

## **Metodologia di scrittura per il web**

### **Come scrivere per il web e migliorare l'indicizzazione delle pagine dei vostri siti web da parte dei motori di ricerca**

- **Conoscere il suo target e i suoi obiettivi**
- **Definire le informazioni chiave da trasmettere**
- **Definire cosa si vuole trasmettere**
- **Definire un angolo d'attacco**
- **Scegliere il genere**
- **Impaginare l'articolo**
- **Puntare all'essenziale**
- **Definire le parole chiave**
- **Ottimizzare le parole chiave in una logica di conversazione**
- **Ottimizzare ogni contenuto(title,h1,h2,tag,meta description,link, meta keywords)**
- **Migliorare la lisibilità/visibilità delle pagine**
- **Misurare i contenuti via statistiche portare le modifiche necessarie**
- **Integrare il suo articolo in una strategia editoriale**

## **1) studiare il target e i suoi obiettivi**

Per comunicare la buona informazione e influenzare il comportamento degli utenti, bisogna costruire il profilo del target di riferimento. La costruzione del profilo del nostro target non ci deve fare dimenticare gli obiettivi che ci siamo fissati all'inizio.

per aiutarci nello studio del nostro target ci possiamo fare tre domande:

### **Quali sono le caratteristiche del nostro target?**

Età, sesso, livello di istruzione, professione, modalità di ricerca online, comportamento d'acquisto, parole chiave usate nella ricerca ecc..

Il passo seguente sarà capire quali sono i bisogni e le aspettative del target di riferimento identificato nella fase precedente.

### **Quali sono gli obiettivi dell'azienda/cliente e come conta raggiungerli?**

Dobbiamo capire quale sia il messaggio che il cliente o l'azienda vuole trasmettere e in che modo lo vuole fare. Ad esempio quali sono i valori sui quali puntare per arrivarci.

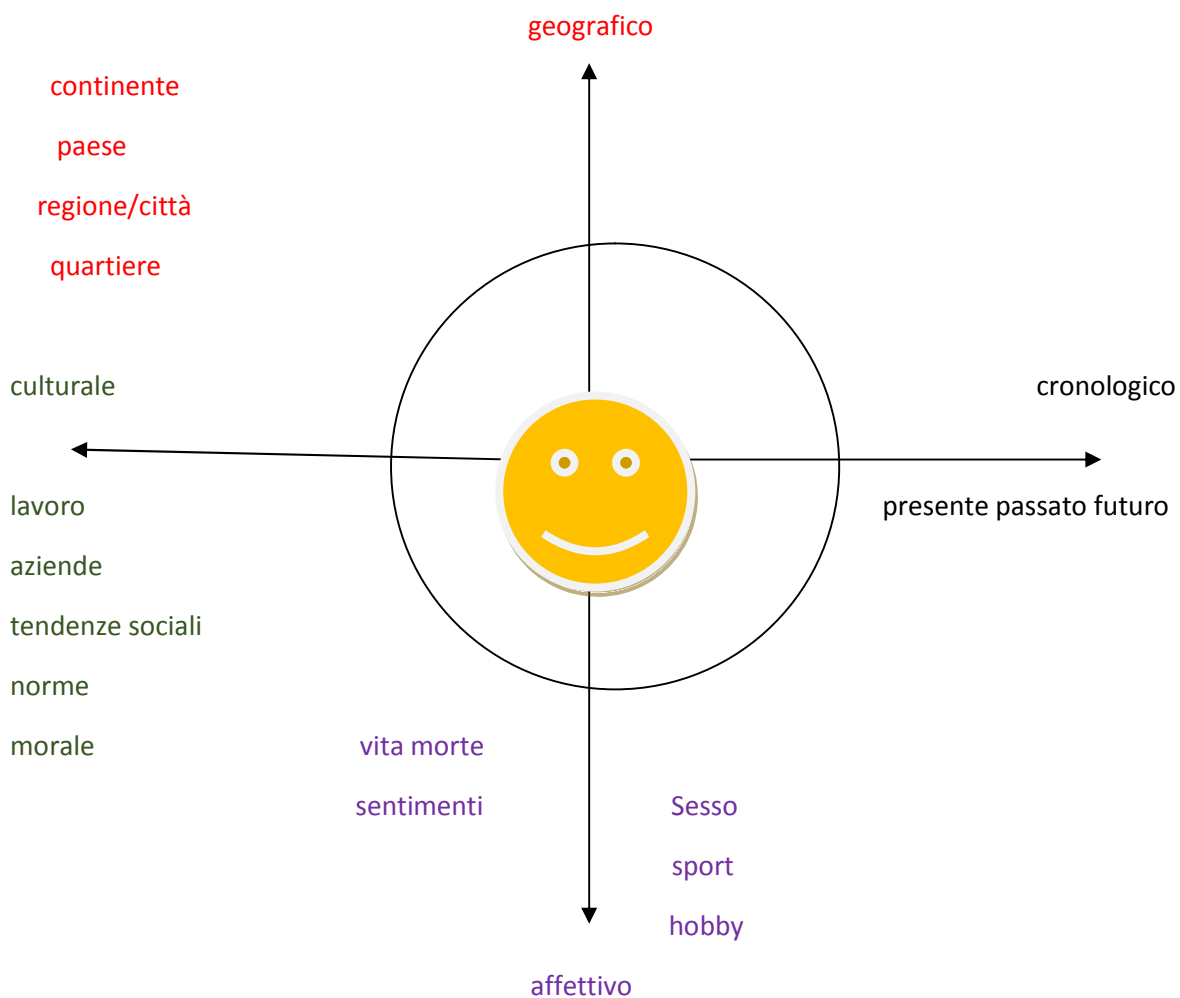
Quindi questo primo lavoro si svolge in tre fasi: la prima consiste nella ricerca del target, per capire i suoi bisogni e le sue aspettative. La seconda fase consiste ad individuare quelli che sono gli obiettivi del cliente o dell'azienda. E la terza fase consiste in un mix delle prime due fasi per avere una visione completa della situazione.

## **2) Definire le informazioni chiave da trasmettere**

Una volta definito il nostro target e fissati i nostri obiettivi, dobbiamo farci che il nostro messaggio raggiunga il nostro target.

Per farlo dobbiamo lavorare sulle leggi di prossimità cioè più siete vicini ai vostri lettori target più siete rilevanti per loro.

Le 4 leggi di prossimità più popolari sono di tipo geografico, cronologico, sociale, psicoaffettivo.



### 3) Definire il messaggio essenziale

Il messaggio essenziale non deve essere troppo lungo due o tre righe massimo. Da 200 a 400 caratteri spazi compresi. Per essere sicuro di non aver dimenticato niente consigliamo di usare la domanda delle 5W e 2H. (who, what, when, where, why, how, how much)

#### 4) Scrivere il messaggio essenziale e fare il piano dell'articolo

Scrivere il messaggio essenziale vuole dire partire dalle news più importanti e rilevanti a quelle meno rilevanti.

Poi elaborare il piano dell'articolo partendo da:

- Le idee principali diventeranno i titoli
- I punti sviluppati per ogni titolo diventeranno i sotto titoli
- Le parole usate per ogni sotto titolo diventeranno le nostre parole chiave che poi andremo ad approfondire con altre analisi.

#### 5) Definire un angolo d'attacco

Scegliere un angolo d'attacco vuole dire scrivere il suo articolo partendo da un punto di vista che può essere:

- **Umano** (tristezza, stupore, gioia ecc...). scrivere giocando sui sentimenti ed emozioni
- **Economico** (costi, ripercussioni sulla comunità, crescita, inflazione, ecc...)
- **Politico** (conseguenze al livello mondiale, posizioni del mondo politico, ecc...)
- **Storico** (situazioni precedenti, implicazioni future, paragoni con il passato, ecc..)

#### 6) Scegliere il genere letterario o stile

Si tratta di sapere su quale format sarà scritto l'articolo. Quindi si potrà scegliere tra un :

- **Reportage** (testimoni, descrizioni, combianzione di osservazioni e citazioni)
- **Un'analisi** (contenuto fattuale, professionale, esaustivo, imparziale)
- **Di attualità** (argomentazione, sviluppo, conclusione)

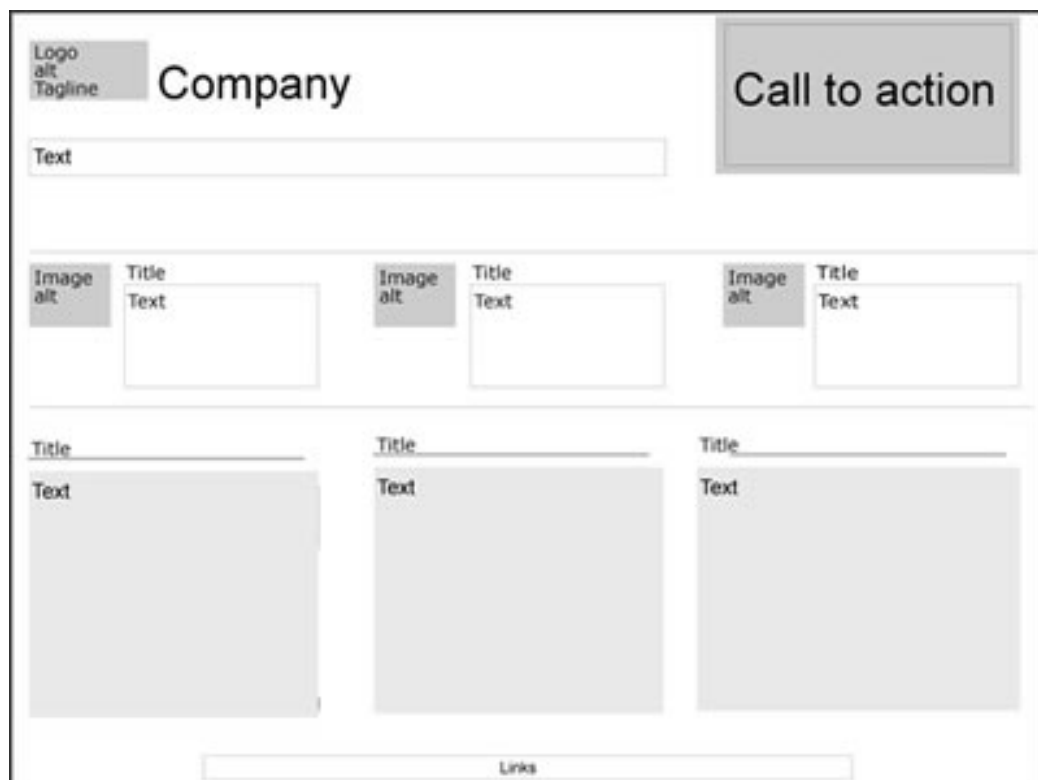
Dopo avere fatto tutte questi passaggi si va all'impaginazione dell'articolo.

#### 7) Impaginazione dell'articolo

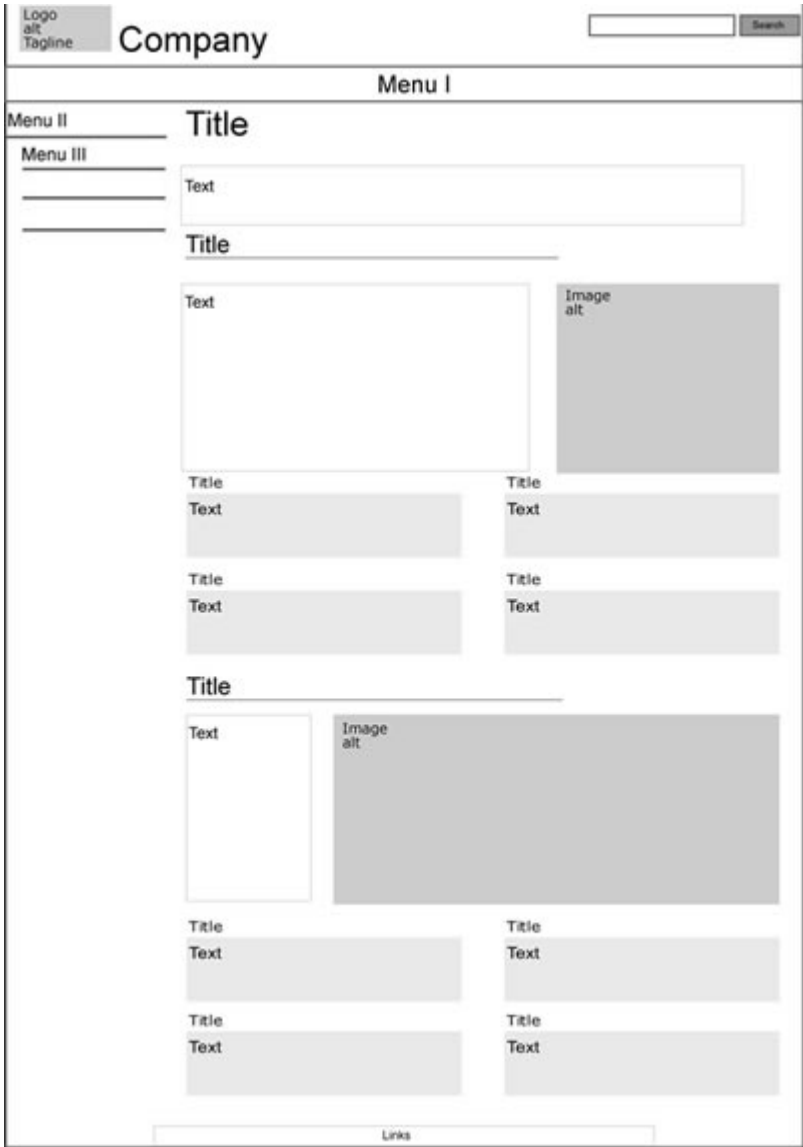
Qui si tratta della distribuzione spaziale della pagina in funzione dell'interfaccia. Il testo deve potere scivolare all'interno della pagina dando un massimo di lisibilità, visibilità e di confort. E nello stesso tempo raggiungere l'obbiettivo per il quale è stato creato. (una conversione, una condivisione, un like....)

Non importa che sia una Home page, una pagina di secondo livello o una pagina di atterraggio. Il testo va adattato ad ogni pagina e agli obiettivi che vogliamo raggiungere .

Qua sotto vi facciamo vedere qualche esempio di struttura di diverse pagine online. Potete usare tranquillamente questo modello e adattarlo secondo il vostro contenuto e i vostri obiettivi.



un consiglio molto importante: **andare all'essenziale**. Quindi usare parole mirate che possono colpire positivamente e spingere l'utente ad agire. L'obiettivo è di trasformare l'utente in cliente e il cliente in "cassa di risonanza".



Beh! alla fine non è così difficile come sembra per riuscirci servono tre cose:

- La prima è la passione
- La seconda è la metodologia
- La terza è la curiosità

Con questi tre elementi principali potrai scrivere degli articoli meravigliosi online.

k.k

“Molte cose cambiano così velocemente che alla fine sono sempre le stesse cose a tornare”