoi installare facilmente uno dei plugin SEO, come [Yoast SEO](#) e utilizzarlo per aggiungere le informazioni necessarie a ciascuna pagina.

## Creazione del piano dei contenuti

Per creare e mantenere un blog di successo è necessario disporre di un piano di contenuti consolidato. Dovrebbe includere tutti i dettagli relativi ai post futuri del blog, i programmi di pubblicazione, lo sviluppo del pubblico e molto altro. Senza questo piano concreto, è impossibile mantenere la popolarità e la qualità costante del tuo lavoro.

Di seguito ti mostreremo i passaggi esatti che puoi seguire per creare un piano per i contenuti del tuo blog. Utilizza questo esempio come modello e regolalo in base alle proprie esigenze e capacità.

## Creare l'elenco degli argomenti

Una volta deciso il tipo di blog, la prossima grande decisione è selezionare un argomento per il tuo blog. Questo è molto importante per selezionare l'argomento giusto per il tuo blog, perché è il fondamento e se la base è debole, il risultato finale sta per collassare in qualsiasi momento. Se vuoi avere successo nel blog, devi selezionare l'argomento giusto.

I criteri per un argomento giusto sono:

- Cosa ti interessa di più?
- Quanto costa il pubblico per l'argomento?
- Qual è la tendenza dell'argomento?
- Quanto costa la competizione?
- È redditizio?

## Scegli e prepara il contenuto fondamentale

Le tue guide principali saranno i tuoi contenuti fondamentali. È il contenuto che verrà utilizzato come base per il tuo sito web, e post di blog più piccoli saranno scritti intorno a quel nucleo.



## Scrivi 5-10 post sul blog

Ora puoi selezionare i post del blog che stai per scrivere e pubblicare sul tuo blog. Come accennato in precedenza, scriverai i tuoi post a supporto del tuo contenuto principale.

### Scrivere post di blog

Il post del blog è una voce (articolo) che scrivi su un blog. Può includere contenuti sotto forma di testo, foto, infografica o video.

Assicurati di avere sempre una presentazione accattivante, contenuti di qualità e una solida conclusione.

## Migliori pratiche di scrittura:

- **Imposta i tuoi obiettivi di blog:** Non saprai mai se stai sfruttando al meglio il blogging se non hai fissato degli obiettivi per il tuo blog. Il tuo obiettivo è fare soldi? Ottenere un nuovo lavoro? Trovare persone con cui connettersi su un particolare argomento? Definisci i tuoi obiettivi di blogging e chiedi periodicamente se il tuo blog ti sta aiutando a soddisfarli. In caso contrario, chiediti come puoi migliorare il tuo blog per raggiungere gli obiettivi.
- **Impegnati a diventare un esperto:** Non importa quali sono i tuoi obiettivi di blog, se ti sforzano di essere un esperto nella tua nicchia, il raggiungimento dei tuoi obiettivi è sicuro di seguire. Le persone che sono conosciute come esperti nella loro nicchia tendono a ricevere più riconoscimento e reddito per il loro contenuto. Inoltre, tendono ad avere un pubblico più ampio e la possibilità di trasformare i loro lettori in clienti offrendo prodotti e servizi correlati.
- **Coinvolgi il tuo pubblico:** Il modo migliore per rimanere in sintonia con i tuoi lettori è coinvolgerli. Alcuni modi per farlo includono rispondere ai commenti, rispondere alle domande del modulo di contatto, unirsi alle conversazioni con gli utenti sui social network e visitare i blog dei tuoi lettori per vedere a cosa sono interessati e partecipare alle discussioni. Mentre lo fai, costruirai relazioni più forti con i tuoi lettori e imparerai di più su ciò che vogliono, qualcosa che possa aiutare a ispirare i tuoi contenuti futuri.
- **Sii coerente e realistico:** Creare un programma regolare di pubblicazione sul tuo blog aiuta i tuoi lettori a sapere quando possono aspettarsi di sentirti di nuovo, sia che si tratti di un programma giornaliero, settimanale, mensile o anche trimestrale. La chiave per mantenere la coerenza è essere realistici. I singoli blogger troveranno difficile creare contenuti di alta qualità su base giornaliera. Inizia con post settimanali o bisettimanali e raggiungi i post giornalieri, se questo è il tuo obiettivo finale. Basta non sacrificare la quantità per la qualità.
- **Modifica il tuo lavoro o noleggia un editor:** Per molte persone è difficile creare contenuti, quindi correggerli e modificarli. In effetti, la modifica durante la scrittura può ostacolare il flusso creativo. La correzione di bozze non è facoltativa. Un post sul blog pieno di parole errate e refusi riflette male su di te. Se non sei in grado di svolgere queste attività da solo, considera l'assunzione di un assistente virtuale per farlo per te. È

particolarmente importante se non stai scrivendo nella tua lingua madre. Mentre il contenuto del blog non ha bisogno di essere perfetto, deve essere facile da leggere e consumare.

## Creare un calendario editoriale e iniziare a pubblicare



Creare un programma coerente di pubblicazione sul tuo blog aiuta i tuoi lettori a sapere quando possono aspettarsi di sentirti di nuovo, sia che si tratti di un programma giornaliero, settimanale, mensile o anche trimestrale. La chiave per mantenere la coerenza editoriale è essere realistici. I singoli blogger troveranno difficile creare contenuti di alta qualità su base giornaliera. Inizia con post settimanali o bisettimanali e raggiungi i post giornalieri, se questo è il tuo obiettivo finale. Basta non sacrificare la quantità per la qualità.

Per aiutarti a mantenere la coerenza, assicurati di utilizzare una qualche forma di calendario editoriale. Puoi utilizzare [Google Calendar](#) o anche un semplice foglio di calcolo. Usalo per gestire le tue idee e pianificare i temi dei contenuti per ogni mese in modo che il blog sia qualcosa su cui ti concentri, non qualcosa che fai nel tuo tempo libero

### Come scrivere i titoli perfetti

Quando si pubblica un articolo, un post o un nuovo contenuto sul proprio blog, è giusto e necessario preoccuparsi del messaggio che si vuole trasmettere. **Creare contenuti di qualità** è indispensabile per risultare utili e interessanti, così da accrescere la propria cerchia di lettori e fidelizzare con i più assidui per il valore intrinseco del servizio offerto.

Curare l'aspetto contenutistico, però, **non è l'unica priorità** da considerare. Per quanto importante, infatti, essa risulta secondaria rispetto ad un altro elemento essenziale nella comunicazione con il lettore: il titolo.

Che si tratti di un post, di un articolo o di un contenuto in senso lato, il primo approccio che il lettore avrà con il testo sarà dato dal titolo scelto dal redattore.

In un mondo che viaggia sempre più velocemente, in cui basta scorrere sulla bacheca di Instagram per saltare una notizia, **attrarre l'attenzione con un buon titolo** è praticamente l'unico modo per permettere al lettore di interessarsi anche alla parte inizialmente celata, ossia i contenuti pubblicati. Per questo, comprendere i meccanismi psicologici che inducono il pubblico (in particolare il target di riferimento del proprio sito) a soffermarsi su una notizia, su un post o sulla trattazione di un determinato argomento risulterà fondamentale per indirizzarlo a cliccare sul link e a leggere l'articolo.

Inoltre, il titolo fornisce una **chiave di lettura** per l'argomento scelto. Esso indirizza già il lettore ad entrare nell'ottica di chi ha redatto il post, facendolo immedesimare nel punto di vista dell'articolaista e permettendogli di seguire il filo delle sue argomentazioni.

Facciamo un esempio per chiarire questo concetto. Poniamo caso si voglia scrivere un articolo sul 5G e sulla possibilità che questa nuova tecnologia vada a sostituire la connessione Wifi. Questo costituisce l'argomento del post.

La trattazione dell'articolo può portare un sostegno a questa tesi, affermando sostanzialmente che "Sì, il 5G potrà sostituire la rete Wifi" – e quindi essere impostata portando argomenti che convincano il lettore di questo punto di vista. Oppure, il redattore potrebbe voler rinnegare questa possibilità, facendo intendere che "No, il 5G non potrà sostituire la rete Wifi".

A seconda del tipo di posizione che si vuole sviluppare, **il titolo avrà un registro diverso**. Nel primo caso potrebbe essere "Il 5G mette a rischio l'esistenza del Wifi", facendo capire al lettore che si andranno a snocciolare i motivi per cui, secondo il redattore, il 5G determinerà di sicuro l'estinzione del Wifi. Diverso è invece scrivere "Il 5G ha davvero così tanto potenziale da sostituire il Wifi?" dove si insinua il dubbio che, effettivamente, quanto sostenuto da chi propende per la prima ipotesi – l'estinzione del Wifi – non sia corretto.

Oltre a quanto detto, i titoli hanno anche il ruolo di attrarre lettori per **indurli a condividere sui social il contenuto**. In questo modo, il lettore diviene un "mezzo pubblicitario" vivente, una specie di vetrina con cui attrarre nuovi potenziali lettori, creando una reazione a catena. Il processo potrebbe essere così riassunto: un utente vede il titolo, il titolo lo attrae, l'utente si interessa e clicca sul link, diventando lettore; poi il lettore, se ha apprezzato il punto di vista esposto o il modo in cui è stato presentato, condivide sui social il link, mostrandolo ai suoi follower; i follower, che sono altri utenti, potranno a loro volta leggere il titolo, interessarsi e cliccare sull'articolo. Come dicevamo, una reazione a catena.



In sostanza, quindi, il titolo è l'elemento cardine che attrae il pubblico nella lettura.

**Determinerà anche il successo del post e il processo di "viralizzazione"** (i contenuti diventano virali quando condivisi in massa da moltissimi utenti).

Per questo, vi riportiamo una lista di accorgimenti da tenere a mente per scrivere **titoli perfetti e ottimizzati anche in ottica SEO**.

- **Usa i numeri:**

È dimostrato che qualsiasi titolo contenente un numero, possibilmente all'inizio, invoglia il lettore ad aprire l'articolo. Il pubblico è molto attratto dalle classifiche (Es. Le 10 cose da fare prima di morire, i 10 panini più buoni, ecc.)

- **Usa la parola "come":**

Questa è un'opzione semplice ed efficace, perché ognuno di noi almeno una volta si è ritrovato a dover cercare su Google "Come fare per...". Un titolo che comprenda la parola "Come" – l'equivalente dell'inglese "How to" – prelude ad una serie di "tutorial" e guide che possono risultare utili e attirare più lettori.

- **Fornisci un'esclusiva:**

Questo genere di titolo promette al lettore di ottenere un'informazione apparentemente riservata ad una cerchia ristretta. Ne sono esempio titoli che iniziano con "*Il segreto di...*", "*Piccoli consigli per...*", "*La verità che nessuno conosce su...*".

- **Usa il metodo "Grandi promesse":**

Questi titoli garantiscono al lettore che otterrà una panoramica completa su un determinato tema; questa categoria include titoli che iniziano con "*Guida definitiva per ...*" o "*Tutto ciò che devi sapere su...*".

- **Presta attenzione ai titoli che ti piacciono:**

Ogni giorno, navigando sul browser o sui social, ci si imbatte nei titoli – non solo di post su un blog, ma anche di articoli tratti da giornali e riviste, di video su YouTube, di email in entrata. Valutare l'interesse che suscita un titolo rispetto ad un altro, su di te o sulle persone che ti stanno intorno, è un ottimo allenamento per capire quali sono i titoli che svolgono bene il proprio lavoro. Si possono anche utilizzare i titoli che s'incontrano nel quotidiano come fonte d'ispirazione.

- **Esercitati a scrivere titoli:**

Più ti eserciterai a ideare nuovi titoli, più facile sarà riuscire a condensare in poche parole il senso dell'articolo e contemporaneamente catturare l'attenzione del lettore. Quindi prova

regolarmente a buttar giù dei titoli per i tuoi pezzi, non solo per dare un nome ai post che scrivi, ma anche solo per allenarti.

- **Usa la tua “ricerca per parole chiave”:**

Cerca sempre di utilizzare parole chiave nei titoli del blog, in modo tale da focalizzare l'attenzione del lettore e non rendere il titolo lungo e dispersivo. Non solo: inserendo parole specifiche del tema di cui stai scrivendo, darai impressione al lettore di un'impronta e un'identità ben precisa.

- **Butta giù una lista di titoli, prima di scegliere il più adatto:**

Scrivere diversi titoli per ogni post che crei produrrà una lista di titoli, da cui sarà più semplice selezionare il migliore. Sarebbe ideale anche fare la prova del nove, facendo leggere la lista di titoli a persone fidate per valutare quale potrebbe fare più presa sul pubblico.

- **Appello alle emozioni:**

Un gruppo di ricercatori ha scoperto che spesso è una decisione di tipo emotivo che ci porta a leggere o condividere un articolo on-line. I titoli di blog che fanno leva sulle emozioni del lettore sono quindi di grande impatto e catturano l'attenzione fin da subito.

- **Sii specifico:**

Le persone vogliono sapere su cosa stanno cliccando. Se da una parte essere vaghi ti aiuterebbe ad abbracciare una fetta di pubblico più ampia, dall'altra fornirebbe ai lettori un buon pretesto per scorrere oltre il tuo titolo senza interesse. Un titolo specifico sui contenuti, invece, fornisce loro le risposte che stanno cercando e le informazioni di cui hanno bisogno.

Buona lettura