

# Creare un Blog GRATIS

*Legete il mio  
Blog  
(per favore)*

## GUIDA STRATEGICA



**MARCOPANICHI.COM**  
WEB DESIGN & DIGITAL MARKETING

**Questa guida proviene dal Blog di Marco Panichi**



**MARCOPANICHI.COM**  
WEB DESIGN & DIGITAL MARKETING

[www.MarcoPanichi.com](http://www.MarcoPanichi.com)



Quest'opera è stata rilasciata con licenza

Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported.

Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

## Fai un blog di nicchia o perdi in partenza!



Parliamoci chiaro, esistono MIGLIAIA di blog, alcuni dei quali ENORMI.

Buttarsi su un argomento troppo “largo” significa andarsi a scontrare direttamente con i più grossi. Sarebbe come affrontare il campione mondiale di boxe dall’oggi al domani.

Tradotto in con un detto popolare, “**chi troppo vuole nulla stringe**”. Perché proprio di *volere troppo* si parla: vuoi raggiungere tutti, vuoi scrivere per tutti, vuoi non perderti fette di pubblico.

Eppure, il buon senso ci insegna che questo tipo di approccio porta a dilapidare le energie e ad ottenere zero risultati, per cui fermati finché sei ancora in tempo e scegli di creare un **blog di nicchia**.

## Cosa vuol dire "blog di nicchia"? Esempi pratici

*[...] la nicchia è una parte di mercato che la concorrenza non ha ancora raggiunto, o che essa ha parzialmente occupato, ma in maniera tale da non venire incontro soddisfacentemente alla domanda [...]*

*Le nicchie sono in genere degli spazi piccoli, spesso ricercati da piccole imprese [...]*

Tratto da [Wikipedia – Nicchia di Mercato](#)

Alcuni esempi ti aiuteranno a comprendere meglio il concetto di nicchia:

**ERRATO:**

Blog di Cucina

**OK!**

Blog di Ricette di Terra

**ERRATO:**

Blog sul Giardinaggio

**OK!**

Blog sulla Coltura dei Fiori Esotici in Serra

**ERRATO:**

Blog sui Computer

**OK!**

Blog su Software per la Musica su Windows

## Nicchia = *tanto tanto* + *poco poco*

“*Che strana equazione*” ti starai dicendo. Bene, vuol dire che te ne ricorderai una volta terminata la lettura! Si perché a dimenticarsi la nicchia e cominciare a scrivere per il “grande pubblico” ci si mette davvero poco – l’ho sperimentato sulla mia pelle. Allora tu ricordati sempre che scrivere di nicchia comporta queste due cose qua:

### 1) Ti deve piacere *tanto tanto*

Oh ragazzi non scherziamo, aprire un blog è partire per l’America, è “*sposarsi finché morte non vi separi*”. **Sei sicuro** di voler condividere il tuo tempo futuro (lavorativo e libero) con un argomento che non ti né caldo né freddo?

In più considera che **scrivere implica studiare**, prepararsi, andare a fondo. Tutte cose che senza passione non si cominciano nemmeno. Le tue passioni sono i tuoi Angeli: ti parlano dal profondo dell’anima soffiando sulle vele della tua creatività tante idee e tante cose sulle quali scrivere.

**Lasciati ispirare.**

### 2) Se ne parla *poco poco*.

Per essere certo della specificità del tuo argomento, **cercalo su Google**. Se ti trovi davanti a decine di annunci a pagamento e portali enormi, *non ci siamo*. La tua nicchia si presenterà come un posto scordato da Dio per il quale **sarai tu il nuovo Dio**. Il tuo primo commento proverrà alle una di notte da parte di uno appassionatissimo del tuo settore che ti paragonerà ad un bicchiere d’acqua in mezzo al deserto.

Tutto questo vuoto (vuoto di pubblico, vuoto di argomenti) non deve spaventarti: è proprio questo il vuoto che ti serve per respirare e crescere.

Questo elemento qua rappresenta i Demoni: ti sussurreranno all’orecchio che sei sfigato, **ti inviteranno ad inseguire la massa** e le luci della ribalta, ma solo per trucidarti davanti al grande pubblico per loro esclusivo piacere. **Non ascoltarli!**

## Miti da sfatare sui blog di nicchia

### 1. Deve avere volume di ricerca medio-alto

A casa mia **nicchia vuol dire riservato a pochi**. Questi pochi cercheranno sicuramente tanto perché tanto è l'interesse ma non così tanto da poter parlare di volumi medio-alti. Il volume medio-alto va palesemente in contraddizione con la definizione stessa di nicchia.

### 2. Una buona nicchia ti farà guadagnare

Guadagnare con le pubblicità, con AdSense, con gli sponsor. FALSO. ILLUSORIO. Se ti lancerai in un nicchia con l'intento di lucrarci, sappi che: 1) arrivi con 10 anni di ritardo, chi doveva guadagnarci l'ha già fatto, ora non sono più quelli i tempi e 2) prima di vedere il tuo primo assegno da 100 euro potrebbero trascorrere 2 anni. In soldoni: non vale la pena e rischi di rovinarti la passione. **Scordati i soldi**. Scrivi per essere utile. **Scrivi per amore** del tuo argomento.

## In conclusione

Capito il punto? In questa fase iniziale di progettazione la mancanza di *focus* potrebbe tradursi in un fallimento.

Al contrario, **conquista un pezzettino alla volta**. Datti un obiettivo raggiungibile. Fai il passo secondo la gamba. Solo così ti garantirai risultati, soddisfazione e la *chance* di sopravvivere al primo semestre.

## BE UNIQUE

*Differenzia il tuo Blog da tutti gli altri*



Quante volte hai letto un blog e poi te ne sei scordato il nome?

Ecco appunto, non aggiungere anche il tuo blog alla lunghissima lista dei blog “*mezzi vivi*” (*omezzi morti* che dir si voglia).

Per ottenere **un blog con un'identità forte** devi lavorarti su precisi punti – vediamo quali.

## Crea un logo semplice ed unico

Crea un logo **MOLTO SEMPLICE** (massimo 3 elementi grafici, molto iconico, no immagini, massimo 3 colori) e **CHE TI RAPPRESENTI**. Non importa che sia bellissimo. Certo che se tu avessi qualche spicciolo ti consiglierei di fartelo realizzare da un amico designer (tutti noi ne abbiamo uno, no?). In mancanza d'altro adoperati con il buon vecchio Paint (no, non sono ubriaco) e crea il TUO logo.



Sai perché ho inserito il logo della Nike? Perché risulta essere **il più economico e famoso logo mai creato: solo 35\$!** Correvano l'anno 1971 quando il co-fondatore della Nike Phil Knight commissionò il design del logo alla studentessa Carolyn Davidson. Una volta terminato *la leggenda narra* che Knight disse *“Non mi piace, ma credo che crescerà con me.”*.

E' proprio questo il punto: un logo non ha potere da solo. **Il logo è un ancoraggio mentale** al quale far ricondurre tutte le iniziative della tua attività. Per assurdo potrebbe anche essere un pallino blu... OPS, questa idea l'ha già usata [Blaupunkt!](#)



## Scegli un nome auto-esplicativo

Il nome è cruciale: deve contenere, prima ancora del tuo nome, le **parole chiave che identificano la tua nicchia**. Certamente potresti spendere mesi per cercare un nome originale, ma ricordati che nomi evocativi tipo Google-Nike-FIAT hanno poi bisogno di una dose massiccia di marketing per collegare al marchio i servizi che esso eroga.

Tu non puoi permetterti questa dose qui, per cui nel nome devi inserire assolutamente **le cose di cui parlerai** nel blog. Una volta trovata qualche idea, fatti qualche ricerca su Google per vedere se il nome che hai scelto già esiste.

Evita come la peste parole assolutamente inutili tipo: “grande”, “super”, “fantastico”, “il primo”, “l’unico”, etc. Perché? Perché non dicono assolutamente niente sul contenuto del tuo blog!

Scegliere il nome per la propria attività è una vera e propria arte che prende il nome di *Naming*. Pensa che esistono agenzie addette a compiti come questo. Per approfondire l’argomento e trarre qualche spunto, ti invito a leggere due miei articoli:

- [Brand naming: 10 Regole d’oro](#)
- [Nomi per aziende originali con 3 idee pazzе](#)

## Dai al Blog la TUA voce

Possono servire mesi prima che tu scopra il tuo stile comunicativo. Cerca di velocizzare questo procedimento, innanzitutto, **prendendone coscienza**. Qualsiasi cosa scriverai, avrà un tono agli occhi dell’utente.

Per questo motivo *non buttarti a scrivere subito* ma ragiona su **come vuoi apparire per l’utente**: Cordiale ed accogliente? Autorevole e tecnico? Energico e viscerale? Vedi tu. Ma decidi una linea e cerca di attenerti a questa. Se devi cambiare tono fallo ma con consapevolezza, non lasciare che il tuo stile sia dettato dal vento o da come ti parte la giornata!

## Dai un significato al Blog: Scrivi la *Mission*

Ho lasciato questo consiglio per ultimo perché non è strettamente legato alla realizzazione del tuo Blog e si tratta di una cosa “intangibile”. Ciò nonostante apri bene gli occhi perché quello che leggerai si rivelerà per te di grande importanza in futuro...

*La missione (o scopo) di un'organizzazione o impresa (la sua “dichiarazione di intenti”), è il suo scopo ultimo, la giustificazione stessa della sua esistenza, e al tempo stesso ciò che la contraddistingue da tutte le altre.*

Tratto da [Wikipedia – Mission aziendale](#)

La Mission è in sostanza **una frase di massimo tre righe** che sintetizza le tue intenzioni riguardo alcuni punti:

1. Chi sei
2. Di quali argomenti vuoi parlare
3. A chi saranno utili i tuoi articoli e perché
4. Perché hai passione per questo argomento e per la scrittura

L'impatto di una Mission ben scritta è fuori dubbio. Ho creato tempo fa un articolo che ora può tornarti utile: [Come scrivere una Mission che SPACCA](#). Vi troverai al suo interno un modello da scaricare e compilare magari davanti ad una bella bibita in un momento di relax.

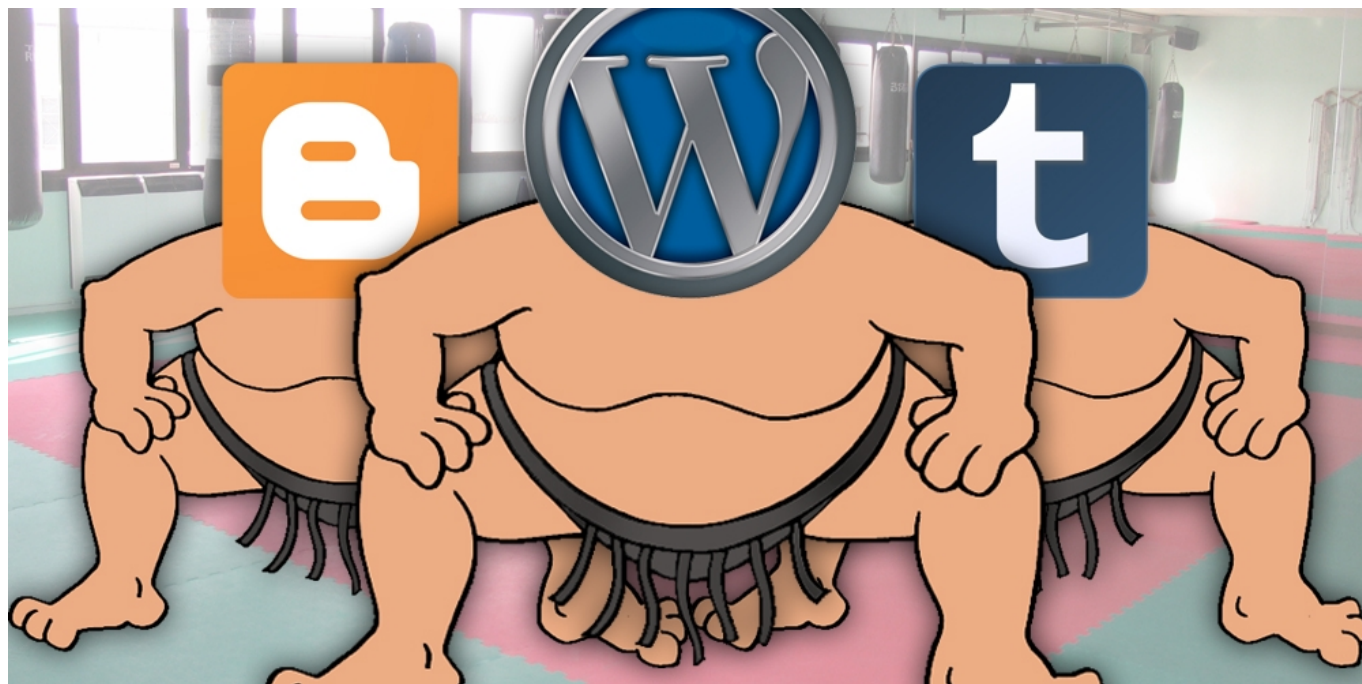
## Esempi pratici di argomenti unici

Voglio concludere l'articolo lasciandoti qualche spunto che ho inventato di sana pianta...**se rubi qualche idea da qui ricordati la percentuale!** Scherzo :P

- Sport per persone impegnate
- Storie di animali salvati dai laboratori e adottati
- Auto difesa psicologica nell'epoca del web
- Guida per uomini sulla comunicazione con le donne (e viceversa)
- Bambini iperattivi
- Guida alla patente informatica
- Lezioni di guida on-line
- Produrre birra in casa
- Il blog della pastasciutta
- Modi legali per fare quello che ti pare

## Blog gratuiti:

### *WordPress, Blogger o Tumblr?*



Esistono vari portali che ti permettono di aprire un blog gratuitamente.

Ciò nonostante le opzioni si riducono drasticamente a due: **WordPress o Blogger** che ti permettono di scrivere e fare molte altre cose davvero utili.

A queste due piattaforme ti aggiungo **Tumblr** che ritengo degna di nota per la particolare interazione con i social.

Ma vediamo le singole opzioni nel dettaglio.

# Blogger

Blogger è una piattaforma acquisita qualche anno fa da **Google** dove trovano spazio moltissimi blog italiani aperti gratuitamente, alcuni dei quali anche molto validi e frequentati.

E' sicuramente **la scelta più semplice** per avviare il tuo blog ma anche quella che probabilmente si rivelerà più limitante dopo un certo tempo, a causa delle funzionalità ridotte e del design non proprio al passo coi tempi.

## Come creare un blog con Blogger

Per creare un blog su blogger recati sul sito [www.Blogger.com](http://www.Blogger.com) e segui le istruzioni.

Ti consiglio inoltre di leggere l'utile e chiara [Guida introduttiva di Blogger](#) redatta da Google stesso.

## Esempi di blog Blogger

- [Quello di Arte](#)
- [Scrittore di Emozioni](#)
- [Davide Cerati](#)
- [Agriturismo Ca Versa](#)
- [Teatro degli Scalpellini](#)

## Blogger in breve

### PRO

- E' un prodotto Google, per cui se hai un account Gmail, allora hai già un account Blogger...
- ...e oltretutto i tuoi articoli saranno indicizzati automaticamente da Google.
- Facile da usare. L'interfaccia è molto semplice e spesso auto-esplicativa, in perfetto stile Google.
- Ha un sistema di statistiche interne.
- Collegata automaticamente alla piattaforma di monetizzazione AdSense.
- E' collegabile al tuo profilo Google+.
- E' sicuro: i backup e lo spam sono gestiti da Google.

### CONTRO

- Limiti di spazio (informati se prevedi di caricare molti contenuti multimediali).
- Gestione delle fotografie: potrebbe essere necessario un lavoro di preparazione antecedente al caricamento.
- Spazio immagini limitato, in condivisione al vostro spazio su Picasa (i due archivi sono infatti collegati!).
- Funzionalità limitate. E' lo scotto da pagare per una facilità d'uso maggiore.
- Non molto attraente esteticamente. I template di Blogger non sono certo all'ultimo grido, per intenderci!
- Il sistema di statistiche è semplicistico e fallace (meglio installare Google Analytics!).
- Difficile da ottimizzare per i motori di ricerca.

# WordPress

WordPress è una piattaforma avanzata che oramai trova largo utilizzo in molte realtà comunicative. Io stesso uso WordPress per i miei clienti. Con WordPress puoi costruire blog veloci, personalizzati e potenti per quello che riguarda l'interazione con l'utente ed i motori di ricerca. E' sicuramente la **scelta obbligata se vuoi le cose fatte bene**.

## Come creare un blog su WordPress

Per realizzare un nuovo blog gratuito su WordPress, recati sul sito [www.WordPress.Com](http://www.WordPress.Com), clicca sul pulsante "Comincia qui" e segui le istruzioni. Esistono molte guide per aprire un blog su WordPress ma ti consiglio queste due opportunamente selezionate per te:

- [Roberto Iacono – Come creare un blog con wordpress](#)
- [Ecco come creare un blog con wordpress in meno di 5 minuti](#)

## WordPress in breve

### PRO

- Hai più controllo sul blog. Puoi modificare i files PHP, HTML e CSS.
- Enorme *community* di programmatori che sviluppano plugins e temi ogni giorno per WordPress.
- Accesso a migliaia di plugins e quindi funzionalità estese fino al limite della tua fantasia.
- SEO Friendly (tradotto: piace ai motori di ricerca).

### CONTRO

- Curva d'apprendimento iniziale più ripida.
- Per poter monetizzare con banner pubblicitari devi diventare proprietario del blog (30\$ circa / anno).

# Tumblr

Facile da usare e *di tendenza*. Tumblr è una piattaforma poco conosciuta in Italia ma che permette la creazione di blog molto *carini* e particolari. Usando Tumblr sicuramente potrai differenziarti dalla massa – ma attenzione a non eccedere.

Esistono molti blog Tumblr che fuoriescono troppo dalla struttura standard di blog e questo può rivelarsi ostico per l'utente.

Tumblr offre **funzioni social molto avanzate** che permettono di creare dei veri e propri posts a partire da pagine web qualsiasi. Un pò come nella tua bacheca di Facebook. Nuovamente, questa può essere **un'arma a doppio taglio**, perché rischi di creare tanti posts molto aridi di contenuti e quindi poco interessanti per l'utente.

Questa tendenza è enfatizzata dal fatto che Tumblr è una piattaforma di **microblogging** e quindi porta per sua natura a scrivere poco. Occhio quindi.

## Come creare un blog con Tumblr

Per creare un blog su Tumblr recati sul sito [www.Tumblr.com](http://www.Tumblr.com) e segui le istruzioni.

Per quanto riguarda la creazione del blog non dovresti incontrare molti problemi. Quello che invece può tornarti utile è qualche guida per usare al meglio la piattaforma:

- [Tumblr – Consigli](#)
- [My Social Web – Tumblr: ti sei mai chiesto come sfruttarlo al meglio?](#)
- [Social Factor – Tumblr per le attività commerciali e turistiche](#)  
(non farti ingannare dal titolo, è molto utile anche se non usi il blog per il business)



## Esempi di blog Tumblr

- [Maestro Alberto](#)
- [AAA Copywriter Pubblicità Varese](#)
- [Mastumblarsi rende cechi?](#)
- [beggi](#)
- [PocaCola](#)

## In breve

### PRO

- Superfacile da usare
- Molto ben integrato con i socials
- Se i tuoi contenuti sono interessanti hai riscontro dalla community di Tumblr senza aspettare traffico dall'esterno
- Personalizzazione grafica molto semplice e cool.
- Ottimo per contenuti visuali (artisti, designers, fotografi)
- Possibilità di socializzare con altri utenti

### CONTRO

- Difficoltà nel trovare *followers* nella community
- Piattaforma non adatta alla creazione di lunghi posts
- L'età media degli utenti è sotto i 25 anni. Non necessariamente un punto negativo, però consideralo.
- Nessun sistema di statistiche integrate
- Nessun sistema di commenti integrato

# Scegliere il template del blog:

## *le 4 Grandi Trappole*



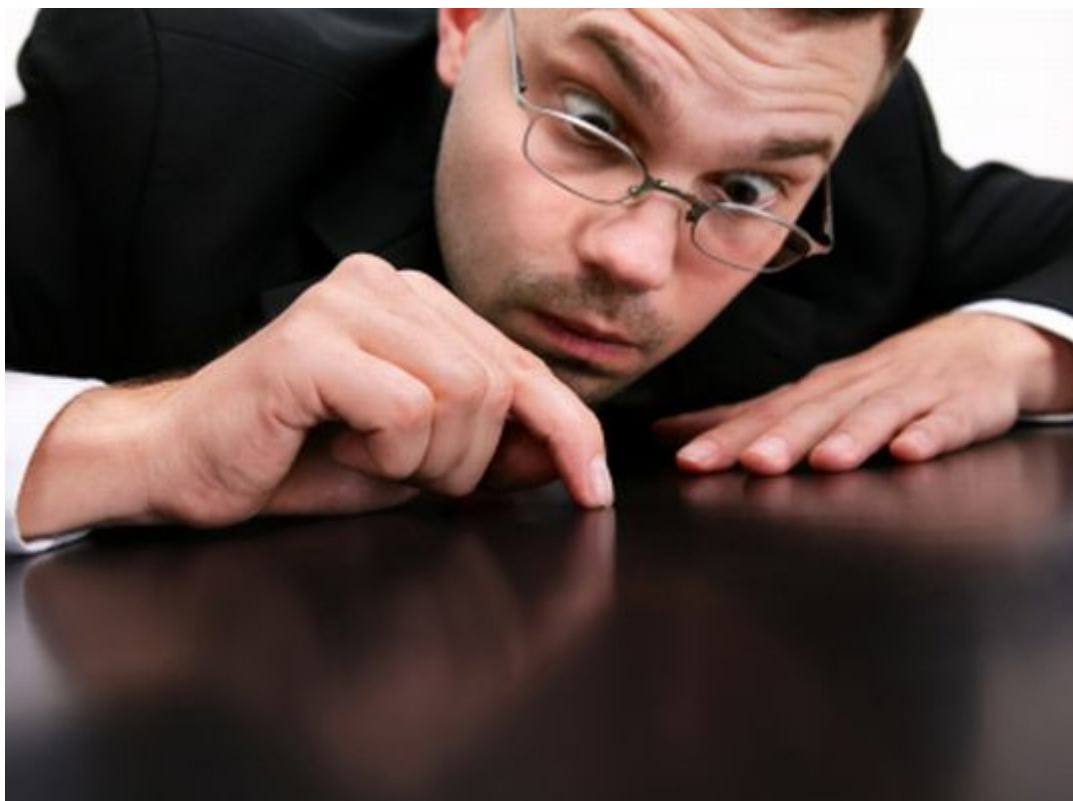
Hai da poco installato il tuo Blog oppure, semplicemente, vuoi rinnovare la grafica.

Però hai deciso saggiamente di cercare in rete **qualche buon consiglio** e sei capitato su questo articolo.

Ok, ecco il segreto: **non perdere tempo con la grafica.**

La scelta di un template per il tuo blog nasconde delle trappole molto pericolose, capaci di farti perdere tempo, energia e...diottrie! Ecco da cosa ti devi proteggere...

## 1) Perfezionismo



Nulla di più sbagliato della ricerca della perfezione! Fatti un grandissimo favore: quando hai trovato un design carino che più o meno ti aggrada, USALO e chiudi la parentesi grafica. Il miglior modo per raggiungere la perfezione è mettere in mare il blog, farlo funzionare scrivendo articoli e ricevendo le critiche degli utenti e degli amici.

Ecco allora che ti si aprirà tutto un mondo di **modifiche che effettivamente ti servono** e che potrai apportare per migliorare sul serio il tuo lavoro.

## 2) Originalità (= Complicatezza)



Non riporre la tua voglia di originalità nella grafica. Ti ricordo che hai già energie da investire in tal senso per trovare il tuo logo ed il nome del tuo blog. Saranno infatti questi gli elementi a renderti. Lascia che la grafica aiuti la lettura, che sia **ariosa e leggera**; l'originalità spesso si traduce in “*un di più*” che potrebbe far contento il tuo occhio i primi tempi, ma che si frapporterebbe come un muro tra i tuoi contenuti e gli utenti: non permetterglielo!

### 3) Presunzione (anche se in buona fede)



**Non sei un grafico.** Non spingere nella personalizzazione, che a distruggere l'armonia di un template è un attimo.

Basta abbassare un titolo, basta allargare una colonna, per perdere equilibrio e geometria. Basta cambiare un colore per mettere in difficoltà l'utente.

Per cui, “*vola basso*” e una volta scelto un template rispettalo e cerca di adeguarti TU ad esso e non il contrario.

## 4) Incoerenza (SOLO ALL'ULTIMO)



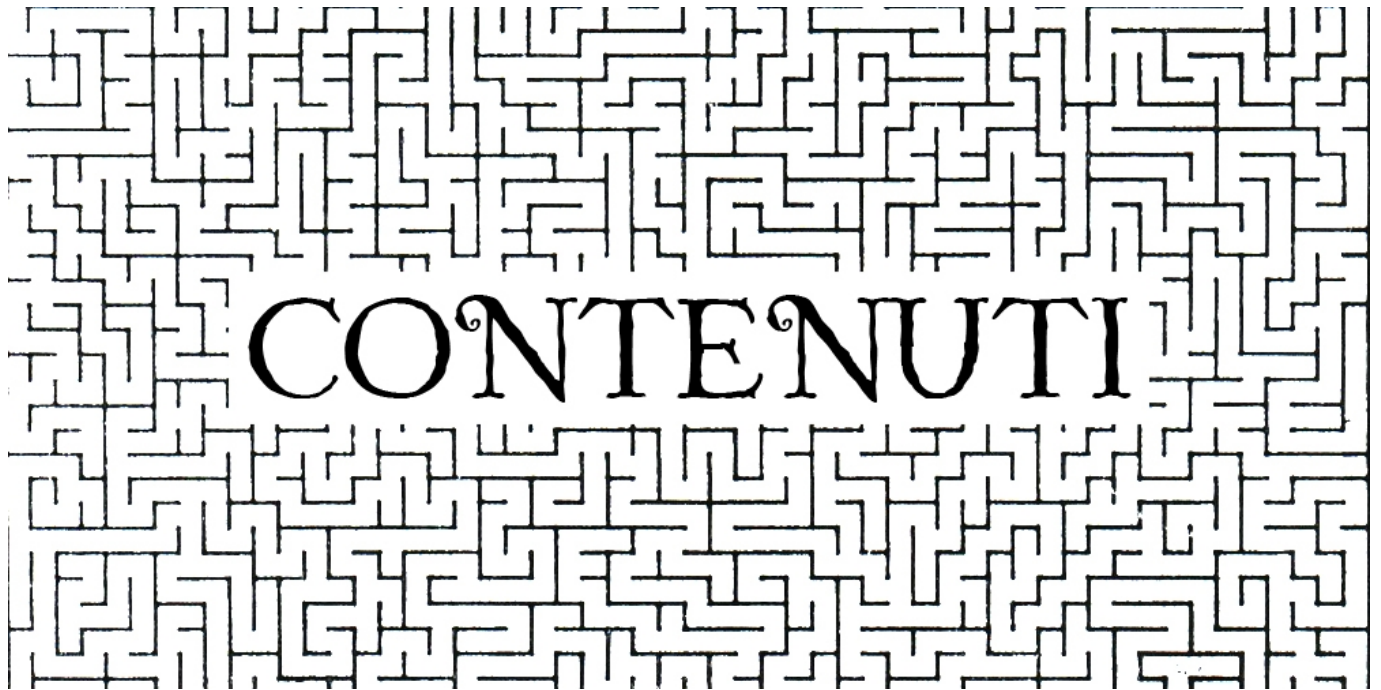
Hai un logo. Hai un nome. Hai un tono di conversazione. **Devi tradurre la tua unicità in grafica.** Se la tua identità è spigolosa, scegli caratteri squadrati e linee spezzate. Se sei armonioso preferisci linee curve ed ampi spazi. Se vuoi assordare e picchiare, stringi gli spazi e carica i colori.

Se hai fatto un buon lavoro con il logo, vedrai che **il logo detterà legge** imponendo colori, geometrie e spazi al resto della grafica.

Non essere coerente nuocerebbe alla tua identità e all'energia del tuo messaggio.

Perché ho lasciato questo importante punto in fondo? Perché ti permetto di investire tempo qui **solo se saprai evitare le altre trappole!**

# Perché usare le categorie in un blog (e come)



Se io potessi farti capire **lo scoraggiamento** quando mi trovo **davanti ad un blog non diviso in categorie** o diviso in categorie inopportune, afferreresti il concetto al volo.

Non avere categorie bene organizzate è il Male. E' il seme della distruzione. E tu devi estirpare l'erbaccia della disorganizzazione dal tuo bel giardino.

## Perché me la fai tanto lunga sulle categorie?”

Cerco di spiegarmi meglio. Ecco perché devi suddividere i tuoi articoli in categorie:

- Far capire bene di cosa parli

Ok, hai scelto un nome “*loquace*” e un bello slogan magari. Ma niente spiega bene all’utente e ai motori di cosa parli di quanto non lo facciano **le voci nel menu di navigazione** o una lista di voci sulla barra laterale. E’ un modo per prendere il nome del tuo blog (Coltura Fiori Esotici in Serra) e **sviscerarlo in un batter d’occhio** (La Serra – Semina – Crescita delle piantine – Vita di una piantina adulta).

Hai notato il termine *batter d’occhio*? Impara ad amarlo, tutto ciò che si comprende a *batter d’occhio* funziona nel web.

- Invogliare l’utente a leggerti

Non lasciare tutti gli articoli in un grande pentolone centrale. Come può il povero utente prendere coraggio e andare alla ricerca dei contenuti che gli interessano? Per invogliarlo mettigli quelle 3 massimo 7 categorie che lo spingano a vedere che cosa hai scritto per questo o quell’altro argomento.

- Per i motori di ricerca

I motori gradiranno la tua suddivisione (la qualità è un buon punto a favore!) e useranno le tue categorie come parole chiave molto importanti per capire di cosa parla il tuo blog e se i tuoi articoli sono utili alle ricerche degli utenti.

- Per te stesso

Suddividere gli articoli in categorie sarà un momento molto importante per **far chiarezza sugli argomenti** del tuo blog. Ti troverai davanti a domande importanti e a delle scelte cruciali che ti permetteranno di affinare i tuoi contenuti ulteriormente. Solo dopo qualche anno potrai capire l’importanza di questa presa di coscienza; nel frattempo, *accetta il mistero* e dedicati a progettare bene le categorie.



## Come creare le categorie giuste per il tuo blog

Vediamo ora come suddividere bene i contenuti nel tuo sito. Diciamo subito che **una regola non esiste** ma voglio comunque lasciarti con dei **consigli di massima** che potranno indicarti la strada.

- Il nome della categoria dev'essere breve (max 3 parole)

Come per il nome del tuo blog, anche per le categorie **non ti permetto di scialacquare parole inutilmente**. Ogni parola che usi nelle categorie deve far capire all'utente il tipo di contenuti all'interno della categoria. Ti è addirittura concesso **segare articoli e preposizioni** se puoi farlo. Mira dritto all'argomento. Se ad esempio prevedi una categoria che parla della semina di fiori non usare robe tipo "La prima fase": NON VUOL DIRE UN CAZZO. Usa invece, sepicemente e brutalmente, "Semina". Capito la differenza?

- Minimo 3 categorie – Massimo 7

Quando dividi in categorie, scegli un numero opportuno. Poche categorie vuol dire nuovamente disorganizzazione, avvicinare contenuti tra loro dissimili e quindi tradire l'attesa dell'utente che clicca sul pulsante della categoria. Troppe categorie implica scoraggiare l'utente a leggere ma soprattutto te a scrivere: partire con venti categorie significa scrivere almeno 20 articoli subito, un obiettivo capace di dissanguarti da ogni energia allontanandoti dal tuo progetto.

- Posiziona le categorie in bella vista

Se hai capito il mio discorso al punto precedente, avrai già capito che una lista di categorie nascosto sulla destra dopo 3-4 srotellate dell'utente non serve a niente. Le categorie devono stare in bella mostra, subito, appena il blog si apre nel video dell'utente. Ergo: OTTIMO IN CIMA, ok lo stesso nella barra laterale.

- Non usare la gerarchia (categoria padre – categoria figlio)

Se stai leggendo questo articolo presuppongo -perdonami immensamente se sto sbagliando- che tu sia solo agli inizi della tua esperienza di blogger. Una suddivisione gerarchica delle categorie potrebbe essere **un'operazione troppo avanzata** anche perché c'è da considerare il punto successivo...

- Pensaci bene e poi non cambiare più la struttura

Cambiare la struttura delle tue categorie **potrebbe rivelarsi un'operazione dolorosa** dal punto di vista tecnico, contenutistico e dei motori di ricerca. Per questo motivo **spendici qualche attimo in più** prima di usare le categorie che hai creato.

**E se proprio devi cambiarle** fallo prima di arricchire il blog con molti contenuti!

## Approfondimento: I tags

L'argomento *TAGS* (sinonimi: etichette, labels) meriterebbe un capitolo a parte, soprattutto se vogliamo capire che relazione c'è tra i tags e le categorie. **Pur non avendo spazio per approfondire** direttamente la questione in questo post, voglio lasciarti con **qualche risorsa** che ti sarà utile casomai tu volessi vederci chiaro:

- [Differenza tra categorie e tag nei blog](#)
- [Come scegliere tag e categorie del tuo blog](#)

# Come scrivere articoli per un Blog?

⇒ **9 Consigli per te!**



*L'uomo è l'unico essere vivente a raccontare storie.*

Non ricordo chi è l'autore di questa geniale affermazione ma è perfetta per avviare questo post sulla scrittura.

Si perché ricorda a tutti che **raccontare e raccontarsi è un bisogno** innato nell'essere umano.

La grande svolta è però avvenuta oltre 5000 anni fa con **l'invenzione della scrittura**. Da allora l'essere umano ha sempre anelato di mettersi davanti ad una pagina bianca (o uno schermo bianco) e traferire lì le sue storie.

**I 9 consigli** che ho raccolto in questo post **non servono per insegnarti a scrivere**. Assolutamente no, non ho (e non potrei avere) questa presunzione. Sono solo **enzimi per catalizzare i tuoi pensieri in parole** e soprattutto per fare in modo che queste parole siano gradite al lettore.

## 1) Fallo SOLO con passione

Puoi aver aperto il blog per qualsiasi motivo, ma SE NON PROVI PIACERE MENTRE SCRIVI, allora *fatti un favore e smetti*. Quando scrivi devi farlo perché hai voglia di dire la tua, perché *pensi di poter contribuire alla grande* su un problema che aleggia nell'aria e per il quale puoi renderti utile a tante persone. Devi scrivere **perché ti piace vedere i tuoi pensieri scritti** lì nel video.

Non perdere mai di vista questa cosa perché altrimenti a fine giornata quando ti guarderai dietro vedrai solo tanta noia e oscurità. E il blog così muore dopo il secondo mese.

## 2) Scrivi su 1 solo argomento alla volta

Hai capito bene **non fare come me** che scrivo ostinatamente articoli su un argomento includendo al suo interno 3, 5 a volte decine di sotto argomenti alla volta. Io lo faccio perché intendo creare dei piccoli manuali tecnici – è la mia strategia personale e l'esigenza del mio pubblico. Ma tu che ti approcci alla scrittura solo ora concentrati su un singolo argomento per volta.

Questo è **essenziale per i motori di ricerca** che ad ogni ricerca dell'utente mostreranno solo articoli molto specifici. Ma lo è ancora di più per l'utente: parlare di un argomento individuale ti permetterà di scrivere **articoli digeribili e molto utili** e questo vuol dire Condivisioni, Mi Piace e quantaltro.

## 3) Abbatti i MURIDIPAROLE

L'utente UMANO non legge come fai tu quando riguardi il tuo articolo. No. **L'utente scannerizza velocemente** il testo e, solo se il suo cervello gli dà l'ok ("Ok questo contenuto è interessante") si soffermerà a leggere il testo. Quindi: non scrivere un mare di frasi una sotto l'altra ma **crea una gerarchia nel testo**: titoli, titoletti, immagini, elenchi puntati, grassetti, link...questi elementi si presenteranno all'utente come appigli visivi per orientarsi nel tuo testo **ecomprenderlo ancora prima di leggerlo** in quel famoso batter d'occhio di cui si parlava poco fa.

## 4) Non perdere tempo in ciance

Parole, parole, parole...siamo circondati di parole, di preamboli, di fumo. Tu al contrario non perdere tempo in inutili giri di parole. **Sii estremamente diretto ed utile all'utente** ed il resto verrà da sé. Non temere che i tuoi contenuti siano troppo brevi: se sei stato utile all'utente *allora hai vinto*. Sicuramente non gli sarai utile con giri di parole inutili.

Recitava un aforisma *“un buon design è tale non quando hai aggiunto tutto quello che desideravi, ma quando non c'è più nulla da togliere”*; fai tuo questo concetto ed adattalo alla tua comunicazione.

## 5) Scrivi come ad un bambino di 8 anni

Per quanto il tuo utente sia esperto, gli farà sempre piacere leggere contenuti altamente digeribili. **Evita periodi lunghi e contorti**. Tieniti i paroloni da parte e quando li usi fallo *usando il corsivo* per accompagnare l'impegno cerebrale dell'utente nell'apprendere e/o usare tale termine.

Non devi sfidare l'utente ad una lotta intellettuale (a meno che non sia l'intento esplicito del tuo blog) ma essergli utile!

## 6) Mantieni il ritmo...

Poveri blog, lasciate lì a marcire con l'ultimo articolo che risale all'anno scorso... Non fare così dai che mi vien da piangere...Scrivi almeno un articolo AL MESE, toh! Il massimo sarebbe **almeno un articolo ogni due settimane**. Questo ritmo ti permetterebbe infatti di scrivere contenuti di qualità e di farli fruttare dopo la loro pubblicazione.

## 7) ...ma non scrivere tanto per riempire il blog...

Ehhh lo so che lo hai pensato almeno una volta. “Intanto scrivo qualche articolo riempitivo, poi magari faccio qualche intervento più serio...” No, non funziona così. E’ tempo sprecato. Non scrivere se non hai niente di interessante da dire. Perché? Perché anche le cose che ritieni più interessanti saranno comunque surclassate da articoli migliori di blog migliori. Pensa allora quante chance avranno i tuoi contenuti riempitivi! Ecco, ti sei dato la risposta da solo.

## 8) ...e logicamente: NON COPIARE MAI

Non per finto buonismo (sarebbe chiedere troppo) ma perché **i motori di ricerca sono allergici ai contenuti copiati** e sono pronti a penalizzare DURAMENTE il tuo blog quando scoprono che hai scopiazzato. Penalizzare significa perdere posizioni, perdere traffico, perdere credibilità, perdere tempo. Non pensare nemmeno per un istante di poter fregare il motore su questo.

## 9) Rileggi tutto ogni tanto, con un metodo

Rileggere è un’operazione importante che però molti fanno superficialmente. Non si tratta di svogliatezza (*ehm, a volte anche quella*) ma del fatto che difficilmente sappiamo essere critici verso una cosa creata da noi. **Il cervello si spegne** letteralmente e non riusciamo a vedere l’errore o ad avere un giudizio obiettivo.

Ecco allora che **serve un metodo** che ci aiuti nella rilettura. A tal proposito riporto di seguito due IMMENSI consigli di due autori autorevoli che -almeno per me- si sono rivelati fondamentali per perfezionare le mie scritture.

## *Rileggi ad alta voce*

*Hai finito la prima stesura di un lavoro? Leggilo ad alta voce e fai attenzione al risultato.*

*Michael Morpurgo*

## *Leggi nei panni del tuo peggior nemico*

*Prova a leggere il tuo lavoro come un estraneo o, meglio ancora, come un nemico.*

*Zadie Smith*

## Promuovere un blog

***-ovvero- Invita gente alla festa!***



Hai capito bene! **La festa del tuo blog** con i suoi bei contenuti!

Hai faticato piacevolmente a scrivere il tuo ultimo articolo e ora è venuto il momento di *farne dono alla comunità*. Vediamo come!

Disclaimer: giocare sì...ma sul serio!

Non vorrei che tu fossi tratto in inganno dal mio tono giocoso: **diffondere i tuoi articoli è essenziale**. Primo perché non vorrai certo aspettare che arrivino gli utenti dai motori di ricerca (accadrà -se accadrà- dopo qualche mese, forse quasi un anno). Secondo perché un articolo senza lettori è come una bella canzone senza pubblico; voglio dire se volevi scrivere un articolo solo per tua passione avresti potuto tenere un diario segreto. Ultimo, ma non per importanza, perché saranno gli utenti il tuo più grande strumento di miglioramento: invita alla critica, al feedback, al dialogo!



## Non cominciare MAI a festa vuota: trova almeno 5 "Supporters"

Per esperienza diretta (ho organizzato tanti eventi negli anni passati) ho imparato una cosa molto importante: **non invitare sconosciuti ad una festa vuota**. Per festa vuota mi immagino una festa ambientata in un grande spazio dove si trovano buffet imbanditi e addobbi ma **zero persone**. Traslando la metafora nel nostro caso specifico, la festa vuota equivale ad un articolo con zero commenti / zero condivisioni / zero mi piace / ecc.

Evita assolutamente di presentare questo tipo di atmosfera agli sconosciuti poiché essi avvertirebbe una **frustrante sensazione di solitudine** e molto probabilmente lasceranno l'articolo con zero interazioni così come l'anno trovato. Questo fenomeno te lo ritrovi poi nelle statistiche sottoforma di **alto bounce-rate**.

Per tutti questi motivi è essenziale **popolare la sala prima di aprire al pubblico**. Questo si ottiene trovando **almeno 5 amici stretti / colleghi / partners** volenterosi e partecipativi pronti a leggere e commentare i tuoi contenuti.

**ATTENZIONE: ho detto LEGGERE e commentare**. Questo per dire che devi fare a meno di semplici e autoreferenziali "Bell'articolo!", "Bravo!", "Complimenti" e via dicendo. Il massimo sarebbe **avviare una discussione** virtuale che poi è il fattore di maggior valore per l'utente.

## Allarga la cerchia: invita semplici conoscenti

Ora che il tuo articolo è arricchito da qualche prezioso commento, puoi cominciare ad uscire dal tuo orticello per muovere **i primi passi verso il pubblico**.

In questa seconda fase **ti rivolgerai a conoscenti** di vario tipo: clienti che non senti da un pò; colleghi in rete con i quali hai avuto qualche scambio su forum o social; membri di associazioni alle quali appartieni; aziende con le quali sei entrato in contatto; amici non stretti ma comunque potenzialmente disponibili ed interessati.

Quello che farai sarà molto semplice: **scriverai loro email semi-personali**. Cosa vuol dire? Ecco la struttura di un'email semi-personale:

### 1. Apertura (Personale)

*Ciao Mario! Come stai? E' un pò che non ci si sente.*

>Ieri ti ho pensato...ricordi quel problemi di cui mi parlavi qualche mese fa? Beh c'ho scritto un articolo sopra che magari può interessarti!

### 2. Illustrazione (Copia-incolla)

*Si tratta di [TIPOLOGIA E TEMA GENERALE DELL'ARTICOLO]*

*Ecco il link: [LINK]*

### 3. Chiusura (Personale)

*Dagli un'occhiata. Secondo me ti interessa perché [ESCA]*

*Sperando di esserti stato utile, saluti a te e famiglia!*

*[FIRMA]*

Capito come funziona? Si tratta di creare un corpo centrale *ad hoc* dove spieghi l'argomento in generale (senza scendere nel dettaglio) e di personalizzarlo nell'apertura e chiusura.

In particolare devi **concludere con un'esca** capace di far cliccare l'utente. Al resto penseranno i tuoi (doverosamente) ottimi contenuti.

## Sbanca il botteghino!

Se tutto è andato liscio, ora dovresti trovarti qualche commento sotto il tuo articolo, tra domande, critiche, suggerimenti. Il tuo articolo è pronto a suonare a tutto volume, i primi *fans* sono già sotto al palco.

E' venuto il momento di acclamare a gran voce.....**VENGHINO SIGNORI!**

- Condividi nei Socials

- FACEBOOK: Condividi il tuo articolo in bacheca. Fallo ad un orario di afflusso del tuo pubblico (tardo pomeriggio?) e in un giorno particolarmente frizzante (evita il lunedì, concentrati sul giovedì). Iscriviti a qualche Gruppo e proponi con umiltà e gioia i tuoi articoli.
- Twetta il tuo ultimo articolo.
- Crea un board su Pinterest dove aggiungere tutti i tuoi articoli.
- Condividi l'articolo su Google+ (buono per il SEO)
- Instagramma un'immagine accattivante del tuo ultimo articolo.
- Condividi su LinkedIn e su alcuni rilevanti gruppi di questo socials.

*TRUCCHETTO: Se hai necessità di accorciare i tuoi link (per estetica o per rispettare i limiti di lunghezza) usa uno dei seguenti siti: [Bit.ly](http://Bit.ly), [Goo.gl](http://Goo.gl), [Ow.ly](http://Ow.ly)*

- Rispondi a domande nei forum

Iscriviti nei forum che parlano dei tuoi stessi argomenti. Rispondi agli utenti linkando il tuo articolo. Mi raccomando fallo rispettando le norme del forum e della *netiquette*. Magari rispondi totalmente alla domanda e concludi con un sereno "per maggiori informazioni ti invito a leggere il mio articolo ecc ecc"

- Intercetta utenti interessati da articoli simili in altri blog

Frase troppo lunga, lo ammetto – sbobiniamola:

- Cerca il titolo del tuo articolo su Google.
- Apri i link di articoli che parlano dello stesso argomento.
- Guarda tra i commenti se ci sono utenti particolarmente attivi ed interessati all'argomento.
- Trova un modo per contattare l'utente (nel 50% dei casi dovresti esserne in grado, in base alla piattaforma commenti installata da lblog)
- Inviagli un email tipo: *“Ciao Tizio, ho visto che hai seguito con interesse il post [LINK AL POST CONCORRENTE] relativo a [ARGOMENTO]. Ti scrivo semplicemente per segnalarti il mio articolo [LINK AL TUO POST] che offre informazioni più aggiornate. Sperando di aver fatto cosa utile ti auguro buona giornata”*

- Intercetta su Twitter (se hai un account)

Stessa cosa di cui sopra ma in un altro contesto. Vediamo come fare:

- Loggati su Twitter
- Cerca la parola chiave collegata al tuo articolo
- Individua il tweet adatto dell'utente adatto per...
- ...taggarlo in un tweet tipo “ciao @Tizio, ho visto il tweet riguardo [ARGOMENTO]. Forse troverai utile questo articolo: [LINK]“

## Tieni alto il ritmo!

Woh, woh, woh...non è finito qui il lavoro.

La festa deve mantenere il ritmo amico mio oppure la gente comincerà piano piano ad andarsene!

Ecco qualche suggerimento tenere alto il livello:

- Rispondi celermente ai commenti

Celermente significa **entro 48 ore**. Se non rispondere è il prezzo del fatto che sei un perfezionista, fregatene di dare una risposta con controfocchi e vai in scioltezza. Meglio una cortese risposta seppure breve che il silenzio totale.

- Accetta la critica

Hai fatto un blog, sei sulla piazza. Questo implica essere nel mirino delle critiche di qualsiasi tipo di utenti. Se ricevi una critica, **accettala e ringrazia**. Considera che ci sono aziende pronte a pagare cifre esorbitanti per sapere cosa ne pensano i propri clienti di loro!

- Sfrutta le critiche più offensive

Quando si riceve una critica violenta ed offensiva **si vorrebbe rispondere male, tanto è il nostro blog**. In realtà così facendo **metteresti il carico da 90!** Quello che invece devi fare è rispondere in maniera **molto cortese e competente**, spiegando le tue ragioni **senza mai attaccare l'altro**. In questo modo guadagnerai il rispetto e la stima degli altri utenti che saranno bel lieti di *upvotare* la tua risposta!

# Ora che hai scoperto il fuoco...

## *...infiamma il Web!*



## L'autore

### Marco Panichi

Programmatore, innamorato del mio lavoro dal 2001. I miei settori sono lo **sviluppo di siti internet** (dall'architettura fino alla grafica) e la **promozione online** (posizionamento nei motori di ricerca - SEO, pubblicità a pagamento - Google AdWords, social marketing - Facebook).



**MARCOPANICHI.COM**  
WEB DESIGN & DIGITAL MARKETING

[www.marcopanichi.com](http://www.marcopanichi.com) - [info@marcopanichi.com](mailto:info@marcopanichi.com)

## Seguimi su...



[Facebook.com/MarcoPanichi.com](https://www.facebook.com/MarcoPanichi.com)



[Twitter.com/MarcoPanichiCom](https://twitter.com/MarcoPanichiCom)



[Marco Panichi on LinkedIn](#)



Quest'opera è stata rilasciata con licenza

Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported.

Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>