Le guide di QuiCopy

Creare un blog

dalla scelta della piattaforma alle strategie di promozione



Cristiana Tumedei

Questo ebook è nato dalla raccolta di articoli inerenti il blogging pubblicati sul blog QuiCopy, che sono stati riadattati per l'occasione.

Copertina e impaginazione a cura di Cristiana Tumedei

Immagine di copertina di Nicolas Raymond (Freestock.ca)

Edizione Aprile 2013

Quest'opera è stata rilasciata con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 2.5 Italia.



Per leggere una copia della licenza visita il sito web http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/ o spedisci una lettera a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Indice

Introduzione.....5

Cap. 1 – Progettare un blog: dalla scelta della piattaforma a quella dell'argomento.....9

Cap. 2 – Organizzazione e definizione delle sezioni di un blog.....12

Cap. 3 – Come scegliere grafica e immagini per un blog.....17

Par. 3.1 – Grafica e immagini, a cosa servono?.....17

Par. 3.2 – Come scegliere grafica e immagini.....19

Par. 3.3 – La grafica del blog: requisiti.....20

Par. 3.4 – Le immagini in un blog.....21

Par. 3.5 – Conclusioni.....22

Cap. 4 – I post: come e quando pubblicarli sul blog.....23

Par. 4.1 – Caratteristiche di un post.....23

Par. 4.2 – Quando e come pubblicare i post.....25

Par. 4.2.1 – Quando pubblicare.....26

Par. 4.2.2 – Come pubblicare.....27

Cap. 5 – Web marketing per il blog.....28

Appendici.....33

App. 1 – Piano editoriale per il blog.....34

App. 2 – Monetizzare un blog.....38

App. 3 – Coinvolgere i lettori di un blog.....42
App. 4 – Come aumentare i commenti di un blog.....46
App. 5 – Guest blogging, strategie e suggerimenti.....50

Introduzione

Il web è un media davvero democratico. Infatti, chi ha qualcosa da dire può farlo senza temere censure e senza dover chiedere il permesso a nessuno. Uno degli strumenti preferiti dai più è sicuramente quello del **blog**, creato per dare la possibilità a chiunque di tenere un proprio diario virtuale.

Dalla loro nascita i blog hanno subito numerose evoluzioni che li hanno trasformati da semplici registri elettronici, a veri e propri strumenti di business online. Oggi in rete si trovano una miriade di **blog tematici**, capaci di offrire informazioni variegate e approfondite su di uno specifico argomento. Ma non è tutto, perché questo tipo di canale di comunicazione viene scelto da molte aziende ed enti per lanciare rapidamente news e approfondimenti che li riguardano. Insomma un'alternativa più malleabile rispetto al sito web tradizionale, che oggi sembra essere una realtà quasi irrinunciabile per chiunque intenda essere presente in rete.

La caratteristica fondamentale del blog è l'**aggiornamento costante dei contenuti** che vengono mostrati in ordine cronologico ascendente, proprio come se si trattasse di un diario. Questo elemento fa sì che il blog diventi uno strumento versatile e utile, capace di adattarsi alle esigenze più varie.

Tra gli altri si stanno sempre più affermando i **blog professionali** in senso stretto. Ovvero quelli impiegati dai professionisti per parlare del proprio lavoro. Giornalisti, scrittori, web designers, architetti e avvocati decidono di tenere un blog e di usarlo come portfolio virtuale. Una scelta vincente che non solo aiuta a costruire una solida reputazione online, ma anche ad acquisire nuovi contatti professionali.

Posto che aprire un blog è forse una delle operazioni più semplici da compiere

online, più complicato è comprendere come sfruttare al meglio questo strumento. Sì, perché un blog – proprio come un sito web – necessita di un grande **lavoro di pianificazione** e una **dedizione costante e duratura** per poter generare risultati misurabili. Per questo ho deciso di scrivere questo ebook che nasce dalla raccolta dei post del corso “Come creare un blog di successo” pubblicati su QuiCopy.

Sia chiaro, però, che questa non vuole essere assolutamente una guida su come fare soldi facili attraverso un blog. Anzi, il suo obiettivo è quello di analizzare i passaggi fondamentali per realizzarne uno di successo. E per successo intendo unicamente l'avere una nicchia di **lettori fissi e fedeli** che siano disposti a seguirvi, magari consigliando il vostro blog ad altri. Sì, perché come insegnano le regole di base del commercio *“il segreto sta nel passaparola”* che, se positivo, può essere un fattore determinante anche per un blogger.

Quindi non solo scopriremo **come costruire un blog**, ma anche come **renderlo maggiormente visibile** sul web. Un percorso organico e semplice, che mira a racchiudere in pochi ma esaustivi capitoli tutti i segreti per creare un blog di successo.

Vediamo, quindi, quali saranno i **temi** che affronteremo nelle prossime pagine.

1. PROGETTARE UN BLOG: DALLA SCELTA DELLA PIATTAFORMA A QUELLA DELL'ARGOMENTO

Molti sono convinti che per aprire un blog sia sufficiente registrarsi su uno dei numerosi siti che offrono il servizio e iniziare a postare contenuti. Nulla di più sbagliato. Aprire un blog significa, innanzitutto, **progettare un percorso specifico** fatto di strategie e tempistiche definite. Insomma, bisogna prima di tutto scegliere

l'argomento di cui parlare ma anche la piattaforma adatta alle nostre esigenze e capacità. Una decisione non facile, che nasconde numerosi errori e imprevisti.

2. ORGANIZZAZIONE E DEFINIZIONE DELLE SEZIONI DI UN BLOG

Vi siete mai chiesti cosa ci sia dietro i vostri blog preferiti? Chi ha deciso di organizzare i contenuti in quel modo e chi ha ideato le sezioni? Rispondere a queste domande vi farà scoprire uno dei passaggi fondamentali nella costruzione di un blog di successo. Infatti, dopo aver scelto l'argomento da trattare, dovrete individuare le sezioni - o le pagine – più idonee per il vostro progetto e definire l'**organizzazione interna del blog**. Un momento delicato e fondamentale per poter partire col piede giusto.

3. COME SCEGLIERE GRAFICA E IMMAGINI PER UN BLOG

Un blog non è fatto solo di testi. Anzi, molta importanza è rivestita proprio dalle immagini e dalla grafica. Sono queste che, spesso, **colpiscono l'utente** invitandolo a leggere i contenuti. Per questo motivo è molto importante che rientrino in un progetto organico e completo. Insomma, anche grafica e immagini in un blog non devono andare fuori tema e vanno ideate e progettate attentamente. Non è necessario essere dei grafici esperti per farlo. L'importante è conoscere alcune semplici regole e studiare attentamente le abitudini dei lettori. Così, avrete fatto un ulteriore passo avanti verso il successo del vostro blog.

4. I POST: QUANDO E COME PUBBLICARLI SUL BLOG

Affinché nulla avvenga per caso, anche la pianificazione dei post è fondamentale. Infatti grazie a una strategia ragionata, è possibile creare un maggiore **coinvolgimento dei lettori**, stimolando la loro partecipazione sul blog. Ecco, quindi, che scegliere il momento e la modalità per la pubblicazione dei post diventa un

passaggio importantissimo per chiunque voglia creare un blog di successo. La costanza e la puntualità possono rappresentare il segreto per ottenere sempre più lettori. L'importante è **fare solo promesse che potrete mantenere**.

5. WEB MARKETING PER IL BLOG

Bene, il blog è finalmente online. Ora, non resta altro da fare che attendere i primi lettori. Sbagliato! La cosa giusta da fare è scovarli nella rete e invitarli a seguire il nostro blog. Perché anch'esso ha bisogno di una buona **strategia di web marketing** per poter ottenere il successo sperato. Non che esista una formula magica valida per tutti, ma applicando alcune semplici regole di base anche il blog potrà trarne enormi vantaggi.

E per concludere la trattazione ho scelto di inserire in appendice alcuni post di approfondimento, anch'essi pubblicati su QuiCopy, che mirano a fare il punto sulla creazione di un blog. Cinque articoli che concernono aspetti specifici del blogging: il **piano editoriale**, la **monetizzazione**, il **coinvolgimento dei lettori**, la **stimolazione dei commenti** e la pratica del **guest blogging**.

1. Progettare un blog: dalla scelta della piattaforma a quella dell'argomento

Nel primo capitolo scopriremo quali sono i passaggi preparatori che ci permettono di dare vita a un progetto organico e ben costruito per il nostro blog. Quello che faremo è partire dalle basi, per riuscire a tradurre in azioni concrete l'idea che abbiamo in mente.

Uno dei passaggi più importanti di questa fase è rappresentato dalla **scelta della piattaforma di blogging** da utilizzare. Un momento determinante tutta la nostra esperienza, che va affrontato con calma e cognizione di causa. L'annosa questione se scegliere Blogger o Wordpress impazza da tempo sul web creando non poca confusione ai neofiti, che davvero faticano a capire quale effettivamente rappresenti la scelta più opportuna.

In realtà non esiste una risposta univoca al quesito. Infatti, la scelta circa la piattaforma di blogging più indicata al nostro progetto è da farsi in modo assolutamente soggettivo. Il primo passaggio, quindi, sarà concentrato sull'**analisi** delle piattaforme più comuni (Blogger e Wordpress in testa). Cercate di capirne il funzionamento e le dinamiche di utilizzo, così da verificare quale sia più in linea con le vostre competenze.

In questa fase sarete certamente occupati a valutare l'ipotesi di dotarvi di un vostro **dominio personale** sul quale appoggiare il blog. Se non siete dei web master e proprio non avete competenze specifiche nel settore, il mio consiglio è quello di lasciar perdere, almeno per il momento. Infatti sia Blogger che Wordpress vi offrono la possibilità di disporre un **dominio gratuito**, senza dovervi occupare della registrazione. Insomma, se proprio non avete idea di cosa siano i CMS e il linguaggio

html, meglio optare per una soluzione meno impegnativa.

Quindi concentrate la vostra scelta sui **fattori operativi**, ovvero su quegli elementi che vi convincono di più. Per esempio cercate di capire qual è l'iter di pubblicazione dei post, come si dovrà procedere all'implementazione grafica del blog, e così via. Considerate tutti gli aspetti e fate la vostra scelta. Ricordate che sarete voi a dover gestire il blog, per cui cercate di evitare chi vuole darvi consigli dicendovi quale piattaforma preferire.

Una volta raccolte tutte le informazioni, potete procedere alla **decisione**. È importante sottolineare che questa rappresenta una fase prodromica alla creazione vera e propria del blog, per cui potete dedicarle davvero tutto il tempo necessario. Non datevi fretta e, sicuramente, prenderete la decisione giusta.

Sì, perché questo è anche il momento in cui pensare all'**argomento** che tratterete nel vostro blog. E, credetemi, qui viene il difficile. La tendenza a orientarsi verso contenuti di tipo generalista è sempre in agguato. Chi di noi alla domanda “Quali sono le tue passioni?” non inizia a stilare un elenco capace di fare invidia alla lista della spesa più ricca?

Certamente il rischio di creare un **contenitore disorganizzato di informazioni** diverse potrebbe trarci in inganno. Ebbene, sappiate che l'era della tuttologia (o del generalismo, in termini più attuali) è davvero finita. Sì, soprattutto sul web dove gli utenti vogliono sentire la voce di **persone davvero competenti** rispetto a un argomento. Insomma se devo leggere il post di qualcuno sulle auto da corsa, vorrei che almeno il suo redattore fosse **specializzato** in quello che scrive.

E, allora, cercate di individuare le vostre reali **passioni** e **attitudini**. Potete provare a fare un elenco: dividete un foglio in tre colonne e intitolatele passioni, attitudini e competenze. Per ogni categoria elencate tutti gli elementi che possono realmente rientrarvi. Siate sinceri, soprattutto con voi stessi, evitando di inserire capacità e interessi che, a dire il vero, non vi appartengono.

Una volta terminata questa operazione vi accorgerete che all'interno delle singole colonne compariranno, ripetute, alcune voci. Ecco, possiamo dire che queste siano le vostre passioni e attitudini principali. A questo punto, chiedetevi su quali di queste vi piacerebbe scrivere o, ancora meglio, su quali siete **più preparati e aggiornati**. *Et voilà*, la decisione è presa!

Ricordatevi che, in questa fase, non state solo scegliendo l'argomento da trattare, ma anche la **nicchia di utenti** a cui rivolgervi. Un aspetto, se vogliamo, ancora più rilevante e fondamentale per la vita di un blog. Infatti definire i destinatari dei vostri contenuti vi aiuterà a essere più efficaci e produttivi. In un certo senso, dovrete cercare di studiare **i possibili lettori del vostro blog**, per comprenderne gusti e interessi.

Cercate di capire cosa vorrebbero che scriveste, che tipo di contenuti e con quale stile. Insomma, individuate i vostri **destinatari** e puntate dritti a loro. Perché una delle chiavi per il successo di un blog è sicuramente la **reputazione** che riuscirete a costruirvi. E, credetemi, in questo il web è assolutamente meritocratico. Se riuscirete a conquistare i lettori, allora la strada per il successo e la gratificazione personale sarà ai vostri piedi.

2. Organizzazione e definizione delle sezioni di un blog

Nel capitolo precedente abbiamo visto come iniziare a progettare un blog, partendo dalla scelta della piattaforma fino ad arrivare alla definizione dell'argomento da trattare. Di seguito, invece, ci addentreremo in uno degli aspetti forse più difficili su cui lavorare, ovvero **la scelta delle sezioni e la loro organizzazione**.

Come ben sappiamo un blog è molto diverso da un sito web tradizionale e le sue pagine possono variare sensibilmente. I blog, come abbiamo già avuto modo di spiegare nell'introduzione, nascono proprio con l'intento di fornire una sorta di diario virtuale ai lettori. Per questo tutti i post vengono visualizzati nella **home page**, a mo' di elenco. Una scelta che aiuta il lettore nel reperire i contenuti, che vengono anche catalogati sulla base delle parole chiave (tag o etichette, se preferite).

Esistono, quindi, blog che sono composti dalla sola home page e dalla pagina dei contatti, per esempio. Una scelta che può essere utile se si vuole dare risalto ai contenuti. Altri, invece, sono più strutturati e presentano sezioni articolate sulla base degli argomenti trattati.

Cerchiamo, allora, di capire perché **definire le sezioni di un blog è importante**.

- Primo perché permettono di dotarsi di un'**organizzazione interna** più immediata e comprensibile, che faciliterà la creazione dell'intero progetto;

- secondo perché i lettori potranno **navigare** nel blog **con maggiore facilità** d'uso;

- terzo perché queste possono essere utili nel definire **priorità e obiettivi** del piano ideato.

Qualunque sia la scelta rispetto alle sezioni da inserire nel proprio blog, questa va fatta riflettendo attentamente su alcuni fattori. Innanzitutto ci si deve porre l'obiettivo di rendere il proprio progetto **user friendly**, chiedendosi in che modo questo sarà più facilmente navigabile.

Partendo dall'argomento scelto per il nostro blog, cerchiamo di individuare il **taglio** che vogliamo dare all'intero progetto. Se, per esempio, abbiamo deciso di occuparci di un tema attinente al nostro lavoro, possiamo pensare di includere una pagina **servizi** – per far meglio comprendere che cosa siamo in grado di fare – e una pagina **chi sono**, mediante la quale offrire una descrizione professionale e personale di noi stessi.

Possiamo prender come esempio QuiCopy. Essendo io una copywriter, blogger e redattrice impegnata nel settore della comunicazione digitale e del web marketing ho deciso di fare del mio blog un luogo di condivisione di esperienze e conoscenze a favore di tutti gli addetti ai lavori, e non solo. Per questo ho scelto di organizzare il blog in modo tale che fosse chiaro sia il mio intento, che la mia vocazione. Ovviamente la pagina servizi non sarebbe potuta mancare e nemmeno una mia descrizione personale, che però volevo puntasse a mostrare un lato più umano e meno professionale di me.

Quando, invece, si sceglie di scrivere della propria passione (la floricoltura, per esempio) è chiaro che si potrà fare tranquillamente a meno della pagina servizi, anche se sarebbe interessante includere una pagina chi sono per presentarsi ai lettori, magari spiegando il perché di questa passione.

In entrambi i casi sarebbe utile e proficuo pensare di inserire la pagina **contatti**, una

sezione in cui indicare tutte le modalità utili al lettore per raggiungervi. In questo modo potrete cogliere l'occasione per fornire i vostri riferimenti social, così che sia più semplice trovare tutti vostri profili. Perché bisogna sempre ricordare che due delle mission di base di un blog sono proprio il **dialogo** e il **confronto** con i lettori, che passano sia attraverso i commenti che modalità esterne al blog (email e social media su tutti).

Una volta identificate tutte le sezioni di vostro interesse, dovrete pensare a come **organizzarle**. La domanda da porsi è: Quale ordine seguire per la loro impostazione? Quale sezione dovrà apparire per prima? In questo caso è buona norma basare la propria decisione su logiche più o meno convenzionali del web.

Così, la prima pagina a comparire nell'estrema sinistra della barra di navigazione sarà sempre la **home page**, seguita in **ordine di rilevanza** dalle altre, fino a terminare con i **contatti**. Un metodo di organizzazione piuttosto intuitivo e spontaneo che ci permette di costruire le sezioni sulla base delle **priorità** che abbiamo deciso di attribuire loro.

Riprendendo il caso di QuiCopy è chiaro che l'intento era quello di porre l'accento sull'aspetto professionale del blog. Per questo è stato deciso di inserire subito dopo la **home page** una pagina **chi sono** – per presentarmi ai lettori – e una dedicata ai **servizi**, così da rendere evidenti le competenze che stanno alla base della redazione dei contenuti.

Il problema reale che mi si è posto, però, è stato capire come rendere chiaro al lettore il progetto di QuiCopy. Per questo ho deciso di inserire una pagina interamente dedicata alle **rubriche**. Un modo per illustrare al lettore il progetto e la

programmazione editoriale che intendevo seguire.

E, siccome l'obiettivo di QuiCopy è quello di fornire un confronto tra comunicatori digitali, ho pensato che invitare altri addetti ai lavori a contribuire al progetto sarebbe stato assolutamente in linea con gli obiettivi prefissati. Così è nata la sezione **guest posts e comunicati stampa** che spiega le modalità per poter inviare i propri scritti e richiederne la pubblicazione. A seguire sono state inserite le sezioni relative alla **privacy policy** e ai **contatti**.

Ultimamente ho aggiunto anche una nuova sezione, quella delle **risorse**, in cui raccolgo gli ebook messi gratuitamente a disposizione dei lettori ai quali aggiungerò altro materiale.

Quando definiamo le sezioni che il nostro **blog** dovrà ospitare dobbiamo fare attenzione all'obiettivo che muove l'intero progetto, onde evitare di perdere di efficacia. Bisogna sempre tenere a mente che il blog è uno **strumento** di comunicazione versatile e mutevole, che può (e in alcuni casi deve) variare nel tempo. Quindi, non temete di sbagliare.

Scegliete le **sezioni** che vi sembrano più idonee al vostro progetto e adattatele alle vostre esigenze, nel tempo. Questo vi permetterà di comprendere dai vostri errori e di essere più facilmente comprensibili dai lettori. Anche in questo caso ascoltate i loro consigli – soprattutto quando arrivano da blogger più esperti di voi – e non abbiate timore di rivedere le vostre strategie comunicative.

Non che dobbiate rivoluzionare l'intero assetto del vostro blog, ma rivederlo e correggerne la direzione se questa dovesse dimostrarsi poco efficace. E non temete

di **informare** i vostri lettori di queste scelte: loro apprezzeranno il fatto di esserne messi al corrente e di ricevere le attenzioni che meritano.

3. Come scegliere grafica e immagini per un blog

Nel terzo capitolo di questa guida ci soffermeremo ad analizzare due aspetti davvero rilevanti per un blog: la **grafica** e le **immagini**. Elementi fondamentali per la realizzazione di un progetto di comunicazione coerente e di facile utilizzo.

Un **blog** è uno strumento versatile e poliedrico, capace di coinvolgere l'utente in una serie di esperienze diverse. Che la parte più rilevante di esso sia rappresentata dai contenuti è indubbio, ma anche le **immagini** e la **grafica** giocano un ruolo fondamentale. Sì, perché esse permettono di rendere la lettura e la navigazione più piacevoli e semplici, invogliando gli utenti a soffermarsi su di esso.

Ecco, quindi, che la scelta di grafica e immagini non può prescindere da un attento **studio** e da un percorso di **progettazione** strutturato e preciso. Insomma, quello che dobbiamo fare è cercare di capire in che modo e attraverso quale veste rappresentare il nostro progetto. Anche se non siamo web designer esperti – come nel mio caso – dobbiamo fare in modo di non trascurare nessun aspetto.

3.1 Grafica e immagini, a cosa servono?

Nel capitolo precedente abbiamo visto come muoverci per scegliere e organizzare le sezioni di un blog. Un passaggio fondamentale che ci avvicina non poco alla sua completa realizzazione. Realizzazione che deve passare necessariamente anche attraverso **grafica** e **immagini**. Sì, perché un blog è costituito sia da queste che dai **contenuti** ed è assolutamente necessario che i tre elementi vengano integrati tra loro.

Questo aspetto è di fondamentale importanza, soprattutto per conferire una continuità di visione e di intenti al nostro progetto. Ma a cosa servono grafica e

immagini in un blog?

Grafica e immagini in un blog permettono di:

- **Agevolare la navigazione da parte degli utenti**

  Questo è vero soprattutto per la grafica che deve supportare il lettore nella sua esperienza all'interno del blog, fornendogli tutti gli elementi di cui necessita in modo chiaro e intuitivo. Un aspetto complicato, soprattutto perché richiede una certa predisposizione alla semplificazione che non tutti possediamo.

- **Incentivare la navigazione**

  Una funzione fondamentale, soprattutto per le immagini, che serve proprio da stimolo ai lettori che spesso vengono prima colpiti da illustrazioni e grafica, e da esse spinti alla lettura dei contenuti. Progetto che deve necessariamente passare attraverso uno studio approfondito delle regole di usabilità del web.

- **Conferire riconoscibilità all'intero progetto**

  Insomma, anche grafica e immagini devono essere in linea con l'argomento trattato nel blog. Devono dare un senso di continuità a quanto riportato nei contenuti e, anzi, devono anche loro farci comprendere immediatamente di cosa stiamo parlando.

Queste sono le tre funzioni principali svolte da grafica e immagini in un blog. Finalità che diventano sempre più rilevanti se l'obiettivo è quello di creare un progetto concreto e forte.

3.2 Come scegliere grafica e immagini

Scegliere grafica e immagini per un blog non è affatto semplice, soprattutto per i neofiti che non hanno alcuna esperienza di web design. E, allora, come rimediare? Innanzitutto possiamo cercare di capire cosa serve ai nostri lettori, di quale veste grafica hanno bisogno. Per farlo, come accade spesso, sarà sufficiente porsi alcune **domande**.

1. Quali argomenti vengono trattati nel blog?

2. In che modo?

3. Quale linea si intende dare all'intero progetto?

4. Quali sono le esigenze e le aspettative della nicchia di lettori che vogliamo raggiungere?

Rispondere a queste domande non è affatto semplice. Soprattutto perché ci costringono a un'analisi più approfondita di quanto abbiamo fatto precedentemente. In questo caso si tratta di definire ancora più nel dettaglio il nostro **progetto**, con l'obiettivo di **stimolare gli utenti**.

In questo passaggio sarà bene raccogliere tutte le **informazioni** necessarie sul comportamento degli utenti in rete e studiare la **concorrenza**. Capire come altri blogger di successo impostano graficamente i loro progetti potrà servirci come spunto da cui iniziare. Dunque, ispirarsi senza copiare. Questo può essere il primo punto da cui partire.

3.3 La grafica del blog: requisiti

Se non siete dei grafici esperti questo passaggio può risultare piuttosto complicato. Per aiutarci, però, possiamo tenere a mente alcuni semplici consigli utili a scegliere la grafica più adatta al nostro progetto.

La grafica deve:

- **Dare un'idea di armonia ed equilibrio con l'intero progetto del blog**
  Cerchiamo, quindi, di evitare l'impiego di colori sgargianti e vivaci se trattiamo un tema delicato come la fame nel mondo, ad esempio.

- **Essere chiara e pulita**
  In questo modo potremo sfruttarla come ausilio alla navigazione. Sì, perché una grafica confusa e di difficile comprensione rischia di rendere la navigabilità sul blog davvero complicata.

- **Essere coerente con la nostra linea editoriale**
  Il progetto di un blog, come abbiamo detto, non può prescindere da tre elementi correlati tra loro: grafica, immagini e contenuto, che devono necessariamente essere armoniosi e coerenti.

- **Evidenziare il contenuto del blog**
  La veste grafica del nostro blog non deve in alcun modo distrarre l'utente dai contenuti, la cui lettura è l'obiettivo primo di ogni blogger.

- **Rispettare alcune convenzioni del web**
  Anche i grafici più creativi e capaci tendono ad allinearsi alle regole d'uso della

rete per l'impaginazione di un blog. Quindi date la precedenza a un'impostazione da sinistra verso destra, che privilegi i contenuti – che andranno posizionati nella parte sinistra della pagina – per lasciare lo spazio a destra a disposizione di sidebar e banner.

Inoltre pensate di aggiungere al vostro header – l'intestazione, la parte alta del blog – un logo che aiuti a identificare l'intero progetto.

3.4 Le immagini in un blog

Anche le immagini in un blog giocano un ruolo fondamentale. Infatti possono **stimolare e invogliare la lettura** degli articoli. Quindi, per poter essere efficaci, vanno scelte con estrema attenzione.

In questa fase sarà necessario informarsi sui **diritti d'autore** delle immagini selezionate ed eventualmente rivolgersi a siti specializzati nella vendita e/o distribuzione di rappresentazioni **royalty free**, liberamente pubblicabili.

Un'immagine per poter essere pubblicata su un blog deve rispettare almeno questi parametri:

1. **qualità**,
2. **nitidezza**,
3. **gradevolezza**,
4. **professionalità**.

Queste dovrebbero essere le **caratteristiche** principali delle immagini impiegate all'interno di un blog. Attributi che aiutano a raggiungere il lettore, colpendolo con figure significative e d'impatto. Sì, perché l'obiettivo principale nella selezione delle immagini per il proprio blog deve essere l'**immediatezza**. La capacità di queste di

rimandare velocemente e senza fraintendimenti all'argomento trattato.

3.5 Conclusioni

In questo capitolo abbiamo visto come la scelta di **grafica** e **immagini** per un blog sia un procedimento complicato, che richiede tempo e attenzione per essere svolto al meglio. È bene ricordare una semplice regola, utile soprattutto per chi di grafica non capisce un granché.

Il blog è un mezzo di comunicazione mutevole che richiede nel tempo aggiornamenti e migliorie. Quindi non abbiate paura a **rinnovare** la grafica e le immagini. Sempre, però, con l'obiettivo di migliorare la navigazione da parte del lettore, ottimizzando l'intero progetto.

4. I post: come e quando pubblicarli sul blog

Nelle prossime pagine ci dedicheremo ai principali protagonisti di un blog: i post. Se nel capitolo precedente abbiamo affrontato l'annosa questione legata a immagini e grafica, in quest'occasione andremo ad approfondire l'aspetto che più di ogni altro caratterizza un blog: i **contenuti**.

Ormai sappiamo bene che gli utenti vagano per la rete alla ricerca di risposte, informazioni che servono ad appagare una loro necessità o, più semplicemente, un interesse. Ed è proprio per questo che ogni **blogger** dovrebbe ricordare sempre quanto esigenti e competenti stiano diventando i lettori. Tanto da non poter più prescindere dalla creazione di **contenuti interessanti e di elevato spessore informativo**. Perciò la questione dei post e della loro redazione si fa piuttosto delicata.

4.1 Caratteristiche di un post

Come ben sappiamo, un **post** altro non è se non un articolo confezionato e formattato appositamente per i lettori di un blog. Una platea ben delineata e definita consapevole delle proprie esigenze, nonché attenta e critica.

Quando progettiamo i contenuti per un blog dobbiamo sempre considerare gli **utenti** finali a cui ci rivolgiamo, ovvero i lettori. Come abbiamo visto nel primo capitolo, infatti, una volta individuato l'argomento e la nicchia di nostro interesse, dobbiamo cercare di costruire i post in modo tale che siano indirizzati chiaramente a soddisfare le esigenze di chi li leggerà.

Ma allora quali caratteristiche dovrebbe possedere un blog post al fine di essere

efficace e accattivante?

Un post dovrebbe essere:

- **INTERESSANTE**

  Ovvero dovrebbe tendere a stimolare la **curiosità** del proprio target di riferimento. Quando scegliamo gli argomenti di cui parlare dobbiamo sempre chiederci cosa vogliano scoprire i nostri lettori, insomma indagare i loro gusti e le loro preferenze con l'obiettivo di anticiparli.

- **INFORMATIVO**

  Nonostante un blog possa avere tagli differenti a seconda del progetto che portiamo avanti, i suoi post dovrebbero sempre cercare di trasmettere **informazioni** e **notizie**, anche quando queste passano attraverso le nostre opinioni. Insomma sia che si tratti di blog personali, professionali o tematici, l'importante è fornire materiale utile su cui riflettere, grazie al quale ottenere risposte e informazioni.

  In questo senso, partire proprio dall'**attualità** e dalle notizie che reperiamo di giorno in giorno può rappresentare una valida strategia per coinvolgere maggiormente il lettore.

- **INNOVATIVO**

  Quello della novità legato ai post è un tema molto dibattuto e attuale. Infatti sono in molti a sostenere che il web sia ormai saturo di informazioni, che tutti gli argomenti siano già stati sviscerati in ogni loro forma. E, dunque, come rendere i nostri post attraenti per i lettori? Il trucco sta nell'offrire **punti di vista e angolazioni diverse e inusuali**. Insomma, dobbiamo cercare di

affrontare i soliti temi in **modo innovativo e stimolante**.

- **CHIARO**

  Lungi da me fare della mera demagogia o della sterile critica, ma purtroppo siamo costretti a constatare che il web è pieno di contenuti e articoli difficili da comprendere o, addirittura, da leggere. Una condizione che, sicuramente, penalizza non poco i blog e i siti che li ospitano. Per poter raggiungere il lettore prima di tutto è necessario esprimersi attraverso un **linguaggio semplice** e organizzare i contenuti in modo **chiaro** e **logico**.

- **ESAUSTIVO**

  Anche la questione circa la **lunghezza** dei post destinati ai blog è piuttosto delicata. Infatti non esistono regole precise da seguire e sbagliare è piuttosto facile. A mio avviso è importante che gli articoli vengano percepiti come esaustivi, ovvero che trattino l'argomento in modo **esauriente** e completo.

  Questo non significa eccedere con le informazioni e dilungarsi nell'esposizione, ma semplicemente tentare di dare una risposta a ogni possibile questione legata al tema di cui stiamo parlando. E laddove ciò non fosse possibile – vuoi per mancanza di competenze specifiche, o per evitare di appesantire la trattazione – possiamo sempre fornire rimandi e **approfondimenti** utili ai nostri lettori. Fermo restando la possibilità di organizzare i temi più ampi e complessi in una **serie di post**.

4.2 Quando e come pubblicare i post

La pubblicazione dei post è sicuramente un tema sul quale riflettere nel momento in cui si decide di aprire un blog. Se, infatti, la loro redazione passa attraverso fasi ben

definite e piuttosto vincolanti – raccolta delle informazioni, organizzazione delle idee e dei concetti, scrittura – la scelta della **modalità** e delle **tempistiche** con cui pubblicarli può creare non pochi problemi.

Il punto centrale è questo: quando apriamo un blog facciamo una sorta di **patto con i lettori**. Spieghiamo loro quali sono i nostri intenti, il nostro progetto, e cerchiamo di coinvolgerli attraverso l'interazione e i commenti. Ebbene, anche in questo senso è necessario mostrarsi **coerenti**.

Dobbiamo scegliere una **frequenza** e rispettarla. L'obiettivo è quello di dare un ordine logico al tutto, magari attraverso la predisposizione di rubriche e appuntamenti fissi. Insomma, dobbiamo mantenere le **promesse** fatte ai lettori.

Per questo, **costanza e puntualità** non devono mai mancare. Due caratteristiche che possono generare la stima e la fiducia degli utenti, oppure decretare il nostro fallimento. Ora cerchiamo di capire quali sono le modalità di pubblicazione più indicate da seguire.

4.2.1 Quando pubblicare

Non esistono delle **tempistiche** prefissate da seguire. Molti blogger consigliano, per esempio, di postare almeno 2 o 3 contenuti la settimana. Altri, invece, sostengono che la frequenza più produttiva sia quella giornaliera.

Personalmente ritengo che si debba scegliere quando pubblicare sul blog in modo del tutto **autonomo e consapevole**. Insomma, dobbiamo fare i conti con le nostre esigenze personali e professionali. Dobbiamo avere chiaro quanto riusciremo a scrivere e su queste basi effettuare la nostra scelta. L'importante è prendere un

impegno solo se siamo certi di poterlo mantenere.

4.2.2 Come pubblicare

Su questo argomento si apre una questione che meriterebbe di essere approfondita a parte. Il punto è che quando scriviamo un post dobbiamo sempre considerare non solo il **target** a cui facciamo riferimento, ma anche il **media** sul quale pubblicheremo. Internet, appunto, funziona secondo logiche e modalità del tutto diverse rispetto alla carta stampata.

Sul web non dobbiamo solo preoccuparci di **stimolare** l'interesse dei lettori, ma anche di **farci trovare** dai motori di ricerca. Per questo, una buona **impaginazione grafica** degli articoli è fondamentale. Evitate di racchiudere il testo in un unico corpo e suddividetelo in **paragrafi** e **sezioni**, che facilitino il reperimento delle informazioni.

Non abbiate timore a impiegare **elenchi** e organizzate la trattazione in modo tale che l'utente possa **scegliere cosa leggere** e quali parti del testo saltare. In questo modo il vostro post risulterà più facilmente **comprensibile** non solo dagli utenti, ma anche dai motori di ricerca.

5. Web marketing per il blog

Nel quinto capitolo ci soffermeremo sugli importanti aspetti che attengono la **promozione del blog**, consentendoci di creare una reputazione solida e attendibile.

Ho scelto come titolo “web marketing per il blog” anche se, in realtà, procederò illustrandovi **8 consigli** che ritengo sia importante seguire per poter far sì che il nostro spazio web ottenga approvazione e consensi.

#1 – Social Media

Ogni blogger lo sa: oggi una buona strategia di **social media marketing** sembra essere imprescindibile per il successo di un blog. Una condizione che spesso ci porta a essere presenti su più piattaforme, senza effettivamente impiegarle nel modo opportuno. Infatti, sui social non è sufficiente esserci per ottenere dei riscontri. Fondamentale è c**omprendere gli obiettivi e le funzioni** di ogni specifico strumento, adattandosi alle sue logiche di funzionamento.

Con questo non voglio assolutamente asserire che si debba falsare la propria personalità al solo scopo di ottenere dei risultati. Il segreto per una buona strategia di social media marketing per un blog sta proprio nello studio delle varie piattaforme, nella sperimentazione e, soprattutto, nella volontà di **fare rete**, condividendo esperienze e saperi.

Solo in questo modo sarà possibile **ottenere riscontri duraturi e solidi**. Il mio consiglio, prima di affacciarsi al mondo dei social media, è quello di analizzarli singolarmente e capire quale di essi sia più **vicino alla nostra personalità di blogger**. Quindi, se non siete pratici della materia, meglio iniziare a utilizzare il canale più adatto alla vostra nicchia o che, comunque, vi permette di esprimervi al meglio.

Se invece preferite puntare su un impiego di massa dei social media per sfruttarne appieno le potenzialità, il mio consiglio è quello di pensare di **differenziare i messaggi** e la vostra presenza in base al canale, così da risultare sempre utili e interessanti.

#2 – Amici Blogger

Un altro aspetto molto importante è quello di seguire e commentare altri **blogger**, meglio se più esperti e capaci. Questo non solo vi permetterà di ampliare le vostre conoscenze, ma anche di crescere. **Imparare dagli altri** è un buon modo per costruirsi un bagaglio culturale e di esperienze che vi consentirà di migliorare, specializzandovi.

Lo scopo non è solo quello di apprendere dall'esempio altrui, ma anche di farvi **conoscere dai colleghi** blogger. In questo modo vi costruirete una reputazione e potrebbero nascere interessanti collaborazioni. Infatti la forza della rete è proprio quella di darsi aiuto e sostegno reciproco, una sorta di “uno per tutti” che fa bene e aiuta a raggiungere i propri obiettivi.

#3 – Guest Blogging

Un aspetto da non sottovalutare è quello di dotarsi di una buona **strategia di guest blogging**. L'idea di pubblicare vostri articoli su blog amici forse non vi attrae. Probabilmente pensate che questo non serva o che abbia una rilevanza limitata. Nulla di più sbagliato.

Il **guest blogging** non solo è una pratica utile, ma anche produttiva. Realizzarla e prevedere la pubblicazione di post altrui sul vostro blog vi permetterà di farvi conoscere anche da lettori diversi che magari troveranno interessanti i vostri

contenuti.

Ospitare guest post, inoltre, è una buona pratica sia per dare spazio e visibilità ad altri blogger (invitando i loro lettori sul vostro sito), ma anche per garantirvi contenuti nuovi con cui arricchire la vostra programmazione.

Così potrete offrire ai vostri utenti una visione e un punto di vista più ampi e completi, mostrandovi aperti e collaborativi.

#4 – Contenuti ottimizzati

In un certo senso abbiamo già affrontato questo tema senza, però, soffermarci sulla sua rilevanza da un punto di vista strategico. Creare **contenuti ben strutturati** e **facilmente reperibili** dai motori di ricerca offre un duplice vantaggio.

Innanzitutto otterrete un **migliore posizionamento** del vostro blog, che si tradurrà in un **aumento delle visite**. Di conseguenza un buon numero di potenziali lettori, se soddisfatti dalle informazioni reperite, saranno propensi a ritornare, prestandosi a un profittevole passaparola.

In secondo luogo scrivere contenuti ottimizzati e ben costruiti aiuta a rendere maggiormente **chiare le informazioni** in essi presenti, facendo in modo che il lettore le possa reperire facilmente sentendosi soddisfatto dai risultati ottenuti.

#5 – I Forum

Molti blogger sono portati a sottovalutare l'importante rilevanza dei **forum di settore**. La causa, probabilmente, è da rinvenire nell'uso sempre più diffuso dei social media come veicolo di comunicazione e condivisione dei saperi.

Ad ogni modo, i forum continuano a rivestire un ruolo fondamentale, soprattutto per un blogger che vuole rendersi maggiormente **autorevole e credibile**. Essi, infatti, hanno il potere di farci conoscere come **esperti della materia** di cui ci occupiamo sul blog.

Interagire sui forum significa per un blogger **confrontarsi e offrire consigli**, **incentivando le visite** e gli accessi. Insomma, offrendo risposte e condividendo le vostre esperienze potrete rendervi maggiormente credibili agli occhi dei lettori che vi seguiranno con più slancio.

#6 – Statistiche e dati? Sì, grazie!

Il segreto per un blogger è quello di non cadere mai vittima di dati e statistiche. Elementi che possono trasformarsi in vere e proprie ossessioni. Numero di visite, permanenza nelle singole pagine, frequenza di rimbalzo. Questi sono solo alcuni dei **dati** con i quali i blogger devono confrontarsi quotidianamente.

Il trucco sta nel non farsi influenzare eccessivamente, sfruttandoli a proprio vantaggio. Quello che possiamo fare è impiegare statistiche e dati per **analizzare il nostro percorso**, così da individuarne le eventuali criticità e correggerle.

Il nostro obiettivo primo deve sempre essere quello di **migliorare il progetto iniziale**, rendendolo più utile per i lettori. Ed è proprio in questa direzione che vanno sfruttati dati e statistiche.

#7 – Interagire con i lettori

Sembrerebbe scontato, ma in realtà così non è. Ci sono moltissimi blogger che pretendono dai lettori commenti, senza nemmeno sforzarsi di rispondere loro o di

ringraziarli. Questa, lasciatemelo dire, è una pessima abitudine. Infatti il blog va inteso come **strumento a disposizione degli utenti**, che ne devono costituire il cuore e l'anima. Insomma è attorno a loro che deve ruotare l'intero progetto, cercando di offrire risposte e soluzioni.

Per questo è buona norma costruire un **rapporto con i propri lettori**, fatto di stimoli e confronto. Leggere i loro commenti e rispondere è la prima regola. Così come cercare nuove forme di interazione che vi permettano di trasformare i lettori in protagonisti attivi del vostro blog.

#8 – Essere autentici e credibili

In questo caso vorrei proporvi un consiglio che si discosta dalle tradizionali tecniche di web marketing, ma che penso possa essere seriamente annoverato tra esse. Non bisogna mai dimenticare che i lettori di un blog e, più in generale gli utenti del web, non sono degli stupidi. Non è sufficiente imbastire e confezionare dei post gradevoli per ottenere il loro consenso. Né tanto meno paga costruirsi attorno spesse mura di finzione.

La prima regola per un blogger che intende avere successo è proprio quella di **essere autentico**. Si è sempre tenuti a mostrarsi per come si è realmente. Solo in questo modo si otterrà **credibilità e fiducia**.

I lettori, infatti, sono molto abili nel percepire il **valore** e l'autenticità di un blogger. E se questo saprà essere sincero, coerente, aperto e disponibile, gli utenti non potranno far altro che premiarlo, riconoscendo la sua consistenza.

APPENDICI

Nelle pagine seguenti trovate una selezione di **cinque articoli** pubblicati su QuiCopy che penso possano essere utili per approfondire gli argomenti trattati nella guida. Tutti i contenuti sono stati rivisti per l'occasione, così da fare maggiore chiarezza su alcuni temi che reputo interessanti.

Gli **argomenti** che analizzeremo riguardano:

- il piano editoriale per il blog;
- la monetizzazione;
- il coinvolgimento dei lettori;
- le strategie per aumentare i commenti;
- la pratica del guest blogging.

Appendice 1. Piano editoriale per il blog

Con la prima appendice di questa guida vorrei riprendere e approfondire una questione che ritengo fondamentale, quella concernente il **piano editoriale**. Un passaggio preparatorio che ci permette di pianificare con precisione il nostro progetto, offrendoci delle linee utili da seguire. Quindi cerchiamo di capire come elaborare un piano editoriale per il nostro blog e quali vantaggi è possibile ottenere da questa pratica.

Il piano editoriale per il blog, struttura e contenuti

Il piano editoriale per il blog è un documento attraverso il quale stabiliamo una serie di aspetti che serviranno da base per la creazione del nostro progetto online. Una fase quanto mai fondamentale e imprescindibile perché ci consente di fare chiarezza, delineando una precisa strategia da seguire.

Questo documento merita l'attenzione di ogni blogger che, ancora prima di dedicarsi alla realizzazione del progetto, potrà così stabilire tutti gli elementi chiave su cui concentrarsi. Quando sono chiamata a definire il piano editoriale per un blog, mio o di un cliente, cerco sempre di riflettere e di fissare **5 punti fondamentali**, che corrispondono ad altrettante **sezioni** che non dovrebbero mai mancare in questo documento.

#1 – OBIETTIVI

La prima parte del piano editoriale per un blog dovrebbe mirare a chiarire gli obiettivi che intendiamo perseguire. In sostanza si tratta di capire cosa ci spinge nel realizzare il nostro progetto, quali **aspettative** abbiamo e quali **traguardi** intendiamo raggiungere. Questo è il momento di riflettere accuratamente e di analizzare

singolarmente ogni obiettivo per capire come raggiungerlo.

#2 – TARGET

Come abbiamo già detto, la nicchia di lettori è fondamentale per il successo di un blog. I contenuti, infatti, non devono nascere unicamente sulla base delle nostre conoscenze, ma devono essere creati per **rispondere alle esigenze dei lettori**. Avere chiaro in mente il target a cui ci rivolgiamo significa massimizzare i propri sforzi, creando post mirati e funzionali per la propria nicchia.

#3 – CONTENUTI

Il terzo punto da analizzare nel nostro piano editoriale riguarda i contenuti. Questo è il momento di riflettere non solo su quale tipologia intendiamo concentrarci, ma anche su **cosa vogliamo offrire** ai nostri lettori. Individuare le **tematiche** principali da trattare, la **struttura** da dare ai nostri post, lo **stile** e il **taglio editoriale** ci aiuterà a essere più efficaci fin dagli inizi della nostra attività.

#4 – AGGIORNAMENTI

All'interno del piano editoriale per il blog credo sia molto importante contemplare una sezione dedicata agli aggiornamenti. Argomento che riveste un ruolo centrale nella gestione di un blog. Infatti stabilire con precisione la **frequenza di pubblicazione**, almeno iniziale, ci permette di definire un **calendario predefinito** aumentando notevolmente la nostra produttività.

#5 – USABILITA' E GRAFICA

Altro aspetto da definire in fase di pianificazione editoriale riguarda l'impostazione grafica e l'usabilità del nostro progetto. Due aspetti, correlati tra loro, che ci consentono di avere una **visione d'insieme** più precisa e dettagliata.

Nonostante la redazione del piano editoriale richieda parecchio tempo, credo offra la possibilità di iniziare a dedicarsi al proprio progetto web con maggiore consapevolezza, disperdendo al minimo le energie. È chiaro che, affinché esso possa funzionare efficacemente, dobbiamo intenderlo come un **documento rivedibile e modificabile nel tempo**, come un **punto di partenza** su cui iniziare a costruire il nostro progetto.

Piano editoriale per il blog, i vantaggi

Se ancora non foste convinti dell'importanza di dotarsi di un piano editoriale per il vostro blog, vorrei illustrarvi quelli che ritengo essere i **5 vantaggi** di cui potreste beneficiare.

Il piano editoriale per il blog ci permette di:

1. Avere un maggiore controllo sul nostro progetto

Iniziare la nostra attività di blogger avendo prima definito i dettagli del progetto ci aiuta a essere maggiormente efficaci, a non perdere tempo di fronte a eventuali imprevisti che abbiamo già stabilito come affrontare.

2. Definire una linea da seguire

Il blog, lo sappiamo, è un contenitore da riempire con contenuti e informazioni di qualità. A mio avviso, questo ha maggiori possibilità di successo se lo consideriamo come un vero e proprio percorso. Quindi il piano editoriale diventa fondamentale per capire la strada da intraprendere e gli obiettivi da perseguire.

3. Far comprendere meglio ai lettori il nostro progetto

Dotarsi di una linea editoriale e illustrarla ai lettori è una buona abitudine che ci permette di essere meno dispersivi e più chiari ai loro occhi. Gli utenti sono sempre alla ricerca di informazioni e sapere con esattezza quale tipo di contenuti potranno reperire nel nostro blog li incentiva a tornare, incuriosendoli.

4. Facilitare l'attività di posizionamento

Tutti i blogger sanno bene quanto scrivere contenuti per il web possa essere complicato. Non solo si deve fare attenzione all'impaginazione, ma anche alle parole chiave e alla ricchezza delle informazioni da inserire. Aspetti che possiamo già considerare nel piano editoriale fissando, per esempio, le principali keywords e i temi su cui concentrarci.

5. Rendere l'attività di web marketing più semplice

I blogger devono prestare molta attenzione alle strategie di web marketing utili a far conoscere il proprio progetto in rete. A mio avviso il piano editoriale può giocare un ruolo centrale anche in questo senso, permettendoci di monitorare il nostro lavoro e la sua congruità con le linee guida iniziali. Così sarà più facile analizzare i risultati conseguiti e apportare le modifiche necessarie.

Appendice 2. Monetizzare un blog

Andiamo a dedicarci alla monetizzazione di un blog, un tema piuttosto spinoso e delicato. Cercheremo di capire se e quando è più opportuno mettere in atto tutte quelle strategie che ci permettono di **guadagnare col nostro blog**. Perché ogni blogger, prima o poi, si trova a riflettere su questa eventualità e spesso la scelta da compiere non è così semplice.

Cosa significa monetizzare un blog

Monetizzare un blog significa adottare quelle pratiche che servono a guadagnare con esso. Molti blogger di successo, ma non solo, impiegano queste tecniche per ottenere dei benefici economici dal proprio lavoro, registrando risultati interessanti.

Per capire meglio di cosa stiamo parlando, vediamo insieme quali sono le **strategie di monetizzazione** più diffuse.

#1 – Banner e annunci pubblicitari

Molto spesso sul web ci si imbatte in blog pieni zeppi di annunci AdSense e banner pubblicitari. Quando questo accade abbiamo la certezza di trovarci al cospetto di un blogger che ha deciso di monetizzare il proprio lavoro. Una scelta più o meno condivisibile che va rispettata, quando condotta nella maniera più idonea. Se, infatti, decidete di inserire all'interno del vostro blog annunci pubblicitari l'ideale sarebbe posizionarli sì in modo che siano evidenti, ma senza rendere complicata la fruizione dei contenuti da parte del lettore.

Personalmente non amo che il testo venga intervallato da banner o annunci, che invece non mi disturbano se posizionati nelle sidebar. Ogni blogger sceglie la propria strategia, ma credo sarebbe importante e corretto nei confronti dell'utente fare in

modo che la pubblicità risulti chiara, che la si possa individuare immediatamente e decidere, così, se cliccare o meno su di essa.

#2 – Risorse e materiali a pagamento

Sono sempre più numerosi i blogger che decidono di offrire ai propri utenti materiale a pagamento. Spesso si tratta di ebook o corsi che mirano ad approfondire tematiche affrontate nei post, oppure che vogliono offrire una visione più completa di un argomento. Questa tipologia di monetizzazione di un blog è quella che preferisco, perché meno invasiva. Il lettore, infatti, potrà decidere liberamente se acquistare i contenuti a pagamento. Non subirà forzature, ma anzi ogni azione in questo senso sarà da intendersi come una conferma del suo apprezzamento verso il nostro lavoro.

A mio avviso, quando si decide di proporre materiale a pagamento ai propri lettori, è bene farlo in modo chiaro, esplicitando le finalità che intendiamo perseguire. In questo caso la cura dei contenuti diventa ancora più importante. Infatti, offrire materiale scadente a pagamento può rivelarsi controproducente per il nostro progetto. Meglio aspettare di avere le idee chiare su quello di cui hanno bisogno gli utenti che ci seguono e costruire risorse utili e pratiche.

#3 – Articoli promozionali

Anche questa forma di monetizzazione sta prendendo sempre più piede. Molti blogger decidono di pubblicare post promozionali di libri, prodotti e servizi su commissione. Una scelta comprensibile, che se ben realizzata può essere perfino utile per i lettori.

Personalmente credo che, vista la natura pubblicitaria di questi contenuti, sarebbe

bene esplicitarla, così che gli utenti possano decidere se leggerli o meno. Questo penso sia importante soprattutto nel caso in cui un articolo promozionale contenga link a pagine esterne o a landing page dove si consiglia l'acquisto del prodotto recensito. Una strategia di monetizzazione che credo possa essere intrapresa fin dagli albori di un blog, con le dovute attenzioni.

Quando e perché monetizzare un blog

Decidere di iniziare a trarre un profitto dal proprio blog significa dover valutare tutta una serie importante di variabili. Non credo sia sufficiente scegliere un programma di affiliazione o abilitare AdSense per ottenere risultati. La cosa migliore da fare è capire quali modalità potrebbero danneggiare meno la fiducia e l'interesse dei nostri lettori e procedere a un'analisi approfondita delle soluzioni disponibili.

Perché monetizzare un blog

Credo che monetizzare un blog possa essere una pratica valida soprattutto se si intende generare un profitto dalla nostra attività di blogger. Gestire un blog, infatti, non richiede solo passione e cura, ma anche molto impegno. Un'attività che spesso richiede uno sforzo notevole in termini di tempo e risorse. Quindi penso che **guadagnare con il proprio progetto sul web** non sia una pratica criticabile.

Il punto sta nel **gestire al meglio questo processo**, inserendolo in modo organico all'interno del nostro progetto iniziale. Insomma, credo che un blogger dovrebbe porsi come primo obiettivo quello di **soddisfare i propri lettori** e, solo in seconda battuta, di guadagnare.

Quando monetizzare un blog

La questione sulle tempistiche più opportune per monetizzare un blog è davvero

molto delicata e, spesso, finisce per dividere i blogger in due fazioni principali. Una parte di essi sostiene che sarebbe opportuno iniziare a guadagnare col proprio blog fin da subito, inserendo banner e annunci pubblicitari per esempio. Altri, invece, ritengono che sia meglio aspettare il momento più opportuno, almeno fino a quando avremo ottenuto la fiducia di un buon numero di lettori. In entrambi i casi la lista di pro e contro è piuttosto lunga e non permette di raggiungere una soluzione univoca.

Personalmente credo non esista una risposta valida in assoluto. Ognuno dovrebbe scegliere di impostare il proprio blog come ritiene più opportuno, considerando la questione della monetizzazione fin dalle fasi iniziali di progettazione. La cosa importante è fare in modo di dare vita a un **progetto utile e interessante** per gli utenti.

Appendice 3. Coinvolgere i lettori di un blog

L'abbiamo ripetuto ormai molte volte, per essere efficace un blog deve ruotare attorno ai suoi lettori. Non è sufficiente individuare una nicchia ben precisa e redigere contenuti *ad hoc*. Per creare un **legame con gli utenti** è necessario coinvolgerli, interagendo con loro. Affinché ciò si realizzi è opportuno porre il lettore al centro del nostro progetto e studiare strategie apposite per renderlo parte di esso.

Coinvolgere i lettori di un blog, come fare?

Gestire un blog significa disporre di uno strumento molto delicato che ci consente di esprimere opinioni e di condividere i nostri saperi. Uno strumento che a nulla servirebbe se non ci fossero utenti disposti a leggerlo e a seguirlo. Per rafforzare il legame con loro è più che mai necessario riuscire a **riconoscere i loro interessi** e a **soddisfare le loro curiosità**.

Come abbiamo detto nei capitoli precedenti, una buona strategia di web marketing per il blog deve passare attraverso l'attenzione verso i propri lettori. Condizione essenziale è che i contenuti vengano costruiti appositamente per loro. Per fare ciò è necessario tenersi sempre **aggiornati sulle ultime novità** presenti in rete e, attraverso i social, cercare di comprendere gli argomenti più stimolanti e discussi.

A mio avviso, sono **due** le **direttrici** da perseguire per creare contenuti che sappiano destare l'interesse del lettore, coinvolgendolo:

- l'attenzione ai **feedback**, anche negativi, che ci servono per capire se stiamo adottando l'approccio giusto e quali modifiche apportare per essere più efficaci;

- l'adozione di strategie atte a favorire proprio l'**interazione con l'utente**, attraverso un dialogo che gli faccia percepire il suo ruolo centrale all'interno del nostro progetto.

5 strategie per aumentare il coinvolgimento dei lettori

Sono convinta che ogni blogger, dopo una fase iniziale di comprensione della propria nicchia e di consolidamento del progetto, debba dedicarsi alla creazione di un legame di fiducia con i lettori. Un passaggio fondamentale che può realmente determinare il successo di un progetto. Gestire le relazioni con gli utenti significa arricchire la loro esperienza sul nostro blog, proponendogli contenuti di qualità che siano in grado di comunicare un messaggio in modo originale e propositivo.

Per fare ciò ho individuato **5 strategie** che, a parer mio, possono aiutare il blogger a stimolare la relazione con i propri lettori.

#1 – Call-to-action? Certamente!

Ogni manuale di blogging che si rispetti spiega come invitare all'azione i propri lettori attraverso una *call-to-action* che serva non solo a stimolare i commenti, ma anche a portare gli utenti a riflettere. Quindi credo che concludere i propri post con una richiesta esplicita ai lettori sia una buona pratica, quantomeno per incentivare la partecipazione.

#2 – Sondaggi e richieste di pareri

Spesso i blogger fanno del proprio progetto una vetrina per le loro idee e passioni, sottovalutando l'importanza dei lettori. Molte volte il blogger si crede infallibile e ritiene poco importante conoscere l'opinione degli utenti. Io credo che questa pratica sia improduttiva e sbagliata, perché allontana il blogger dalla propria

audience, rendendolo freddo e distaccato.

Per questo, penso sia importante rivolgersi sinceramente ai lettori, anche in caso di dubbi da chiarire. Costruire sondaggi e chiedere loro pareri può essere utile per ottenere feedback importanti per capire quali indirizzi prendere e come testare il loro interesse circa determinati temi.

#3 – Concorsi

Anche indire dei concorsi può rivelarsi una buona soluzione per stimolare l'interesse del lettore. Sul web ci sono numerosi esempi, alcuni dei quali molto interessanti. Un'idea potrebbe essere quella di invitare gli utenti a partecipare alla redazione di contenuti per il blog, a suggerire argomenti curiosi da trattare, a proporre nuove rubriche, e così via.

Consultare i lettori attraverso un concorso rende l'interazione più stimolante e permette di verificare l'effettivo interesse verso le nostre iniziative.

#4 – Tu commenti, io rispondo!

Un blog non è fatto solo di post, articoli e immagini. Anzi, potremmo asserire che i commenti ne siano la parte più viva e rilevante. Quindi non solo è importante stimolarli, ma tenerli nella giusta considerazione.

Ogni commento è importante e ci può aiutare a comprendere meglio le esigenze e le richieste degli utenti. Dunque leggerli e rispondere è una pratica che non attiene solo alla buona educazione, ma che fa percepire al lettore la sua importanza. Questo, però, non è sufficiente: a mio avviso i commenti dovrebbero essere oggetto di un'attenta analisi volta a comprendere come migliorare il nostro progetto, dando

vero ascolto ai suoi protagonisti principali.

#5 – Contenuti diversi, stesso stile

In fase di progettazione di un blog uno dei passaggi da seguire è quello della definizione dello stile che intendiamo dargli. Un momento quasi obbligato, che ci consente di individuare una precisa linea editoriale. Questo, però, non deve fare sì che i nostri contenuti diventino monotoni e poco interessanti.

Affinché il lettore sia stimolato da essi credo si debba puntare sulla loro diversificazione. Insomma, l'abilità di un blogger sta nel proporre diverse tipologie di contenuti (interviste, recensioni, casi studio o approfondimenti, per esempio) mantenendo lo stile del progetto. Una strategia che penso possa stimolare l'interesse degli utenti che, così, saranno maggiormente coinvolti dai nostri post.

Appendice 4. Come aumentare i commenti di un blog

Abbiamo già parlato dell'importanza dei commenti per un blog. Elemento che consente all'autore di entrare in contatto con i suoi lettori, intessendo con loro un dialogo fatto di ascolto e confronto. Ora analizzeremo una situazione molto comune, quella di un blog che genera un buon numero di visite a fronte di una **scarsa interazione con gli utenti**. Quindi cercheremo non solo di individuarne le **cause**, ma anche di capire quali **soluzioni** porre in essere per stimolare i commenti.

Perché un blog è poco commentato?

Molto spesso capita di imbattersi in blog di qualità che, tuttavia, generano scarsi commenti. Una situazione poco gradevole per il blogger che fa dell'interazione con l'utente il principio centrale della sua attività. Le ragioni di questa tendenza possono essere numerose e, certamente, si differenziano da caso a caso. Tuttavia, ho cercato di individuare **4 elementi** che sarebbe bene valutare quando analizziamo il nostro blog.

#1 – Informazioni non all'altezza delle aspettative

Oltre ai lettori fedeli di un blog, esistono quelli che vi arrivano grazie ai motori di ricerca. Si tratta di persone potenzialmente interessate alle informazioni contenute nei nostri post. Il fatto che queste non lascino traccia del loro passaggio nei commenti è un elemento piuttosto rilevante, che potrebbe essere dovuto all'assenza di informazioni considerate all'altezza delle loro aspettative.

#2 – Poco spazio al lettore

Un'altra possibilità è quella che il blogger gestisca in malo modo i contenuti, creando articoli troppo dettagliati ed esaustivi che non lasciano spazio per il confronto con i lettori. Infatti, anche contenuti eccessivamente completi possono indurre i lettori a

sentirsi soddisfatti delle informazioni rinvenute e a non porre ulteriori domande nei commenti. Non intendo certo asserire che si debbano confezionare articoli di scarsa qualità, ma penso sarebbe auspicabile offrire l'opportunità di approfondire questi temi anche attraverso le domande poste dagli utenti.

#3 – Scarsa attenzione all'usabilità del blog

Spesso, anche a fronte di una scrupolosa attività di veicolazione dei propri contenuti, è possibile che un utente non sia incentivato a lasciare commenti perché l'operazione risulta complicata. In questo senso porre attenzione al proprio progetto web, avendo sempre a cuore l'usabilità, diventa una strategia fondamentale per incentivare i commenti e le interazioni.

#4 – Incapacità di destare l'interesse del lettore

Non sono solo la qualità delle informazioni, l'usabilità e l'attenzione al confezionamento dei contenuti a concorrere al successo di un blog. Un ruolo chiave è giocato anche dalla capacità del blogger di suscitare l'interesse degli utenti. Un'abilità che, a mio avviso, passa attraverso lo stile di scrittura e il taglio editoriale che diamo al nostro progetto. Analizzarli per capire quanto effettivamente siano efficaci è una buona prassi per comprendere le dinamiche di interrelazione con gli utenti.

I commenti in un blog, come stimolarli?

Cercando di evitare approcci eccessivamente accademici, mi limiterò a indicarvi **3 suggerimenti** che ritengo utili **per stimolare l'interazione con i lettori** di un blog.

1. **Analizzare i dati e le statistiche di web analytics nel tempo**

   Un'indagine periodica dei dati rilevati dagli strumenti di web analytics ci

permette di comprendere il comportamento degli utenti che arrivano sul nostro blog. Monitorare valori come la frequenza di rimbalzo o il tempo di permanenza sulla singola pagina può aiutarci a capire quali aspetti migliorare per essere più vicini ai lettori. Una pratica che, a mio avviso, dovrebbe essere fatta periodicamente così da massimizzarne i risultati.

Uno dei fattori a cui presto maggiore attenzione è il numero di visite alle singole pagine, che mi aiuta a capire quali argomenti e rubriche suscitano l'interesse degli utenti. In questo modo posso rivedere il piano editoriale del blog e implementarlo secondo i gusti dei lettori.

2. **Proporre contenuti diversificati**

   Penso che una buona strategia per stimolare i commenti sia quella di proporre una varietà ricca di contenuti, capace di tenere alto nel tempo l'interesse degli utenti. Proporre interviste, recensioni, approfondimenti, news e risorse può aiutare a toccare un maggiore bacino d'utenza e, analizzando la tipologia che raccoglie maggiori consensi, possiamo capire quali contenuti sono più appetibili per i lettori.

3. **Studiare i contenuti pubblicati**

   Credo che un blogger non dovrebbe curare i contenuti solo in fase di revisione. Infatti, anche dopo la pubblicazione, rivedere i post con occhio critico può aiutare a individuarne lacune e criticità, così da migliorarle. In questo senso sarebbe opportuno porsi alcune domande: Posso migliorare i miei contenuti? I post coinvolgono a sufficienza i lettori? Lasciano spazio al confronto e la dialogo?

Conclusioni

Instaurare un rapporto di fiducia con i propri lettori è forse il lavoro più complicato per un blogger. Un compito che deve essere costruito nel tempo e che necessita di una particolare attenzione nei confronti dell'utente. Intendere il proprio blog come un **contenitore di informazioni e risorse utili per i lettori** può essere il punto da cui partire per porre maggiore attenzione verso la propria nicchia, così da ascoltare le sue necessità e offrire risposte utili e pratiche.

Appendice 5. Guest blogging, strategie e suggerimenti

La tecnica del guest blogging rappresenta uno degli strumenti principali per tutti i blogger che intendono affermarsi, al fine di ampliare il proprio bacino d'utenza. Come abbiamo detto nel quinto capitolo, questa pratica può rappresentare un valido strumento a supporto della nostra strategia di web marketing.

Trattandosi di un passaggio chiave per la promozione del nostro blog, va **pianificato e valutato** con cura. Non solo si devono scegliere gli **argomenti** da proporre, ma anche i **blog più adatti** per la loro pubblicazione. Si devono stabilire i criteri in base ai quali accettare guest post e pubblicarli sul nostro blog, definire **linee guida e strumenti operativi**. Insomma, il lavoro di pianificazione non manca e considerare ogni aspetto è fondamentale per massimizzare la resa della nostra attività.

Perché fare guest blogging

Pianificare una buona strategia di guest blogging è un passaggio quasi obbligato per i blogger che intendono farsi conoscere sul web. Una strategia che consente, attraverso la pubblicazione di propri articoli su blog di rilievo, di ottenere ritorni notevoli in termini di visite e riscontri dai lettori.

Non intendo soffermarmi sui passaggi da seguire per scrivere e proporre un guest post, quanto piuttosto sui vantaggi che ne possiamo trarre. Anche se scrivere senza compenso a molti può apparire una pratica futile e poco produttiva, quest'attività, se condotta nella maniera più appropriata, può tradursi in risultati reali e misurabili. Infatti, i **vantaggi che derivano dal guest blogging** sono notevoli. Ecco i principali.

1. **Ottenere maggiore visibilità**

   Pubblicare post su blog diversi dal nostro ci permette di toccare nuovi bacini

d'utenza. In questo modo possiamo farci conoscere da un pubblico più ampio e godere dei vantaggi che un blogger esperto può offrirci. Per massimizzarli, però, è consigliabile scegliere attentamente il blog su cui pubblicare il nostro articolo: cercate se possibile di ottenere l'attenzione e la fiducia di un blogger noto, oppure puntate su progetti innovativi e validi (anche se ancora poco conosciuti).

2. **Rivolgersi a una nuova nicchia di utenti**

   Ogni blog è costruito per rispondere alle esigenze dei suoi lettori. Questo significa che ogni progetto ha il suo personale bacino d'utenza, potenzialmente diverso dagli altri. Proporre un nostro guest post a un blog vuol dire rivolgersi a lettori nuovi che non ci conoscono, ai quali dobbiamo cercare di trasferire immediatamente il nostro valore. Generare questa consapevolezza non sarà facile, quindi dobbiamo proporre contenuti di elevata qualità che sappiano incuriosire e stimolare gli utenti del blog che abbiamo selezionato.

3. **Farsi conoscere da altri blogger**

   Proponendo un nostro articolo a un blog ci avviciniamo inevitabilmente al suo autore. Quindi è bene presentarsi in modo educato e deciso, cercando di farci conoscere come blogger, lasciando che sia il nostro valore a parlare per noi. Instaurare relazioni di fiducia può rappresentare la base da cui partire per creare collaborazioni proficue e vantaggiose, che possono tradursi in progetti reali e interessanti.

Perché pubblicare guest post

Offrirsi come contributori di altri blog genera certamente numerosi vantaggi per un blogger. Ma affinché questa strategia sia ancora più efficace è bene valutare l'eventualità di **pubblicare guest post** sul nostro stesso blog. Anche in questo senso i riscontri saranno notevoli, perché ci permetteranno di offrire **risposte più complete ai nostri lettori**. In particolare, pubblicare guest post è utile perché ci permette di:

1. **Attirare nuovi lettori sul nostro blog**

   L'autore dell'articolo avrà certamente un suo seguito di lettori fedeli e appassionati. Pubblicare post altrui ci permette di conoscere nuovi lettori che, magari, resteranno colpiti dal nostro blog e decideranno di tornare. Un vantaggio che potrebbe tradursi in un aumento permanente della nostra nicchia di riferimento.

2. **Ottenere contenuti utili per la programmazione**

   Gestire un blog non è mai semplice. Pianificare la programmazione e i contenuti richiede molto tempo, così come la loro redazione. Per questo ospitare guest post può essere utile per integrare e implementare la programmazione, semplificando i nostri impegni quotidiani.

3. **Offrire ai nostri lettori un'informazione più ampia**

   Pubblicare guest post fa molto bene al blogger in termini di impatto sui lettori. Essi, infatti, non solo troveranno utile poter leggere nuovi punti di vista, ma tenderanno a percepirci come maggiormente generosi e aperti al confronto. Un'impressione che ci aiuta a consolidare il legame di fiducia con loro, rafforzandolo.

Come fissare le linee guida editoriali per i guest post

Ora che avete deciso di pubblicare guest post sul vostro blog vi si presenterà il problema di **selezionare i contenuti**. Al fine di evitare proposte non in linea con il vostro progetto è bene pensare di fissare degli standard a cui i guest blogger dovranno attenersi. Ideale sarebbe inserire all'interno del vostro blog una sezione apposita, in cui elencare i **requisiti necessari**, i **temi** eventualmente trattabili e le **regole per la redazione**.

Stabilire delle linee guida servirà ai guest blogger per essere certi di proporre contenuti conformi al vostro progetto, riducendo così il rischio di vedere rifiutati i loro articoli. Personalmente credo che si debbano approfondire **due aspetti**:

1. le indicazioni relative ai **requisiti di base** dei contenuti (come argomenti, formattazione del testo e lunghezza dell'articolo);

2. le **modalità di contatto** (spiegate chiaramente come volete che vi vengano proposti i guest post, attraverso quali canali e con che modalità).

Chiarire questi due punti vi aiuterà a essere maggiormente chiari con i blogger interessati al guest blogging, che sapranno come muoversi per essere accolti sul vostro blog.

Conclusioni

Personalmente sono favorevole alla pratica del guest blogging perché ritengo possa essere la base da cui partire per intessere relazioni proficue e importanti. Certo, è sempre meglio puntare sulla **qualità dei contenuti proposti**, a discapito della quantità. Meglio un guest post ben fatto, che dieci inefficaci.