

La guida definitiva per

CREARE UNBLOG DI SUCCESSO



MISTERSITO.COM

INDICE

PANORAMICA DELLA GUIDA	pag. 3
LEZIONE 1: Come individuare una nicchia per il tuo blog	pag. 5
LEZIONE 2: Ricerca dei contenuti	pag. 9
LEZIONE 3: Ricerca delle Parole Chiave	pag. 11
LEZIONE 4: Scegliere l'Argomento del Blog	pag. 114
LEZIONE 5: Definire la struttura del tuo sito web	pag. 16
LEZIONE 6: Scegliere il nome per il tuo Blog	pag. 19
LEZIONE 7: Dominio e Spazio Hosting	pag. 21
LEZIONE 8: Come scegliere ed installare il tema giusto	pag. 25
LEZIONE 9: Creare un sito web	pag. 27
LEZIONE 10: Trovare le immagini per il tuo Blog	pag. 30
LEZIONE 11: Ottimizzare la SEO del tuo Blog	pag. 33
LEZIONE 12: Come scrivere un articolo	pag. 35
LEZIONE 13: Impaginare gli articoli	pag. 38
LEZIONE 14: Ottenere Condivisioni sui Social	pag. 41
LEZIONE 15: Monitorare le visite con Google Analytics	pag. 43
LEZIONE 16: La SEO OFF-SITE	pag. 45
LEZIONE 17: L'importanza di creare rapporti con gli utenti	pag. 47

LEZIONE 18: Interagire con gli utenti del tuo Blog	pag. 49
LEZIONE 19: Creare una fanpage su Facebook	pag. 51
LEZIONE 20: Aumentare il traffico con il guest blogging	pag. 53
LEZIONE 21: L'importanza della Newsletter	pag. 55
LEZIONE 22: Siti per creare ed inviare Newsletter	pag. 57
LEZIONE 23: Promuovere i tuoi post con Facebook	pag. 59
LEZIONE 24: Come guadagnare con il tuo sito web	pag. 61
LEZIONE 25: AB Split testing e Conversion Marketing	pag. 63
LEZIONE 26: Aumentare le vendite con la chat sul tuo sito	pag. 65
LEZIONE 27: I migliori Plugin per WordPress	pag. 67
LEZIONE 28: Scrivere velocemente: come scrivere 5 articoli in meno di 5 ore	pag. 79
LEZIONE 29: Espandere il tuo business con l'aiuto dei freelancer	pag. 81
LEZIONE 30: Conclusione	pag. 83

PANORAMICA DELLA GUIDA

Benvenuto nella guida di SOS WordPress su Come Creare un Blog e portarlo al successo. Sono Andrea, il webmaster di SOS WordPress e sono contento di averti qui nel corso.

Oltre 1800 persone sono già iscritte a SOS WordPress e vedrai che anche tu comincerai a trarne dei benefici da subito. Se così non fosse, ti prego di mandarmi un messaggio dicendomi cosa posso fare per migliorare il sito ed i suoi contenuti.

Questa guida ti spiegherà con chiarezza quali sono gli elementi fondamentali per portare il tuo blog al successo, dandoti la possibilità di seguirlo quando sei più comodo.

COME CREARE UN BLOG E PORTARLO AL SUCCESSO [ESERCIZI INCLUSI]

Ecco perché questa guida gratuita è composta da lezioni un po' teoriche ed un bel po' pratiche. Ciascuna ti guiderà nel conquistare un gradino nella scalata verso il successo del tuo blog. Alla fine di ogni lezione troverai anche degli esercizi da svolgere, che servono per mettere in pratica quanto imparato. In questo modo avrai la possibilità di creare il tuo blog passo per passo, assicurandoti di coprire tutti gli aspetti più importanti sin da subito.

Le nostre lezioni si fondano sull'esperienza diretta che abbiamo accumulato negli anni portando SOS WordPress a ben oltre le 70 mila visite mensili. Ecco perché questo corso ti offre un valore unico che in pochi possono garantire. Una prospettiva aggiornata e attuale di chi, come te, ha voluto investire in un percorso nuovo ed è riuscito a raggiungere il risultato sperato.

GUARDA COME APRIRE UN BLOG DALLA A ALLA Z

Questa guida nasce con l'obiettivo di assistere chi vuole creare un blog di successo dal primissimo passo fino all'ultimo aspetto fondamentale per far crescere la propria attività. Dalla A alla Z, come si dice.

Per questo parlo di "guida definitiva": ho raccolto ogni dubbio, domanda, soluzione e strategia, dandole poi una struttura completa e un ordine sequenziale in ben 30 lezioni.

Parleremo di tantissimi argomenti: WordPress, fare SEO, Social, Scrivere articoli, inviare Newsletter e aumentare la tua lista di iscritti e tanto altro ancora.

La guida comincia dalla prossima lezione nello specifico con la scelta del nome del tuo sito e l'acquisto del dominio e del servizio di hosting più adatto a WordPress, passando poi alla prima fase creativa e strategica della creazione di un blog: scegliere la nicchia giusta, con la relativa ricerca di contenuti e parole chiave.



Questo è un momento estremamente delicato e importante, in quanto deciderà il futuro del tuo blog. Per questo viene affrontata passo per passo, dandoti dei consigli per fare chiarezza e riuscire più facilmente a trovare l'argomento più in linea con i tuoi interessi e con il maggiore potenziale.

Segue la parte di lezioni dedicate al rovescio più tecnico – ma comunque creativo – della medaglia: la creazione vera e propria del sito web. Qui ti spiego innanzitutto come scegliere il tema giusto e come installarlo, passando poi alla gestione e all'ottimizzazione SEO dei tuoi contenuti, incluso come scrivere e impaginare un articolo.

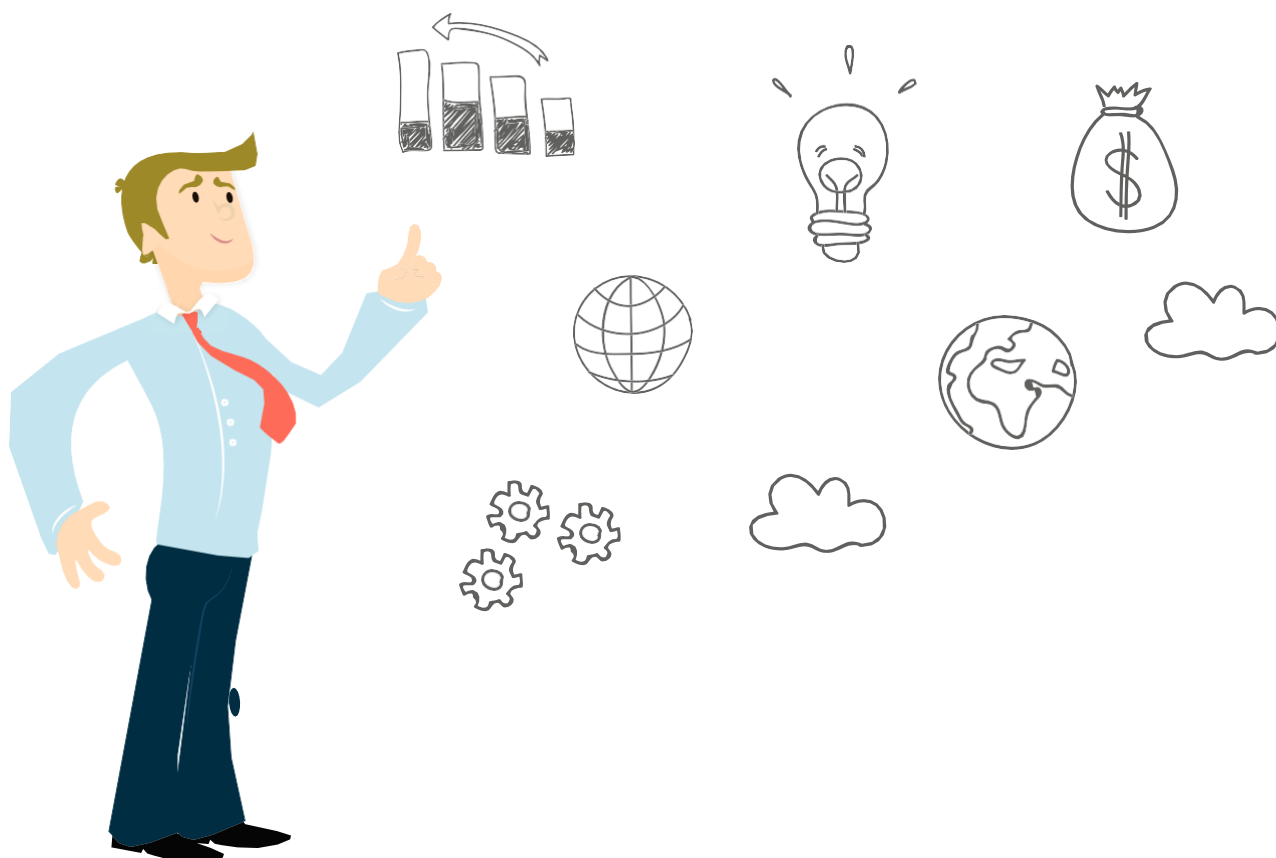
Adesso che il sito è in piedi, occorre dedicarsi alla parte di marketing. Dalla SEO off-site all'interazione con gli utenti e alla creazione della tua fanpage su Facebook. Queste sono le lezioni che ti permettono di acquisire visibilità e di massimizzare la tua presenza sul Web, così da attirare sempre più utenti. Ma si tratta anche dell'acquisizione degli strumenti necessari per essere in grado di comunicare, come ad esempio la creazione di una newsletter di qualità.

Come guadagnare con un blog? Spiegato!

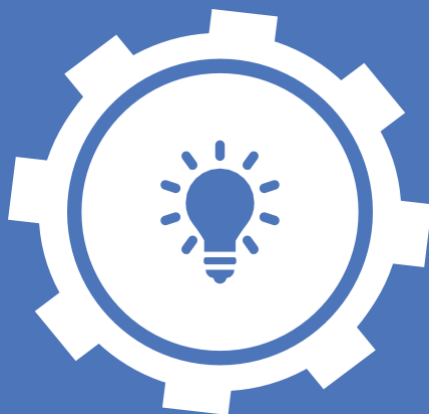
Una parte importantissima, perché adesso devi creare dei canali di monetizzazione per guadagnare dai visitatori che ricevi sul tuo blog. Questo è il momento in cui il tuo blog evolve in una attività commerciale a tutti gli effetti che va guidata verso il successo. Ti mostrerò quindi come guadagnare da tutto questo e come crescere nel tempo.

Nel corso delle 30 lezioni, ho voluto rispondere a tutte le domande più importanti che generalmente si pone chi è alle prime armi, così come a quesiti che invece interessano anche chi ha già avviato un blog online.

Quindi che tu non sappia ancora su quale argomento creare il tuo blog, o che tu abbia le idee chiare, non importa. Questa guida pone l'accento su temi che riguardano chiunque si voglia affacciare al Web per comunicare in rete e grazie al proprio lavoro, monetizzare i propri interessi. E per questo tratteremo temi legati alla produzione dei contenuti, argomenti più tecnici e anche strategie commerciali.



Come individuare una nicchia per il tuo blog



01

In questa lezione ti spiego come innescare la miccia vincente per il tuo blog, ovvero il primo passo fondamentale nella creazione di un blog di successo.

CREARE UN BLOG DI SUCCESSO NON È FACILE PER NESSUNO

Avviare un nuovo blog e portarlo al successo è un processo difficile per tutti, dal neofita al blogger esperto. Ecco perché, ahimè, in molti rinunciano dopo i primi mesi, o addirittura ancora prima di iniziare.

Questo primo muro non è dovuto a mancanza di buona volontà – non sempre almeno – ma a un classico problema da blogger: mettere il focus su troppi argomenti poco correlati tra loro.

Niente di più sbagliato! Aprire un blog significa innanzitutto avere qualcosa da dire e da proporre, ma in maniera organica e mirata.

Devi individuare fin da subito le peculiarità del tuo messaggio e a chi è indirizzato, per raggiungere nella maniera più efficace il più vasto numero di utenti. Non pensare che infarcire del testo con tante parole chiave a casaccio possa portarti pubblico e visibilità, anzi. Un comportamento del genere è facilmente

rintracciabile dai motori di ricerca, e può penalizzarti tantissimo, specie se sei all'inizio del tuo percorso online.

TROVA LA NICCHIA DI MERCATO

Per iniziare un blog di successo è necessario individuare una nicchia: un unico argomento, o tipologia di informazione, attorno a cui ruoteranno tutti i tuoi contenuti.

Si tratta del primo fondamentale step, da fare ancora prima di scegliere il dominio o il nome del sito come hai visto nella lezione precedente.

Scegliere la nicchia che fa al caso tuo ti dà la possibilità di essere coerente e riconoscibile: un punto di riferimento settoriale che alla lunga attirerà un ottimo volume di traffico.

Ecco alcuni esempi di cosa è una nicchia:

- Come trovare lavoro
- Perdere peso
- Creare siti web
- Viaggiare da soli
- Come scrivere un e-book
- Ricette di cucine esotiche
- SEO

Ne puoi trovare tanti altri leggendo il nostro articolo [100 Argomenti Per Creare un Blog!](#) su [SOS WordPress](#).

REGOLE PER UNA NICCHIA DI SUCCESSO

1. È una nicchia che ti appassiona

Quando scegli una nicchia non puoi prescindere dai chi sei tu. Domandati cosa ti piace fare, cosa ti appassiona e quale argomento non ti stancheresti mai di trattare. Scoprirai così che proprio i tuoi interessi personali sono un ottimo punto di partenza.

Se trascorri ore intere a ricercare su internet tutte le news e le informazioni sui nuovi trend di arredamento, probabilmente questa è una direzione che vale la pena essere esplorata.

Gestire un blog è un lavoro: più ti appassiona e più sarai produttivo ed efficace. Diversamente scegli un argomento che non ha niente a che fare con te e ogni pubblicazione sarà un parto sofferto, con il risultato che dopo pochi mesi non ne potrai più di scrivere. Il tuo blog non sarà più un piacere, ma un supplizio. In questo modo perderai denaro e tempo, con la costernazione di non aver fatto decollare il tuo sogno.

Prima di tutto quindi, ricorda che il tuo blog è espressione di te, del tuo stile personale e dei tuoi interessi. Scegli un aspetto che ti appassiona, sia esso tecnologico, legato al fashion, all'istruzione o ad altro, e trattalo con la passione che merita. Non pensare di dedicarti ad un argomento solo perché ti sembra di moda, ma perché realmente ti piace e puoi approfondirlo con competenza e autorevolezza.

Se farai così, avrai compiuto un altro passo importante per creare un blog di successo.

2. La tua opinione ed esperienza portano valore aggiunto

Come mai le persone dovrebbero leggere quello che scrivi? Lo so, questa domanda fa paura e ti sarà sicuramente venuta in

mente (o ti verrà) almeno una volta nel corso della tua attività di blogger. Meglio così, vuol dire che sei sulla strada giusta. Un sano sentimento di autocritica è sempre un prezioso alleato.

Se vuoi ottenere il successo del tuo blog, è importante scegliere una nicchia che possa interessare e coinvolgere un significativo numero di utenti. In questo senso è sempre un ottimo approccio scegliere un argomento che abbia anche una valenza funzionale, ovvero dei contenuti che possano servire a un fine – pratico o intellettuale. Per esempio parlando di una dieta vegana, aiuterai chi è interessato a iniziarla. Se vorrai parlare di subacquea, darai tante info utili a chi pratica questo sport o vuole iniziarlo. Se parlerai di tecnologia e telefoni, illustrerai le ultime novità del settore e consiglierai le migliori soluzioni in questo ambito.

3. Ci sono migliaia di persone interessate

Abbiamo già detto che una nicchia deve avere una correlazione con i tuoi interessi, in modo da poterla esplorare col il massimo entusiasmo, e che deve dare una ragione agli utenti per essere seguita.

È però anche importante assicurarsi che già in partenza l'argomento scelto sia di interesse sufficientemente diffuso e quindi che ci siano abbastanza persone che oggi ricercano questo tipo di informazioni. Non importa che i tuoi contenuti interessino milioni di persone, ma è importante che vi sia una fetta di utenti che potenzialmente è interessata agli argomenti che tratterai.

Vedremo meglio questo aspetto, e come concentrarsi su esso nello sviluppo dei contenuti, nella lezione dedicata alla ricerca delle parole chiave e dei volumi di ricerca.

4. È una nicchia “evergreen”

Ricordi quando alle elementari ti insegnavano la differenza tra alberi che perdono le foglie in inverno e alberi

sempreverdi? Oggi quella lezione finalmente torna utile, perché lo stesso vale per le nicchie.

Una nicchia evergreen individua un argomento che rimane attuale, come se fosse impermeabile al passare del tempo. Questo ti permette di scrivere dei contenuti che manterranno la loro validità anche tra un anno e ciò significa che nel tempo il tuo blog acquisterà valore. Ci sarà sempre qualcuno che cliccherà sui tuoi post, perché le informazioni in essi contenute saranno sempre ritenute valide, utili e soprattutto attuali.

Se invece scegli di creare un sito di news, sei costretto a pubblicare ogni giorno un volume importante di contenuti nuovi, perché quelli di ieri sono già scaduti. Questo implica una mole di lavoro piuttosto importante, ed è bene che tu lo sappia fin dal principio.

5. In questa nicchia ci sono molti prodotti e servizi da proporre

Certo, la soddisfazione personale nel sapere che decine di migliaia di persone sulla rete leggono assiduamente il tuo blog non ha prezzo. Ma il tuo tempo sì che ha un prezzo.

Al di là delle conquiste ideologiche, devi considerare una verità imprescindibile sul lato pratico. Creare, gestire e aggiornare un blog di successo è un impegno che richiede cura e dedizione costanti. Non



c'è niente di più sbagliato dell'affrontare un blog come se fosse uno dei tanti passatempi, da prendere e lasciare quando si vuole. È un approccio che può andare bene per un sito amatoriale, ma non per chi cerca il successo e vuole anche guadagnare su internet.

Un blog consiste in un vero e proprio investimento, sia economico che temporale. Non c'è niente di male nel non accontentarsi della sola gloria e nel volere un ritorno concreto: siamo qui per questo. Come puoi guadagnare con il tuo blog?

Esistono diverse opportunità redditizie che ti permettono di avviare un buon giro di entrate. Di seguito trovi una panoramica, ma ne parleremo nel dettaglio in una lezione successiva della guida.

- **Infoprodotti:** si tratta di prodotti destinati alla vendita online, solitamente in formato digitale. Rientrano dunque in questa definizione ebook, video training, elearning, email seminar, dvd, teleconferenze.
- **Servizi:** puoi usare il tuo blog per vendere dei servizi attinenti alla tua nicchia. Per esempio un blog di grafica



che sviluppa loghi su richiesta dei suoi utenti.

- **Affiliazioni:** puoi diventare un rivenditore di prodotti di terzi e percepire un compenso su ogni vendita effettuata attraverso il tuo blog.
- **Software:** puoi sviluppare e vendere le tue applicazioni o software, oppure vendere quelle di terzi.
- **Corsi e seminari:** sei un esperto in qualcosa che può interessare altre persone? Metti questa conoscenza a frutto organizzando dei seminari in cui insegni ai tuoi utenti come fare qualcosa.
- **CPA:** ovvero 'cost per action', cioè la possibilità di guadagnare attraverso il web marketing.

6. Collabora con altri esperti di settore

Ci sono prospettive di collaborazioni? Scegli una nicchia che ti dia spazio di crescita attraverso eventuali collaborazioni con altri blog del tuo stesso settore o di campi attigui. Si tratta di un'ottima strategia per l'acquisizione di nuove utenze.

Un esempio molto valido in questa direzione è il sito dei **Nomadi Digitali**, che è riuscito a creare un'ottima community attiva di autori che collaborano con il blog scrivendo contenuti sempre aggiornati e arricchendolo di nuovi e diversi punti di vista.

Visita il sito dei **Nomadi Digitali** andando su www.nomadidigitali.it

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Trova almeno 5 nicchie nelle quali creeresti il tuo blog. Segui quanto spiegato in questa lezione quando analizzi queste nicchie..
2. Crea un account su Google Drive e aggiungi un foglio di lavoro chiamato 'Market Research' in cui inserisci le tue idee. Ti sarà utile per confrontare e scegliere gli argomenti che tratterai e che diventeranno la spina dorsale del tuo blog.



Ricerca dei contenuti



02

In questa lezione vediamo come ricercare i contenuti di ciascuna nicchia per farci un'idea del suo effettivo potenziale e della direzione in cui ci porterà. Sarai in grado quindi di esplorare gli argomenti principali del tuo blog per scegliere quali siano gli aspetti da trattare più specificatamente nei post che scriverai.

ANALIZZARE LE NICCHIE CHE HAI INDIVIDUATO

Adesso hai trovato le tue 5 nicchie finaliste, ma non è ancora arrivato il momento di decidere quale tra queste è la prescelta. Prima di farlo, è necessario approfondire la tua conoscenza sul conto di ciascuna di esse.

Il fatto che tu abbia selezionato proprio queste 5 nicchie vuol dire sicuramente che ognuna ha del potenziale. Tuttavia una cosa è individuare una nicchia potenzialmente profittevole, ma capire realmente come farla fruttare nel modo più efficace possibile è tutt'altra musica. Per questo il passo successivo consiste nello studiarle per filo e per segno, che significa comprendere appieno l'argomento da trattare e quindi prendere atto di come andrà affrontato in modo da interessare i tuoi futuri utenti.

Il modo migliore per effettuare questa attività è prendere una nicchia alla volta e ricercare i contenuti più condivisi sulla

rete per quell'argomento. Ciò significa visionare gli articoli, le immagini e i video trattati dai blog concorrenti e vedere quali sono, tra questi, i contenuti più commentati e visualizzati dagli utenti.

Alla fine di questo processo potresti accorgerti che, nonostante la nicchia ti stuzzicasse idealmente, sul piano pratico non è quello che pensavi e non ti interessa più.

Oppure, al contrario, ti renderai conto che è davvero qualcosa che ti appassiona e di cui potresti scrivere tutto il giorno.

SCOPRIRE CHI SONO I TUOI FUTURI RIVALI

Per scoprire i contenuti più condivisi in ciascuna nicchia, la soluzione migliore è la ricerca su internet. Ma prima di tutto devi trovare i competitor più rappresentativi che trattano quell'argomento.

La prima mossa per stanarli è pensare quali parole chiave descrivono meglio quella nicchia e ricercale su Google. Nella prima pagina dei risultati si nasconde quello che stai cercando: una lista dei siti più popolari. Tra questi scegli i blog che si avvicinano di più al tema che hai in mente.

Adesso non ti resta altro che fare una classifica di almeno 3-7 blog per ogni

nicchia. Saranno questi il tuo riferimento per quello che devi fare dopo.

In alternativa, puoi rendere la tua ricerca ancora più mirata, rendendo il suo oggetto direttamente i blog di successo. Ad esempio, cerca su Google "migliori blog moda", ricordandoti di filtrare i risultati affinché siano il più recente possibile (ultimo anno). Questo dovrebbe rendere il tuo lavoro molto più facile.

QUALI CONTENUTI PUBBLICHERAI

Una volta che hai ben chiaro quali sono i blog di maggiore successo devi studiarli per capire quali contenuti trattano (e quindi quali dovrai scrivere anche tu). Leggi tutti i loro ultimi articoli, vedi come affrontano quel tema e se c'è un'effettiva coerenza tra la tua idea di quella nicchia e il modo in cui è trattata dalla concorrenza. Infine, fai una lista degli argomenti discussi, che ti servirà nella lezione successiva per la ricerca delle parole chiave.

Ma non fermarti qui. Hai a tua disposizione uno degli indicatori più efficaci e rappresentativi del web: i commenti degli utenti. Utilizzali, leggendo come reagiscono gli utenti di fronte a un certo argomento e quanto sono interessati, e verificando il loro volume. C'è costanza nella loro partecipazione? Questo argomento innesca conversazione?

Infine, cerca di intuire se ci sono possibilità di espansione e quanto sia versatile la nicchia scelta. Hai notato dei contenuti più flessibili e maggiormente coinvolgenti rispetto a quello di partenza, che possono funzionare meglio?

Mentre osservi, rifletti. Potresti anche capire come fare meglio: benissimo, perché significa che sei in grado di battere la tua futura concorrenza. Presta dunque molta attenzione anche a quello che non c'è scritto, cercando di trovare un possibile punto di vista ancora inedito.

Un altro passaggio molto importante per analizzare i contenuti dei blog concorrenti e soprattutto il loro successo online, consiste nel visitare le loro pagine social. Quale unità di misura migliore per valutare la popolarità di un articolo – o del blog stesso – delle condivisioni e dei commenti sulla fanpage di Facebook o di altri social network?

Usa questo passaggio per farti un'idea chiara del contenuto delle tue cinque nicchie che hai scelto inizialmente e accertati di averne colto a fondo l'essenza. Dopo che hai visto in che modo puoi declinare ogni nicchia e quanti differenti aspetti possono includere, avrai una idea più chiara di come svilupperai gli argomenti del tuo blog.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. In Google Drive crea un documento per ciascuna nicchia e scrivi una lista di almeno 30 contenuti che potresti trattare.
2. Nello stesso documento, stila una lista dei migliori siti concorrenti all'interno della nicchia.



Ricerca delle parole chiave



03

In questa lezione ti insegno come ricercare le parole chiave per trovare i rispettivi volumi di ricerca. Questo è un passaggio fondamentale per lanciare il tuo blog nella rete, e renderlo indicizzabile dai motori di ricerca

L'ONNIPOTENTE KEYWORD

Sul web quasi ogni navigazione ha inizio con la ricerca di una parola chiave o keyword. Quando un utente ha bisogno di qualcosa, la prima cosa che fa è andare su Google e digitare l'argomento, il prodotto o il servizio che vuole trovare. Puoi quindi immaginare come la scelta delle parole chiave giuste sia causa diretta per il successo o insuccesso di un sito web.

Tra gli strumenti di gestione SEO, la ricerca delle parole chiave è senza ombra di dubbio uno dei più efficaci, perché ti permette di capire di più i trend del web e di conoscere meglio gli utenti. Ecco perché la ricerca delle parole chiave per trovare i volumi di ricerca (ovvero di quante persone le ricercano) è un passo fondamentale al fine di creare un blog di successo.

Innanzitutto, qual è la parola chiave giusta? Pensa come un utente: la migliore keyword è quella che risponde in modo diretto e specifico a una sua necessità. In altre parole, la keyword giusta è quella

che attira il visitatore giusto: la parola chiave in grado di sviluppare non solo traffico, ma un traffico utile e mirato anziché generico.

Adesso che hai individuato le nicchie e visto i contenuti più discussi, è ora di cercare quali sono le parole chiave più importanti per ciascuna di esse. Per tua fortuna esistono degli strumenti specifici, che ti permettono di trovare le keyword più rilevanti con facilità e precisione.

STRUMENTI DI RICERCA DELLE PAROLE CHIAVE

– Google AdWords

AdWords è la piattaforma di pubblicità PPC (pay-per-click) di Google. Al fine di creare annunci pubblicitari di successo, offre uno strumento fondamentale nella ricerca delle migliori parole chiave e dei rispettivi volumi di ricerca: il Keyword Planner.

Apri il Keyword Planner di Google accedendo alla pagina <http://adwords.google.com/keywordplanner>

Il Keyword Planner di Google unisce le funzioni dello strumento per le parole chiave di Google e di quello per la stima del traffico, il tutto con una nuova interfaccia più semplice e intuitiva.

Vediamo come funziona.

Il Keyword Planner ti dà la possibilità di scegliere tra tre opzioni: cercare idee per parole chiave e per gruppi di annunci, fare una stima del traffico di keyword specifiche (scelte da te) oppure moltiplicare elenchi di parole chiave.

Scegli la prima voce e seleziona l'opzione Cerca nuove idee per parole chiave e gruppi di annunci.

A questo punto inseriamo la keyword di cui vogliamo ottenere il volume di traffico, per esempio "ricette di cucina". Puoi anche specificare un'eventuale pagina di destinazione (la tua o quella di un sito concorrente) e indicare la categoria di prodotto o servizio di riferimento. Mentre nella sezione targeting, puoi scegliere l'area geografica in cui concentrare la tua ricerca e altri parametri (per esempio la lingua) che per ora lasciamo invariati.

Una volta compilata la scheda, clicchiamo su Trova Idee.

Vedrai che si apre una pagina con diversi strumenti e parametri di analisi, tra i quali quello che interessa a noi: la media delle ricerche mensili.

Clicca sul tab 'Idee per le parole chiave'. Come vedi ci sono alcune parole chiave con volumi di ricerca notevolmente superiori: quelle sono le keyword che vogliamo.

Leggi l'articolo su Come usare Keyword Planner il nuovo strumento di Google per approfondire.

– Google Trend

Google Trend è uno degli strumenti gratuiti più utili che Google mette a nostra disposizione per effettuare ricerche di marketing.

Trend individua le parole chiave più ricercate sul web all'interno di una categoria di appartenenza (in questo caso le tue nicchie), con possibilità di riferimento a uno specifico Paese e/o arco di tempo.

Accedi alla pagina di Google Trend: <http://www.google.it/trends/explore>

Da qui possiamo utilizzare lo strumento per eseguire la nostra ricerca di mercato sulle nicchie scelte.



Analizziamo le tendenze del momento, scegliendo il Paese in cui concentrare la ricerca, l'arco temporale da tenere in considerazione e il settore specifico (la nicchia) di cui vogliamo conoscere i termini più ricercati.

Per esempio, ricercando 'ricette di cucina' nel 2014 in Italia, vediamo che si tratta di un trend calante.

È possibile anche mettere a confronto più parole chiave e stilare così una classifica delle keyword più ricercate, oppure stabilirne la stagionalità, ovvero in quale periodo dell'anno godono di maggiore popolarità (la keyword 'vacanze mare', per esempio, è più ricercata in estate per ovvi motivi).

– Analisi delle SERP

La SERP è la pagina dei risultati di un motore di ricerca, ovvero la pagina che esce una volta inserito un termine nella barra di ricerca e cliccato su 'cerca'.

Analizzando i primi risultati, è facile farsi un'idea di quali siano le parole chiave più precise e utilizzate, e quali siano i siti che rappresentano meglio la risposta alle richieste dell'utente.

– Siti Concorrenti

Vai sul Keyword Planner di Google, inserisci l'URL della homepage di un sito web concorrente nello spazio 'La tua pagina di destinazione' e clicca su 'Trova Idee'.

In questo modo puoi visualizzare quali sono le parole chiave usate dagli altri siti e analizzarne i volumi di ricerca come spiegato prima.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Crea un foglio di lavoro su Drive e inserisci per ciascuna nicchia le informazioni sulle keyword che hai trovato.
2. Seleziona keyword che abbiano un volume di almeno 150 ricerche mensili.



Scegliere l'argomento del blog



04

Con questa lezione arriviamo finalmente al momento decisivo: decidere quale tra le nicchie scelte è quella giusta per te.

Seguendo le lezioni precedenti, dovresti aver raccolto abbastanza informazioni su ciascuna nicchia da avere un quadro chiaro sugli argomenti da trattare, sulle persone interessate a tali argomenti e sul volume di ricerca delle parole correlate.

Proprio sulla base di questi dati, adesso è il momento di decidere quale sarà la nicchia da percorrere. In altre parole, devi scegliere il tipo di blog su cui lavorerai, ovvero l'argomento principale che sarà la linea guida dei tuoi contenuti.

QUALE NICCHIA DIVENTERÀ L'ARGOMENTO CENTRALE DEL TUO BLOG?

Sì, delle cinque nicchie che hai portato avanti fino a ora ne deve sopravvivere solo una.

Si tratta di una decisione brutale ma necessaria: in questo modo non stai buttando via il lavoro svolto su tutte le nicchie (anche quelle che scarterai) ma gli stai dando un senso. Tutta questa pratica di analisi della concorrenza e di ricerca delle parole chiave e dei contenuti più popolari ti tornerà sempre utile nella tua attività.

Come abbiamo detto nella lezione su come individuare una nicchia – fondamentale per procedere con questo nuovo passaggio – l'errore più comune dei blogger amatoriali è proprio quello di non saper selezionare un argomento specifico e attenersi a esso.

CRITERI PER SCEGLIERE L'ARGOMENTO DEL TUO BLOG

Lavorandoci, ti sarai senz'altro fatto un'idea di quali sono, tra le cinque, le nicchie più valide. Innanzitutto usa l'istinto, ovvero rifletti su quale nicchia ti ha appassionato maggiormente nella tua ricerca.

A questo punto chiediti se cuore e cervello sono in sintonia. La nicchia che ti appassiona è anche quella più strategicamente interessante e con il potenziale più alto? Come in qualsiasi relazione, la passione è fondamentale, ma per poter guardare al lungo termine è necessario che sia bilanciata da solide fondamenta.

Ricorda che stiamo parlando di come avere un blog di successo, e alla lunga vuoi scegliere una nicchia che ti permetta di:

- pubblicare tanti articoli, trovando con semplicità spunti freschi e non ripetitivi.

- promuovere e proporre molteplici servizi ai tuoi utenti.
- essere sempre attuale, con un argomento evergreen che non passi di moda o che non si esaurisca dopo pochi mesi.
- scalare la tua attività quando sarà il momento, così da poterla integrare con nuove strade di guadagno (ad esempio vendendo e-book, girando video corsi, aprendo un ecommerce ecc.).

ECCO ALCUNI ESEMPI DI NICCHIE EVERGREEN PER AIUTARTI NELLA TUA SCELTA

- Salute e benessere;
- Trovare lavoro;
- Come guadagnare;
- Viaggi;
- Fitness e forma fisica;
- Dating e relazioni sentimentali.

Sulla base di questi criteri fondamentali e delle informazioni raccolte, vedrai che ti sarà sempre più chiara qual è la direzione giusta per il tuo blog.

Ecco che faccia ha un sito di successo

Ti ho fatto degli esempi di nicchie efficaci, ma è utile darti un metro di paragone anche a livello di sito, così da poterti confrontare, mentre processi la tua decisione, con una realtà funzionante e di successo.

Come ho già accennato nella seconda lezione, il sito dei Nomadi Digitali è un ottimo esempio da cui prendere ispirazione. Quando si parla di qualità dei contenuti e architettura delle informazioni, il suo fondatore, Alberto, è riuscito a creare un format ben bilanciato e coerente, che riesce a gestire con successo.

Visita il sito dei Nomadi Digitali: www.nomadidigitali.it

Con la giusta base e l'impegno di Alberto, il sito è cresciuto in una community di autori che collaborano con il sito

mistersito.com

scrivendo ottimi articoli. Una dinamica vincente e un punto di riferimento per tutti i siti dell'ambiente.

Vedremo nelle lezioni successive come raggiungere questo livello di qualità dei contenuti scrivendo gli articoli giusti, e come strutturare il blog in modo da complimentare il valore del suo contenuto. Proprio come è stato fatto sul sito dei Nomadi Digitali.

ADESSO FAI COSÌ

Rivedi tutto il materiale che hai raccolto. La lista delle nicchie, gli argomenti correlati e trattati dai siti concorrenti, le parole chiave e i loro volumi di ricerca. Ascolta anche il tuo istinto.

Qual è il tipo di blog che può portarti al successo? Adesso hai gli strumenti per poter dare la giusta risposta.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Scegli la nicchia definitiva (una sola) per cui creare il tuo blog di successo.



Definire la struttura del tuo sito web



05

In questa lezione vediamo come installare WordPress sul tuo dominio e definire la struttura del tuo sito web, e dunque la sitemap e l'information architecture.

COME INSTALLARE WORDPRESS

Una volta acquistato il tuo dominio e servizio di hosting, installare WordPress è molto semplice.

Accedi al cPanel ovvero il pannello di controllo del sito che hai comprato loggandoti al tuo account con lo username e la password

A questo punto clicca sull'icona di auto installazione di WordPress e seleziona 'installa'.

Nella pagina che si apre scegli il dominio su cui vuoi installare WordPress (ovvero il sito che stai creando).

Tra le diverse opzioni disponibili modifica solo l'username e la password scegliendo i termini che più preferisci, e imposta la lingua su italiano.

Clicca su ok per fare partire l'installazione.

Ti troverai con due link, uno del tuo sito con installato WordPress e l'altro della bacheca di WordPress da cui modificherai l'aspetto e i contenuti del tuo sito.

mistersito.com

Anche il tuo blog ha uno scheletro

È arrivato il momento di pensare a come creare il menu di navigazione del tuo sito web, decidendo quali pagine inserire e come strutturarle.

Si tratta di stabilire le corsie su cui si svilupperà tutta la tua attività, per questo è fondamentale avere da subito chiara l'importanza di tale passaggio.

Il menu è ciò che permette e determina la navigazione all'interno del tuo sito, e una navigazione fluida è la differenza tra un sito "vivo" ovvero attivo e funzionale e un sito "morto", ovvero senza aggiornamenti e aree funzionali.

REGOLE PER CREARE UN OTTIMO MENU DI NAVIGAZIONE

Ogni menu di navigazione che si rispetti deve presentare determinate caratteristiche e soddisfare dei criteri precisi. In particolare, vogliamo che il nostro menu di navigazione sia:

- **Intuitivo:** Non si tratta di una caccia al tesoro: i tuoi utenti devono essere in grado di trovare cosa cercano esattamente dove se lo aspettano.

- **Funzionale:** Tutte le pagine del sito devono essere linkate e facilmente raggiungibili, con la possibilità di cambiare categoria o pagina in qualsiasi momento, da qualsiasi punto.
- **Completo:** I menu sono fatti di cult: esistono pagine imprescindibili, che appartengono al DNA di ogni sito web serio e che non puoi fare a meno di inserire.

PAGINA STATICA VS PAGINA DINAMICA

Prima di procedere, è opportuno fare chiarezza sulla differenza tra una pagina statica e una pagina dinamica.

Una pagina statica è una pagina web con contenuti fissi, come può essere la pagina di contatti, la pagina 'about' oppure anche una pagina home, in cui compare un'immagine e il menu di navigazione.

Si tratta cioè di pagine dai contenuti fissi, ovvero sempre validi e che non devono essere aggiornati periodicamente ma solo all'occorrenza (ad esempio quando modifichi un indirizzo email nel form della pagina contatti, o inserisci un nuovo membro nel tuo team e vuoi renderne conto nella pagina chi siamo).

Diversamente, una pagina dinamica è una pagina con contenuti che variano, per esempio il blog in cui appaiono tutti gli articoli, man mano che vengono pubblicati.

QUALI PAGINE SERVONO AL TUO BLOG?

Come anticipato, convenzionalmente un menu di navigazione deve contenere determinate pagine. Anche a seconda della categoria scelta vi possono essere pagine in più o in meno, ma da queste non è proprio possibile scampare.

Vediamo quali sono:

Home

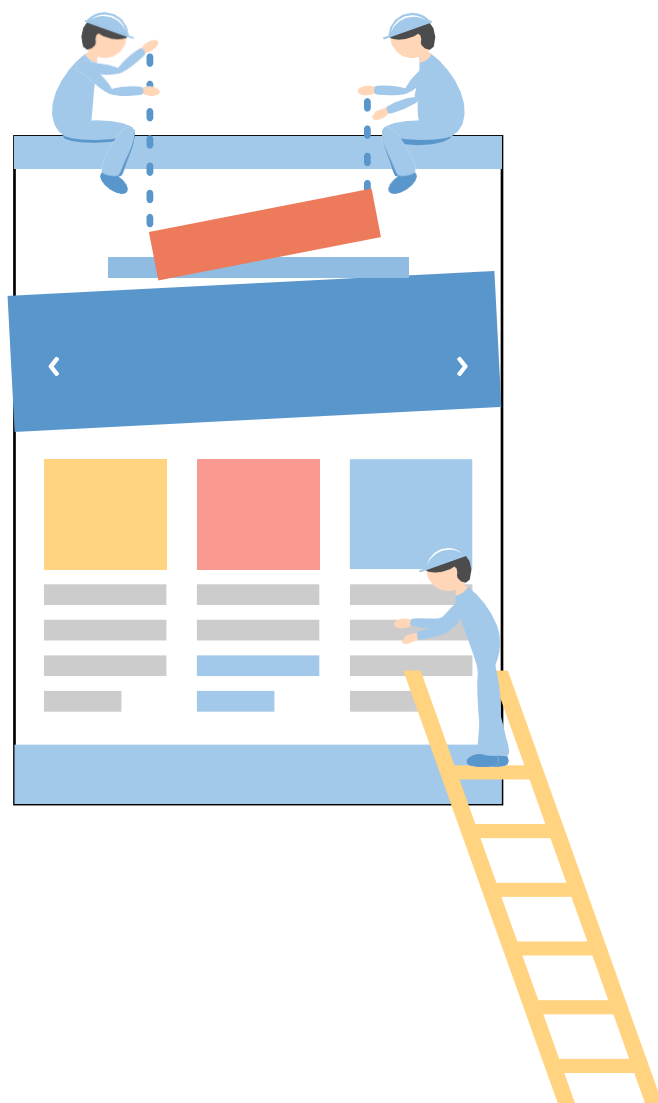
La homepage è la vetrina del tuo sito web. Sta a te decidere se usare una home dinamica oppure una home statica.

Nel primo caso si tratta di utilizzare il tuo blog direttamente come homepage, in modo tale che gli articoli siano la prima cosa che i tuoi utenti vedono.

Se invece opti per una pagina statica, puoi inserire un'immagine di sfondo (rappresentativa dell'argomento trattato), il menu di navigazione e un testo introduttivo che presenti il tuo sito web.

Chi Siamo / About

Si tratta della pagina in cui ti presenti e introduci l'attività, la mission o il team del tuo sito web.



Nel creare la pagina Chi Siamo, i siti italiani e internazionali di maggiore successo seguono un modello che deve rispondere a tre domande.

1. Quale problema risolve il tuo sito?
2. Chi sei? Chi c'è dietro?
3. Hai ricevuto delle Menzioni? Chi sono i tuoi Clienti? Hai delle Partnership?

Dedica un paragrafo a ciascuna di queste domande e potrai così creare una pagina Chi Siamo efficace e chiara, che mostra immediatamente ai tuoi visitatori la credibilità di cui godi.

La pagina Chi Siamo può essere anche il portale per stabilire una connessione con i tuoi utenti, per esempio proponendogli di iscriversi alla tua newsletter.

Servizi

Se il tuo sito offre dei servizi, devi creare una pagina dedicata.

La pagina servizi può fare riferimento a qualsiasi tipologia di servizio o prodotto, ma è opportuno che lo racconti in modo completo.

Per esempio, se il tuo sito offre dei corsi di cucina online, la pagina servizi deve contenere tutte le informazioni – in modo sintetico, chiaro e copy-oriented – riguardanti tali corsi, quali le caratteristiche, la dinamica, i prezzi, i vantaggi e così via.

Contatti

Niente è più irritante di un sito web in cui è difficile individuare i contatti.

Questa è la linea diretta che ti mette in comunicazione con i tuoi utenti, e una sua mancata funzionalità verrà interpretata come distacco o scarsità di interesse da parte tua. E se non interessa a te perché dovrebbe interessare loro?

Chi pensa che comunicare con i propri utenti sia una seccatura, probabilmente

non andrà lontano.

La pagina contatti può contenere semplicemente le informazioni di contatto oppure offrire direttamente un format di contatto da compilare. Nel primo caso ricordati di rendere i contatti dei link attivi (specialmente l'indirizzo email, ma volendo anche l'eventuale numero di telefono con Skype). Nel caso di format di contatto, puoi utilizzare un plugin dedicato.

Blog

Ecco il cuore del nostro sito. La pagina dove sono pubblicati tutti i tuoi articoli.

Caratteristica fondamentale della pagina blog sono le categorie: per crearle usa le keyword e smistale in gruppi concettuali di argomenti pertinenti al tuo blog. Per esempio, le categorie di SosWordPress, it possono essere: Temi, Plugin, Hosting, Ecommerce, Analytics, Social Media.

La tua Sitemap

Quelle appena viste sono le pagine fondamentali per creare un blog di successo e che devono costituire la tua sitemap.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Crea un documento sul Drive con la sitemap del tuo sito web.
2. Per ciascuna pagina del sito, scrivi le tue idee sui contenuti che dovranno contenere, prestando attenzione su quelli maggiormente apprezzati nella rete.



Scegliere il nome per il tuo Blog



06

In questa lezione torniamo a parlare di dominio e, più precisamente, di come scegliere il nome giusto per il tuo blog.

PERCHÉ IL NOME DEL TUO SITO È IMPORTANTE?

Se vuoi creare un blog di successo, ogni aspetto deve essere pensato in tale direzione. Il nome del tuo sito web è il biglietto da visita della tua attività, la prima informazione che gli utenti registrano e probabilmente la prima cosa che ricorderanno di esso.

Per questo è fondamentale studiare a fondo qual è la scelta migliore nel tuo caso, considerando tutte le alternative a tua disposizione e tenendo bene a mente le regole per creare un dominio.

IL NOME DEL TUO BLOG DEVE ESSERE MEMORABILE

La prima delle regole per scegliere il nome del tuo blog è fare in modo di trovare un dominio che sia facile da ricordare, ovvero che rimanga impresso nella testa degli utenti della rete.

Cosa significa? Devi trovare un nome che rimanga in mente ai tuoi utenti con estrema facilità. Mettiti nei loro panni, quello che vuoi ottenere è che la prossima volta che avranno bisogno dei

tui servizi o contenuti il nome del tuo sito sia un link mentale immediato, come una lampadina che si accende.

Questo rende anche molto più facile il passaparola: un nome memorabile è un nome che i tuoi utenti menzioneranno con amici, colleghi e conoscenti.

Perché sia facile da ricordare, un nome dominio deve essere:

- **Breve**
- **Facile** da scrivere e da pronunciare
- **Accattivante** o, come si dice in inglese, 'catchy'

DI COSA STIAMO PARLANDO?

Facciamo adesso questa domanda in modo da non trovarci mai più nella situazione di dovercelo chiedere ancora.

L'argomento trattato nel tuo blog deve essere immediatamente deducibile dal nome. Lasciamo da parte gli enigmi e gli indovinelli: non è questo il contesto giusto.

Ecco che torna di nuovo utile quella lista di parole chiave che hai raccolto nell'analisi della nicchia. Per essere efficace, il dominio deve essere strettamente pertinente all'argomento trattato, ovvero deve essere , utilizzando il gergo della rete, SEO oriented.

QUEL PIZZICO DI NON SO CHÉ

Questa lezione è intitolata 'come scegliere il nome giusto per il tuo blog', non 'come scegliere un nome noioso'. Non male interpretare le regole finora elencate come volontà di trovare un nome sterile.

La creatività è fondamentale nella scelta del nome giusto per il tuo blog. Solo occorre bilanciarla con il buon senso, senza farsi prevaricare dalle troppe sollecitazioni che sicuramente hai quando ti metti a cercare il nome migliore in maniera spasmodica, magari chiedendo ai tuoi conoscenti, colleghi ed amici.

Quello che viene dopo il punto: il dominio

Parliamo di estensione del dominio. Il mio consiglio è di scegliere sempre un dominio con estensione .it o .com, ovvero le più diffuse.

Queste due estensioni danno al tuo blog un aspetto più professionale e permettono agli utenti di ricordarlo con più facilità.

Ma un amico di mio cugino...

Può capitare che tu abbia visto o sentito parlare di siti di discreto successo con nomi impossibili. Non è una buona ragione per emularli: sono eccezioni, o più probabilmente leggende metropolitane.

Perché intraprendere una strada più difficile e mettere a rischio il tuo lavoro quando basta attenersi a delle semplici regole per assicurare il successo del tuo blog? Procedi prediligendo la via più semplice e meno articolata, anche se devi cercare comunque di essere originale.

Un ultimo controllo per essere sicuri

Purtroppo può capitare che il nome da noi scelto sia già in uso o che abbia una connotazione (passata o presente) non

esattamente gratificante di cui noi non siamo a conoscenza.

Ecco perché è sempre utile fare un controllo su Wayback Machine e verificare che il nome scelto non sia stato usato in relazione a contenuti offensivi o inappropriati. Non devi fare altro che digitare il nome desiderato e avviare la ricerca.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Crea un documento sul Drive e fai una lista di nomi possibili per il tuo sito.
2. Fai un'indagine: mostra i nomi scelti ai tuoi amici, parenti, colleghi, contatti e verifica quale sia, secondo loro, il più memorabile ed efficace.



Dove acquistare dominio e spazio hosting



07

Questa lezione è dedicata all'acquisto del dominio e del servizio di hosting, fondamentale per iniziare la tua attività sul web.

Infatti, per poter creare e avviare un blog di successo è necessario acquistare un dominio e metterlo online attraverso un hosting provider.

Il dominio è il nome del tuo sito web (per esempio sos-wordpress.it), mentre il servizio hosting è il server che ospita fisicamente il sito, come nel caso di SiteGround, il provider che ospita la nostra piattaforma.

I MIGLIORI SERVIZI DI HOSTING PER WORDPRESS

Iniziamo a vedere quali sono i tre migliori siti di hosting del momento. Si tratta di servizi di hosting di qualità, intuitivi e di cui puoi fidarti ciecamente. Più avanti ti spiegherò come decidere quello giusto per te, in base alle caratteristiche che ti possono essere più congeniali.

1. Siteground.com



È proprio SiteGround.com a guadagnarsi il primo posto nella classifica dei 10 migliori siti web per acquistare un dominio con eventuale spazio hosting. Perché? Semplice: offre tutto ciò che puoi desiderare da un provider quando arriva il momento di acquistare un dominio. Se vuoi acquistare un dominio con animo sereno, questa è la scelta che fa al caso tuo.

Il pacchetto include un servizio clienti in italiano sempre disponibile, giorno e notte, e altamente qualificato per risolvere ogni possibile problematica in poco tempo. Ti serve aiuto per la configurazione di un plugin? Non riesci a installare WordPress? Nessun problema: tu chiedi e loro rispondono. Un servizio davvero efficace, che ti permette di

godere della flessibilità di una piattaforma dalle ottime performance fin dal piano base.

2. GoDaddy.com



Si tratta di uno dei più popolari e migliori siti web al mondo per acquistare un dominio. Reputazione meritatissima, considerando le accomodanti offerte di pacchetti hosting a prezzi standard, che garantiscono un servizio di massima qualità.

Firma di GoDaddy.com è l'intuitività del servizio, a partire dal processo di acquisto, facile anche per i meno esperti che si trovano ad acquistare un dominio per la prima volta. Da poco hanno anche attivato un customer support in italiano che ho avuto modo di contattare personalmente e sono rimasto soddisfatto molto di più che rispetto ad altre alternative Italiane.

3. BlueHost.com



Cominciamo col dire che BlueHost.com è l'hosting consigliato da WordPress.org. Il che la dice già lunga. Ma quello che stupisce più di tutto è il suo servizio che non conosce confini. Letteralmente,

mistersito.com

visto che offre spazio su disco, banda di rete, numero di domini e di account email illimitati. Il tutto a un prezzo decisamente competitivo.

Lasciati aiutare

Hai la possibilità di acquistare dominio e piano hosting sullo stesso sito (scelta consigliata), oppure, nel caso in cui avessi già un tuo dominio, puoi fare la migrazione sull'hosting provider. In entrambi i casi, puoi trovare uno strumento gratuito ad hoc su www.sos-wordpress.it che renderà il tutto più facile e veloce. Proprio così! Effettuiamo la migrazione del tuo sito su un nuovo hosting, oppure ti aiutiamo ad acquistarlo ed a aprire il tuo nuovo spazio web in maniera assolutamente gratuita.

Sempre sul nostro sito puoi anche trovare un servizio gratuito per l'installazione di WordPress sul tuo nuovo spazio hosting.

Consulta tutti **i nostri servizi gratuiti** visitando il link www.sos-wordpress.it/servizi-gratuiti

Siamo a tua completa disposizione, contattaci per avere subito il supporto che neecessiti.

COME ACQUISTARE UN DOMINIO E IL SERVIZIO DI HOSTING

Ti spieghiamo adesso i passaggi che devi fare per acquistare un dominio e un hosting.

Prima di tutto, vai sul sito dell'hosting provider, per esempio SiteGround.com.

Apri il link www.siteground.com

A questo punto scegli di visualizzare i piani di hosting disponibili e seleziona quello che preferisci in base alle tue esigenze.

Scegli se registrare un nuovo dominio

o se utilizzarne uno esistente in tuo possesso. Nel primo caso, digita nello spazio il nome dominio che hai scelto. Se il dominio è disponibile potrai procedere, se invece è già utilizzato dovrai optare per un'alternativa, a tua scelta o tra quelle proposte direttamente dal sito.

Capita spesso che il nome di dominio che avevi in mente sia già stato preso. Per questo è importante avere in mente un'idea ben chiara di cosa deve rappresentare e comunicare il nome del tuo blog, piuttosto che fissarsi su un nome specifico (almeno che non sia estremamente particolare e quindi improbabilmente già in uso).

Quando digiti il nome del dominio devi anche selezionare l'estensione del dominio (.it, .com, .org, ecc.). Ogni estensione ha un significato e una valenza precisa, il mio consiglio è di scegliere un sito con estensione .it o .com.

Le altre estensioni infatti come .eu o -org, sono più specifiche e legate a istituzioni o organizzazioni.

Procedi con l'ordine e aspetta di ricevere conferma dell'acquisto via email.

Congratulazioni, adesso hai il tuo dominio.

In caso di migrazione hosting?

Se hai già un dominio e vuoi trasferirlo sul nuovo servizio di hosting, SiteGround e altri siti rendono questo passaggio molto semplice.

Basta specificare che sei già in possesso di un dominio e seguire il processo di acquisto: in men che non si dica la migrazione sarà completata da loro gratuitamente.

In ogni modo, ricordati che noi ti offriamo il servizio di migrazioni in modalità assolutamente gratuita, approfittane subito.

COME SCEGLIERE IL SERVIZIO DI HOSTING PIÙ ADATTO AL TUO BLOG

Parliamo del servizio di hosting da acquistare. Su internet puoi trovare una lista interminabile di siti web che offrono servizi di hosting, ognuno con le sue offerte e caratteristiche. Come facciamo quindi a scegliere quello che fa al caso nostro?

Innanzitutto è necessaria una distinzione tra tre tipologie di hosting:

- **Hosting condiviso:** si tratta di un servizio che prevede la condivisione delle risorse hardware fra tutti i siti ospitati da quel server. Questo comporta chiaramente anche una minore libertà nella gestione delle impostazioni del sito stesso.
- **Hosting VPS:** prevede un server privato, con nessuna condivisione con altri clienti, e offre un quantitativo fisso di CPU, RAM e banda.
- **Hosting Dedicato:** è la soluzione più potente delle tre, in quanto offre spazio illimitato e pieno controllo delle proprie risorse.



Per capire quale sia il servizio di hosting più adatto al tuo blog, anziché focalizzarti sulle caratteristiche del servizio, chiediti quali siano le necessità del tuo sito.

Spazio

Quali sono le tue effettive esigenze? Dipende dal tuo blog, dall'intenzione di caricare più o meno media, dalla sua finalità e dal traffico preventivato.

Indipendenza

Mentre per i più esperti è un elemento fondamentale, ricorda che può rivelarsi un'arma a doppio taglio. La possibilità di gestire autonomamente le proprie risorse e configurazioni significa anche dover essere in grado di farlo.

Budget

Ovviamente più un'offerta è ricca, più è costosa. Valuta il tuo budget e le tue esigenze per evitare di sprecare soldi in risorse di cui non hai bisogno.

Ti consiglio di partire con un hosting dedicato se sei all'inizio della tua esperienza sul web, o comunque il tuo blog non ha più di 10000 visitatori mensili. Avrai sempre tempo più avanti per effettuare un upgrade verso soluzioni più adeguate, se il tuo traffico aumenterà notevolmente e avrai maggiori esigenze di banda e spazio.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Scegli e acquista il nome dominio e il servizio hosting che preferisci.



Come scegliere e installare il tema giusto



08

In questa lezione iniziamo a parlare dell'aspetto grafico del tuo sito web, vedendo come scegliere il tema WordPress giusto e installarlo.

Il tema di WordPress è il look che assegniamo al sito, a cui sono connesse una serie di funzionalità che variano a seconda dell'aspetto.

Per WordPress sono disponibili sia temi gratuiti (tra cui quello di default rilasciato ogni anno da WordPress) che temi a pagamento (Premium): sta a te vedere quale si addice di più al tuo sito web, seguendo delle semplici regole.

QUALE TEMA WORDPRESS SCEGLIERE PER IL TUO BLOG?

Non basta che il tema ti piaccia, deve anche funzionare ed essere adatto al sito che hai in mente. Infatti, scegliere il tema giusto per il tuo blog può fare la differenza tra il suo successo e insuccesso.

Chiediti quanto tempo passa, quando visiti un sito web, prima che tu ti sia fatto un'idea sulla sua validità. Probabilmente pochi secondi. Dunque non è certo un'opinione basata solo sui contenuti: la prima impressione è quella che conta.

Il tuo tema rispecchia il tuo brand?

Proprio così, pensa alla tua attività in termini di brand. Scegliere il tema giusto per il tuo blog significa selezionarne uno che rifletta la tua nicchia e che sia in linea con i contenuti trattati e con il tono che vuoi dare al tuo sito. Non solo, anche tecnicamente e funzionalmente la tipologia di blog scelta richiederà una certa struttura e dunque un tema preciso.

Cosa va di moda?

Come tutto, anche i blog e i siti web sono soggetti all'estetica del momento. È sempre un'ottima idea fare una ricerca per indagare sui temi utilizzati dai siti di maggiore successo. Adottare un design percepito come attuale e accattivante ti dà più probabilità di catturare l'attenzione.

I REQUISITI TECNICI DI UN BUON TEMA WORDPRESS

Ogni tema è fatto in modo diverso, e questo ha un effetto anche sulla sua performance. Ecco alcuni requisiti fondamentali per il tema giusto:

- **Semplicità:** il web è pieno di temi free e premium, molti dei quali si perdono in labirinti di complicazioni grafiche e

funzionali completamente inutili. Punta a un tema di applicazione semplice.

- **Compatibilità:** controlla che il tema sia compatibile con l'ultima versione di WordPress per evitare disagi.
- **Validità del codice HTML:** verifica qui che il codice HTML sia valido per non incorrere in problemi di reindirizzazione del contenuto.
- **Auto-upgrade:** i temi più efficienti prevedono una funzione di notifica di aggiornamenti disponibili. In questo modo potrai risolvere eventuali problemi e bug senza sforzi.

E tu che Widget vuoi?

Come anticipato a inizio lezione, molte funzionalità del sito variano a seconda del tema. Assicurati che il tema scelto offra tutti quei widget fondamentali alla tua attività e che preveda funzionalità che ti permettano di espandere il potenziale del tuo blog.

Attenzione, non ti sto dicendo di optare per una carnevalata di optional a caso: parliamo di funzionalità utili e ben performanti.

SEO si nasce

Cosa c'entra la SEO con il tema? Tutto. La struttura della tua grafica e i relativi plugin hanno un ruolo molto rilevante nell'ottimizzazione del tuo sito.

Termini, supporto e tutorial

Quando devi scegliere il tema giusto per il tuo blog, fai sempre attenzione ai termini di utilizzo. Ad esempio, se un tema richiede una quantità esagerata di backlink, è meglio evitare.

Infine, è molto importante che al tema scelto sia legato un servizio di supporto valido e/o offra dei tutorial di installazione e gestione. In caso di problemi non vuoi

trovarti a doverli risolvere da solo.

Mettiti nell'ordine di idee che scegliere il tema giusto richiede tempo: il web è pieno di temi, a pagamento o gratis, con la dovuta calma e attenzione puoi trovare quello che fa al caso tuo.

COME INSTALLARE UN TEMA DI WORDPRESS

Una volta scelto il tuo tema, devi installarlo.

In realtà il tuo sito ha già un tema installato, ovvero quello di default WordPress 2014 (TwentyFourteen). Per cambiarlo vai nella tua bacheca di WordPress, scegli 'Aspetto' e 'Temi'.

Nella schermata che si apre clicca in alto su 'Aggiungi Nuovo'. Da qui puoi cercare e selezionare il tema gratuito che ti piace.

Se invece hai scelto e scaricato un tema a pagamento, nella stessa pagina clicca su 'Caricare' in alto e seleziona la cartella .zip che hai scaricato. Scegli 'Installa ora' e infine "Attiva".

Fatto!

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Cerca e scegli il tema per il tuo blog.
2. Installa il tema di WordPress scelto.





Probabilmente hai visto sul web dei siti che ti piacciono particolarmente e a cui vorresti ispirarti. È un approccio molto intelligente, che ti darà una linea guida nella creazione delle pagine del tuo sito web.

Ti stupirà quanti e quali siti ormai utilizzano WordPress e dunque offrono una semplice fonte di ispirazione, anche per la gestione del menu e la scelta delle pagine da mostrare nel tuo sito.

COME CREARE LE PAGINE DEL TUO SITO WEB

Abbiamo già visto quali sono le pagine da inserire in un sito web, adesso procediamo con la loro creazione.

Una volta loggato nella tua bacheca WordPress puoi aggiungere una pagina in due modi:

- dalla toolbar, cliccando su 'nuovo' e selezionando 'pagina',
- dal menu di sinistra, cliccando su 'Pagine' e scegliendo la voce 'Aggiungi nuovo'.

Questo ti porta alla schermata dell'editor della pagina.

Innanzitutto si inizia con la scelta di un titolo, che sarà il nome della pagina. Per esempio, puoi scrivere 'about'. Una volta

digitato il titolo vedrai apparire sotto un permalink con l'URL del sito seguito da / titolo pagina. Si tratta dell'indirizzo della pagina che stai creando.

Nella sezione successiva va invece inserito il testo che visualizzerò all'interno della pagina. Nel caso della pagina 'about', ad esempio, le informazioni sul tuo sito o attività.

In alto a destra, sotto 'Pubblica' puoi scegliere tra alcune preferenze, ad esempio puoi decidere se proteggere questo contenuto con una password.

La scelta più comune è quella di salvare la pagina come bozza, per continuare a lavorarci e pubblicarla in un secondo momento.

Per vedere la bozza basta cliccare su 'tutte le pagine' nel menu a sinistra e vedrai il titolo della pagina con la specificazione 'bozza'. Clicchiamo sopra il nome per tornarci dentro.

Sempre in alto a destra, per cambiare lo stato della pagina clicca sul menu a tendina, seleziona 'In attesa di revisione' e clicca su ok. In questo modo l'amministratore saprà che la pagina è finita e aspetta solo il suo via libera.

Sotto posso scegliere a chi rendere visibile questa pagina: pubblica, protetta

da password o privata e dunque visualizzabile solo dallo staff del sito. Cliccando su 'Protetto da password' appare lo spazio in cui digitare la password per accedere alla pagina, che confermo cliccando su ok.

Posso anche scegliere se pubblicare la pagina subito (alla conferma) oppure stabilire una data in cui verrà pubblicata automaticamente.

Nella sezione Attributi della Pagina puoi scegliere la gerarchia e lo stile della pagina.

- Scegli il genitore della pagina, ovvero la pagina che farà da ombrello a quella che sto creando.
- Il modello: ogni tema ha dei modelli di pagina, ovvero delle pagine con una struttura specifica, per esempio senza barra laterale.
- Infine puoi scegliere l'Ordinamento della pagina, per creare il menu.

In fondo alla pagina hai anche la possibilità di abilitare i commenti. Trattandosi di una pagina e non di un articolo, non ha tuttavia molto senso, quindi disabilitiamo questa voce.

Settiamo questa pagina come pubblicata per concludere.

Vediamo adesso la pagina creata, cliccando sul tasto visualizza pagina a fianco all'URL sotto a Pagina Test.

Perfetto, questa è la tua pagina. In caso di pagina protetta da password, dovrai inserire la password specificata prima.

Per avere un'idea realistica di come verrà il tuo sito pur non essendo pronti i contenuti definitivi, inserisci del testo in latino e immagini provvisorie. Questo ti permetterà di calibrare con facilità le tue scelte.

Inoltre, quando inserisci i contenuti e crei le pagine del tuo sito, pensa ai tuoi obiettivi. Per esempio, se vuoi essere contattato ti converrà inserire un form di contatto anche nella homepage.

COME CREARE IL MENU DEL TUO SITO

Adesso che hai creato le tue pagine, puoi procedere con il loro ordinamento, ovvero con la creazione del menu di navigazione.

Quando crei una pagina, WordPress la inserisce automaticamente nel menu, ma senza un ordine. Dunque è importante creare un menu come lo vogliamo.

Posso creare un menu in due modi:



- dalla toolbar, selezionando 'My blog' e cliccando su 'Menu'.
- oppure dalla bacheca, nel menu di sinistra scelgo la voce 'Aspetto' e 'Menu'.

Nella schermata di creazione del menu per prima cosa digito il nome del menu (per esempio Menu) e clicco Invio.

Adesso si apre una nuova schermata, in cui ho due elementi:

- A sinistra compaiono tutti i contenuti che posso aggiungere al mio menu: le pagine, i link e le categorie.
- A destra ho il layout e le impostazioni del menu stesso.

In alto compare anche la voce 'Impostazioni schermo', in cui possiamo selezionare quali elementi visualizzare tra: posizione dei temi, link personalizzati, articoli, pagine, lavori, categorie, tag, formato e picture tag.

Adesso voglio aggiungere al menu le pagine che ho creato.

Le seleziono e clicco su 'Aggiungi al menu' e vedo che adesso compaiono nella struttura del menu.

Una volta aggiunte le pagine, posso organizzarle semplicemente trascinandole con il drag & drop e disponendole nell'ordine che voglio.

Adesso scelgo dove mostrare il menu. In 'Impostazioni del menu' posso decidere se mostrare il menu nella parte alta del sito, selezionando 'Menu primario superiore', oppure a sinistra, selezionando 'Menu secondario nella sidebar di sinistra'. Posso anche selezionarli entrambi, ma è inutile.

Salvo ed ecco che vedo il menu in alto, con le pagine che ho aggiunto.

Se invece vogliamo aggiungere al menu

una voce a tendina: ritorno nell'editor del menu, vado nella sezione dove ho inserito le pagine e, sempre usando il drag & drop, sposto a destra le pagine che voglio inserire nella tendina. Devo spostarle sotto la pagina da cui scenderà la tendina all'interno del menu.

Salviamo e apriamo di nuovo la versione pubblica del sito. Adesso andando con il cursore sopra il menu, si apre una tendina sotto la pagina a cui ho aggiunto le mie sotto-pagine.

Per inserire un link esterno al menu, nell'editor inserisco l'URL, gli attribuisco un'etichetta e salvo. Il link adesso appare come una voce del menu.

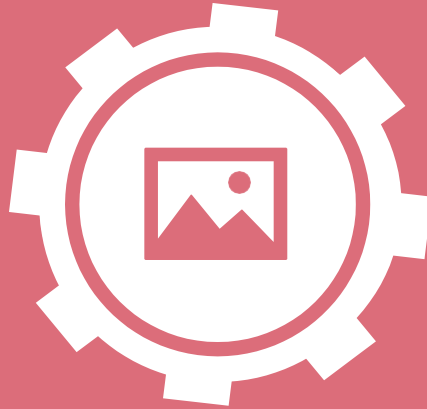
Ecco che hai creato il menu di navigazione del tuo sito web!

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Crea le pagine del tuo sito web, usando contenuti fittizi (testo in latino e immagini provvisorie).
2. Crea il tuo menu di navigazione.
3. Una volta chiara la struttura e la grafica del sito, inizia a inserire i contenuti delle pagine.



Trovare le immagini per il tuo Blog



10

È utile dedicare una lezione a capire dove trovare le immagini per il tuo blog e quali scegliere.

Il visual è necessario quando si creano dei contenuti, perché serve a comunicare il mood di una pagina web, a riassumere l'argomento di un articolo e a conferire dinamicità alla propria struttura.

Tuttavia, quando scegliamo le immagini per il nostro blog non basta fare una ricerca su Google Immagini e scegliere la prima che ci piace.

Innanzitutto ci vuole criterio: ovvero bisogna eseguire una ricerca usando le parole chiave corrette, così da ottenere solo risultati pertinenti. Infatti la scelta dell'immagine giusta è fondamentale. Al primo sguardo del lettore, l'immagine che scegli deve comunicare di cosa parla l'articolo. Un po' come fosse un secondo titolo.

Poi occorre osservare diversi criteri tecnici, quali la risoluzione, il peso e le dimensioni. Devi trovare un equilibrio tra inserire immagini di qualità e non caricare file troppo pesanti, che finirebbero con il rallentare il tuo blog.

Infine ti consiglio di darti anche un regime stilistico. Cosa significa? Scegli uno stile particolare e cerca di attenerti a esso il più possibile. Si tratta di una questione

di coerenza grafica, che renderà il tuo blog molto più piacevole da leggere ed elegante da guardare. Per esempio puoi optare per immagini solo grafiche, oppure per uno stile "cartonesco", o ancora scegliere fotografie a cui applicherai un certo filtro. Fidati: il risultato è molto più piacevole.

DOVETROVARE E SCARICARE LE IMMAGINI PER IL TUO BLOG

Prima di decidere dove cercare le immagini da inserire sulla pagina del sito o in un articolo, occorre stabilire quale immagine stiamo cercando. Ovvero, dobbiamo scegliere se vogliamo un'immagine gratuita oppure un'immagine a pagamento.

Immagini a pagamento

In generale, le immagini a pagamento sono più professionali e sono disponibili in diverse grandezze e risoluzioni. Questo permette di evitare la terribile piaga dell'immagine sgranata, uno dei peggiori crimini di cui un sito web possa macchiarsi.

Si tratta di foto o immagini fatte da fotografi o grafici professionisti. E per la proprietà transitiva, più professionale è l'immagine e più professionale risulterà il sito agli occhi degli utenti.



Inoltre nelle banche immagini a pagamento è molto più facile trovare quello che cerchi, e anche in varie versioni, senza bisogno di impazzire navigando il web in lungo e in largo. Il ché si traduce in un risparmio di tempo che, puoi dedicare ad altro. Ecco perché spesso vale la pena fare un piccolo investimento.

Ecco una lista di siti in cui acquistare immagini per il tuo blog:

- [istockphoto](#)
- [dreamstime](#)
- [bigstockphoto.com](#)
- [shutterstock](#)
- [fotolia](#)
- [gettyimages](#)

Immagini gratuite

Trovare belle immagini gratis è più difficile, ma si può essere spesso fortunati. Un blog a budget limitato

dunque non è spacciato, occorre solo avere più pazienza e essere in grado, ogni tanto, di adattarsi.

Esistono diversi archivi in cui è possibile scaricare immagini gratuitamente. I principali sono:

- [flickr](#)
- [pixabay](#)
- [wikipedia commons](#)
- [everystockphoto](#)
- [500px](#)
- [freepik](#) (dove ho preso alcune delle immagini usate in questa guida)

Ricicli e makeover

Per le immagini grafiche (non foto) esiste anche una terza opzione, ovvero modificarle quel tanto che basta per personalizzarle e renderle inedite. Per fare questo occorre essere abili con i programmi grafici, perché la qualità del risultato finale è fondamentale.

CARATTERISTICHE DI UN'IMMAGINE CORRETTA

Spesso non basta che un'immagine sia a pagamento perché si addica al contesto, e allo stesso modo, un'immagine gratuita può risultare perfetta. L'importante è che l'immagine scelta sia:

- **Adeguate:** deve essere in linea con il tema, l'argomento o lo stile del contesto in cui è inserita.
- **Non troppo usata:** se ti piace un'immagine che però hai già visto sulla home di un tuo sito concorrente, o che sai essere fin troppo inflazionata, cerca un'alternativa.
- **A prova di polemica:** lascia stare le immagini che potrebbero risultare offensive o equivoche. Non vale la pena perdere un solo utente per colpa di un'immagine.

Inoltre, ricorda di leggere sempre i termini e le condizioni per l'uso dell'immagine scaricata.

TIPOLOGIE DI IMMAGINI PER UN BLOG

Sono tre i tipi di immagine di cui avrai bisogno per il tuo blog:

- slider, con una panoramica larga
- immagine in evidenza o anteprima degli articoli
- immagine da inserire dentro all'articolo

Le misure di tali immagini cambiano a seconda del tema, ma ecco un esempio di quelle scelte per SOS-Wordpress:

- **slider:** 1400×450 px
- **evidenza:** 700×350 px
- **contenuto:** 300×Y (l'altezza varia a seconda che sia un'immagine orizzontale o verticale)

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Familiarizza con i siti-archivio di immagini più popolari.
2. Se vuoi inserire delle immagini nelle tue pagine, sceglile e scaricale.



Ottimizzare la SEO del tuo Blog



11

Con questa lezione affrontiamo la SEO on-page e on-site, ovvero come ottimizzare gli articoli e le pagine del tuo blog per essere indicizzato sui motori di ricerca e apparire tra i primi risultati.

CHE COS'È LA SEO

La SEO o Search Engine Optimization consiste nell'ottimizzare i contenuti, le pagine e la struttura di un sito web attraverso una serie di interventi e strategie, in modo da aumentare la quantità e la qualità di traffico che ricevi attraverso i risultati organici dei motori di ricerca. Questo permette al tuo blog di classificarsi ai primi posti nei risultati delle SERP, ovvero delle pagine dei risultati create da Google e dagli altri motori, ogni volta che qualcuno avvia la ricerca di una determinata parola o frase.

Periodicamente i motori di ricerca effettuano l'indicizzazione di tutti i siti online, ovvero inseriscono nella propria "biblioteca" tutte le informazioni e i contenuti di ciascun sito, così da includerlo tra i risultati delle proprie SERP. Questo processo viene eseguito attraverso degli spider (o robot), che perlustrano il tuo blog raccogliendo ogni dato. Ottimizzare con la SEO il sito, significa fare in modo che questi software riconoscano i tuoi contenuti come utili e che quindi gli diano più rilevanza.

Ecco perché oggi, nell'era di Google, il cosiddetto "approccio SEO" è un elemento vitale per creare un blog di successo. Ogni sito che si rispetti è concepito e strutturato in modo da favorirne l'ottimizzazione, e così anche i suoi contenuti.

Dai contenuti alla struttura e all'organizzazione degli elementi, esistono diversi modi per ottimizzare un articolo, di cui noi adesso vedremo i più importanti.

SEO ON-PAGE E SEO ON-SITE

La SEO on-page e On-Site è ciò che puoi fare sul tuo sito web, nelle singole pagine web e negli articoli del tuo blog perché ottengano risultati migliori nei motori di ricerca.

Lo strumento più importante quando si parla di SEO di un articolo sono le parole chiave, ovvero quei termini che gli utenti inseriscono nei motori di ricerca per ottenere un determinato risultato. Come abbiamo già visto nella lezione sulle parole chiave, esistono modi ben precisi per trovare le keyword più efficaci per il tuo sito web, come ad esempio il Keyword Planner di Google AdWords.

Tuttavia non basta trovare le keyword giuste, ma occorre utilizzare le parole chiave con il criterio giusto. Ecco

come fare a ottimizzare un articolo su WordPress:

- **URL:** è sempre meglio utilizzare URL chiari e brevi, ma non è tutto. Occorre inserire la parola chiave nell'URL.
- **Titolo e sottotitoli:** è fondamentale che il titolo dell'articolo contenga la parola chiave. Se scrivi un articolo sulla ricetta di una torta nuziale, il titolo dovrà contenere le parole 'ricetta torta nuziale', ad esempio 'Ricetta per torta nuziale fai-da-te'. Utilizza poi la parola chiave almeno in un sottotitolo nel corso dell'articolo.
- **Apertura dell'articolo:** è importante usare la parola chiave all'interno della prima frase dell'articolo, ancora meglio se all'inizio.
- **Densità:** ripeti la parola chiave nell'articolo una volta ogni 100 parole, facendo in modo che sia ben inserita e contestualizzata. Un uso casuale delle parole chiave non è mai visto di buon occhio dai motori di ricerca e compromette la qualità del contenuto.
- **ALT:** sta per alternativo e si riferisce al testo del testo attribuito alle immagini. Anche qui è opportuno inserire le parole chiave.
- **Articoli connessi:** usa le parole chiave anche nei contenuti che puntano all'articolo interessato.
- **Variare è meglio:** non usare sempre la stessa keyword ma cerca di inserire anche le sue varianti più affini ed efficaci.
- **Lunghezza dell'articolo:** cerca di scrivere articoli di almeno 1200-1500 parole in modo da ottimizzarli al massimo.

Tutte queste tecniche, quando applicate, devono confluire in una regola fondamentale: i contenuti del tuo blog devono essere di alta qualità e originali. Si

tratta del mantra primario per creare un blog di successo. Prescindendo da questa regola, non esiste keyword o trucco che possa salvare il tuo sito.

Google vuole infatti constatare che i tuoi contenuti siano innanzitutto utili agli utenti che li leggono. Per questo, un ottimo approccio nel creare un contenuto è pensare sempre che non stai scrivendo per i motori di ricerca ma per i tuoi utenti. Punta a scrivere contenuti di qualità e, nel farlo, tieni a mente le regole SEO indicate sopra.

Gli articoli impiegano poco tempo per essere indicizzati dai motori di ricerca, mentre ci vuol molto di più perché possano posizionarsi. Perché tu possa vedere i primi risultati passeranno dunque dai 3 ai 6 mesi, ma nel frattempo è importante che tu continui a scrivere molti contenuti di qualità.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Leggi i consigli sui siti consigliati e seguili regolarmente.



Come scrivere un articolo



12

In questa lezione ti spiego come scrivere gli articoli per il tuo blog, in modo da renderli interessanti, correttamente strutturati e ottimizzati a livello SEO.

Gli articoli sono la parte più importante del tuo blog: sono il contenuto che attirerà e fidelizzerà i tuoi utenti. La sostanza che, per creare un blog di successo, deve essere di qualità sotto tutti i punti di vista.

È dunque importante chiedersi:

COME SI SCRIVE UN ARTICOLO?

Ogni articolo pubblicato sul tuo blog deve rispettare una struttura specifica e delle regole precise. Ci deve essere coerenza tra tutti gli articoli, sia strutturale che stilistica. Questo non vuol dire che debbano essere dei contenuti monodimensionali, ma che diano l'impressione di appartenere al tuo blog e di non essere fuori contesto.

Può anche capitare che tu abbia diversi collaboratori che scrivono sul tuo blog, ognuno con il suo stile. E questo è un bene. Tuttavia, per contenuto e per tono questi non potranno divergere al punto da confondere l'utente. Non vuoi un blog bipolare.

Se per esempio hai creato un blog di cucina casalinga, non potrai di punto in bianco postare un articolo con toni da blog di heavy metal. Sono due target diversi.

Ecco perché è sempre fondamentale avere un obiettivo quando scrivi un articolo: ovvero l'azione che vuoi che i tuoi utenti compiano.

Ogni volta che scrivi un articolo fatti una semplice domanda: Quale azione voglio che i miei utenti compiano una volta letto questo articolo?

Deve essere un obiettivo specifico e misurabile, che ti dia la possibilità di verificare il successo del tuo articolo.

Per questo devi avere un'idea chiara di quello che vuoi e delle persone a cui ti rivolgi. Perché per persuadere un utente a compiere una certa azione, devi parlare la sua lingua e dargli quello che cerca.

LE PARTI CHE COMPONGONO UN ARTICOLO

Titolo (H1)

Il titolo deve incuriosire e invogliare l'utente a leggere l'articolo. È il primo contatto, l'amo che porterà traffico sul tuo blog. Per questo un titolo deve essere

d’impatto, preciso e invitante. Il titolo è anche la parte più in evidenza in una SERP (pagina dei risultati di un motore di ricerca), ecco perché è un elemento fondamentale per l’ottimizzazione del tuo sito web. A questa finalità occorre osservare due semplici regole:

- Usa la parola chiave primaria almeno una volta nel titolo, possibilmente all’inizio.
- Il titolo deve contenere un massimo di 70 caratteri.

Esistono alcune formule evergreen di titolo, per esempio:

- **Titoli “Intimidatori”** – Es.: “Pensi che Il Tuo [Parola Chiave] Sia al Sicuro?”
- **Titoli “Come Si Fa”** – Es.: “Come Fare [Parola Chiave] ”
- **Titoli “Raccolta”** – Es.: “7 Modi Per [Parola Chiave] ”
- **Titoli “Errori”** – Es.: “10 Errori [Parola Chiave] da Evitare a Tutti i Costi”

Il Corpo

Anche conosciuto come body copy. È il contenuto vero e proprio del tuo articolo. Adesso che il titolo ha attirato

l’attenzione dei tuoi utenti, il body li deve tenere incollati fino alla fine.

Come? Innanzitutto apri l’articolo con un hook, un uncino. Le prime due frasi dell’articolo devono confermare e aumentare la curiosità innescata dal titolo. È il punto di passaggio tra il titolo e il body copy vero e proprio: l’uncino che cattura l’utente toccando le corde giuste in poche parole.

Dopo l’uncino, è ora di parlare del fulcro dell’articolo (l’argomento o il problema). Specifica qual è e approfondisci fornendo all’utente delle informazioni utili e interessanti. Perché un articolo sia accattivante, tuttavia, non puoi limitarti a una semplice constatazione dei fatti, ma devi essere propositivo. Se stai affrontando un problema, fornisci una soluzione – che dovrebbe coincidere con il tuo obiettivo-, citandola e descrivendola.

Il body termina nella conclusione dell’articolo. La parte risolutiva, in cui si tirano le somme dell’articolo con un brevissimo riassunto di quanto detto. Mi raccomando però: non deve essere un congedo, ma un invito. Tieni la comunicazione aperta, esortando i tuoi



utenti a commentare l'articolo, a scriverti o a seguire sviluppi futuri.

Nello scrivere il body copy, cerca di essere sempre rilevante, sintetico e chiaro. Evita concetti superflui, giri di parole inutili e forme sintattiche troppo complesse. I periodi devono essere concisi, senza troppa punteggiatura o frasi subordinate (come frasi relative). Non mettere mai un utente nella condizione di dover leggere una frase due volte perché non chiara: lo avrai perso.

Individua e utilizza una parola chiave primaria e un paio di parole chiave secondarie. Nel farlo, usa un criterio disciplinato e intelligente: i motori di ricerca non trattano bene le frittute di parole chiave ammassate a caso.

Come già detto all'inizio, nello scrivere il corpo dell'articolo tieni sempre a mente l'obiettivo. Questo ti aiuterà a costruire la tua struttura e gerarchia di contenuto.

Sottotitoli (H2, H3, H4, H5, H6)

Ogni articolo dovrebbe contenere almeno due sottotitoli, a seconda della lunghezza. Questo serve a spezzare il testo dell'articolo, così da renderlo più leggero, e a rinnovare la curiosità dell'utente.

Come per il titolo, utilizza dei sottotitoli che siano accattivanti e indicativi del testo che seguirà ricordandoti di usare le varie titolazioni o heading a disposizione come H2, H3, H4, H5, H6.

Immagini

Anche l'occhio vuole la sua parte. Banale? Forse. Ma in ogni caso vero.

Il binomio visual e copy è il fondamento di ogni comunicazione di successo. Utilizza solo immagini pertinenti e rilevanti all'articolo, ma segui una regola fondamentale in pubblicità: non dire con le immagini quello che hai già raccontato con il testo e non descrivere a parole quello che è già evidente dalle immagini.

I due elementi devono completarsi, non sovrapporsi. Si tratta di eliminare il superfluo e di non cadere nella trappola della ripetizione. Ogni spazio conta, usalo bene.

Scegli immagini evocative, che arricchiscano il contenuto testuale, rendendolo ancora più interessante.

Per ottimizzare l'immagine, dale un nome che contenga la parola chiave e, a seconda della posizione, accompagnala con un titolo sopra o sotto.

Link

È sempre una buona idea fare in modo che l'articolo contenga almeno un link. Può essere un link interno, che rimanda a un altro contenuto del tuo sito connesso in qualche modo all'articolo, oppure un link esterno, ovvero che indirizzi i tuoi utenti su un altro sito.

Nel caso di link esterno, assicurati che il sito di destinazione sia credibile e che aggiunga effettivamente un valore al tuo contenuto.

Queste sono le regole fondamentali per scrivere un articolo di successo sul tuo blog.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Pensa qual è l'obiettivo del tuo primo articolo.





L'impaginazione di un articolo è un elemento integrante in quanto ottimizza, valorizza e rende più chiara l'intera struttura dell'articolo e persino i suoi contenuti.

L'IMPORTANZA DELL'IMPAGINAZIONE DI UN ARTICOLO

Impaginare un contenuto correttamente è un elemento chiave per fare leggere l'articolo a chi visita la pagina. Un testo troppo fitto e privo di immagini, uno troppo scarno o uno eccessivamente caotico, sono tutte circostanze in cui difficilmente il visitatore si fermerà a leggere. Questo non è solo negativo per il tuo traffico, ma anche per la stessa immagine del blog.

Oggi le persone hanno bisogno di contenuti bene impaginati. Lo spam di attenzione sul web in media è di pochissimi secondi: tanto basta a chi naviga per decidere se soffermarsi su un contenuto o passare al prossimo. Proprio quei primi secondi sono dunque vitali affinché tu possa interessare chi capita sul tuo blog.

Per farlo, oltre a dei contenuti galvanizzanti, devi strutturare l'articolo secondo delle regole ben precise, tra cui la giusta lunghezza e la suddivisione in

paragrafi. Infatti la maggior parte delle persone più che leggere un articolo lo "scansionano". Innanzitutto perché sul web, a differenza di un libro cartaceo, fare scroll down del testo è l'unico modo per rendersi conto della lunghezza. E credimi: quasi tutti gli utenti vogliono sapere in cosa si stanno avventurando prima di iniziare a leggere.

In secondo luogo, molti tendono a leggere solo alcuni punti del testo, saltando da un paragrafo all'altro in modo da coglierne il senso e i concetti più importanti. Ne consegue che un testo troppo massiccio li allontanerà immediatamente.

Ecco perché è importante che tu prenda atto dei consigli che sto per darti.

REGOLE DI IMPAGINAZIONE DI UN ARTICOLO

Organizzazione del testo

Innanzitutto occorre definire una struttura di base che adatterai nella stesura e nella pubblicazione di ogni tuo articolo.

Una pagina deve essere composta da un Titolo, dei Sottotitoli e dei Paragrafi. Senza entrare nel dettaglio dei contenuti, che abbiamo visto nella lezione precedente, questi elementi devono

ricalcare una chiara gerarchia all'interno della nostra pagina.

- Il **titolo principale (H1)** deve avere più rilevanza di qualsiasi altro elemento testuale della pagina. Ciò significa che deve trovarsi in testa alla pagina e in una posizione facilmente visualizzabile e non affollata da altri elementi.
- Seguono i **sottotitoli**, la cui funzione visiva è spezzare il body copy e renderlo così più leggero e invitante. Per questo in ogni articolo è opportuno ricorrere ad almeno due o tre sottotitoli. Su WordPress puoi trovare diversi livelli di sottotitolo (H2, H3, ecc.), applicali rispettando la gerarchia. Per esempio, inizia sempre da un H2, e poi come sotto-sottotitolo H3: mai il contrario.
- Il **corpo del testo deve essere suddiviso in paragrafi**. Per essere efficace, un paragrafo non deve mai essere troppo lungo, cerca quindi di calibrarlo sempre sui 2-3 periodi massimo. Identificare un paragrafo è facile: deve coincidere con un unico concetto, non di più.
- Infine, la **larghezza del paragrafo** (colonna) non deve superare gli 80 caratteri, spazi inclusi. Colonne di testo troppo larghe danno un aspetto trascurato e obsoleto al tuo blog, e di conseguenza fanno passare subito la voglia di leggere.

Formattazione del testo

Questo purtroppo è un elemento a cui non tutti pensano. Fortunatamente ci sono dati degli strumenti per personalizzare il nostro testo ed è buona cosa farne uso. Come ti ho già detto, la tendenza delle persone è quella di scannerizzare la pagina e una giusta formattazione funge da linea guida. Proprio come una mappa.

Nella stesura del tuo testo utilizza caratterizzazioni quali il grassetto, per

esempio per evidenziare le parole chiave, e il corsivo, che può invece servire per la citazione di un termine.

Creare elenchi puntati e numerati

L'elenco è una soluzione molto efficace quando si scrive un articolo, specialmente se di contenuto funzionale (come dovrebbe sempre essere).

Si tratta di un ottimo modo per facilitare la lettura di un testo e per renderne i concetti importanti più memorizzabili e individuabili.



Non solo, è anche garanzia di sintesi, permettendoti di andare subito al punto e di tralasciare un approccio più discorsivo, che richiede una certa esperienza di scrittura.

Inserisci immagini

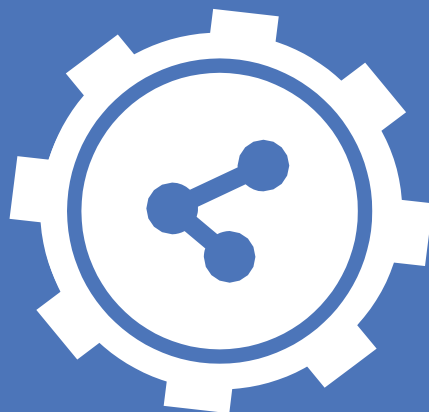
Ti ho spiegato l'importanza delle immagini come completamento del testo e dove cercarle. Ma come conviene inserire le immagini in un articolo?

- All'inizio dell'articolo: quindi come ombrello del testo, per introdurre l'argomento. Generalmente è allineata a sinistra, con il body copy affiancato.
- In mezzo al testo: significa quindi inserire l'immagine tra due paragrafi. In questo caso l'immagine può essere anche centrata e avere dimensioni maggiori, in modo che abbia la stessa larghezza del testo. In alternativa può anche essere inserita un'immagine piccola cliccabile e contenente un link alla sua versione ingrandita.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Scrivi e impagina il tuo primo articolo seguendo quanto appena spiegato.





In questa lezione ti spiego cosa fare dopo aver pubblicato un articolo sul tuo blog in modo da promuoverlo e massimizzare le visite del tuo sito web.

Non credere che il tuo lavoro sia finito con la stesura, l'impaginazione e la pubblicazione del tuo sito. È appena iniziato. Pensala in questo modo, l'impegno di un'azienda termina con la produzione di un prodotto o con la sua vendita? La prima senza la seconda non porta a niente.

COSA FARE DOPO AVER PUBBLICATO UN ARTICOLO SUL TUO BLOG?

Think Social

Oggi i social network sono il canale di comunicazione più efficace. Frequentati da tutti, sono la nuova agorà.

Se un social network è riuscito a resuscitare un gelato andato fuori produzione dieci anni fa, immagina cosa può fare per l'articolo che hai scritto ieri pomeriggio. Condividi e fai condividere: sulla tua pagina e su quelle in cui il link del tuo articolo può essere utile e non elemento di disturbo.

Un network di blogger

Andando avanti nella tua attività svilupperai dei contatti nel tuo settore e in quelli affini. Utilizzali per accrescere la popolarità del tuo articolo.

Comunica a colleghi blogger che hai pubblicato un certo articolo che potrebbe risultare utile ai loro utenti o arricchire un loro contenuto. Pensare che la collaborazione sia un approccio controproducente sul web è un grave errore.

Puoi condividere il tuo articolo anche nei commenti degli altri blog, in risposta a un altro articolo o a un problema che cerca risposta. Si tratta di un'ottima strategia per ampliare la tua utenza.



Facebook a pagamento

Creare un blog di successo richiederà quantomeno dei piccoli investimenti. La promozione a pagamento su Facebook può essere uno di questi. Oggi il celebre social network ti dà infatti la possibilità di promuovere una pagina per dare maggiore visibilità ai suoi contenuti.

Esiste un prezioso che associa diverse offerte a un volume di visualizzazione dell'articolo promosso. Ti consiglio di provare almeno con cifre moderate (anche 4 euro): potresti scoprire un ritorno inaspettato.

Sfrutta i tuoi contatti

Fai conoscere l'articolo anche inviando un'email a tutti i tuoi contatti che possono essere interessati. In altre parole, improvvisa una newsletter ad hoc per promuovere il tuo articolo. Vedremo in una lezione successiva l'importante di avere una newsletter.

Non è tutto però. Se frequenti uno o più forum del settore, approfitta della tua reputazione per condividere l'articolo e ricevere visite di qualità.

Il Growth Hacking

Si tratta di un'evoluzione del marketing, ma non di un suo sostituto. Infatti il Growth Hacking è definito come il marketing 2.0. Il Growth Hacker è una persona che ha come obiettivo ultimo la crescita di un sito web o di una startup, attraverso una serie di tecniche alternative.

Insomma, consiste nell'usare e nel trovare canali di promozione e comunicazione alternativi, nuovi e creativi rispetto a quelli usati dal marketing.

Yahoo ha la risposta

Se trovi una domanda su Yahoo Answers a cui il tuo articolo può dare una risposta esaustiva, postane il link. Questo sito è utilizzato spesso per cercare soluzioni a vari problemi e una stessa domanda riceve molte visualizzazioni anche nel corso del tempo.

Condividi, non spammare

La linea che divide queste due sfere è sottile ma fondamentale. Padroneggiarne la condivisione senza cadere nello spam è quello che distingue un pro da un blogger amatoriale.

Ottenere traffico sul tuo blog non è un obiettivo semplice, specialmente all'avvio. Tuttavia si tratta di mettere in moto un meccanismo che da una parte ti garantisca un bacino di utenza ricorrente e dall'altra consolidi una tua routine strategica di condivisione dei tuoi contenuti.

Una volta entrato in questo ordine operativo ciclico e a patto di pubblicare solo contenuti utili, pratici e originali, vedrai che le persone inizieranno a leggere i tuoi articoli e a tornare per il bis.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Condividi un tuo articolo seguendo le istruzioni spiegate in questa lezione.





In questa lezione ti spiego come monitorare le visite del tuo sito web con Google Analytics.

Perché è importante monitorare le visite del tuo sito web? Un controllo attento e frequente delle statistiche sul numero di visitatori e di altri dettagli connessi ti mettono nella condizione di comprendere a fondo il traffico generato dal tuo sito e di essere così in grado di creare contenuti più mirati, utili e capaci di accrescere l'interesse degli utenti.

COSA È GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics è un servizio offerto da Google in grado di fornire statistiche dettagliate sulle visite a un sito web. Come abbiamo già visto, si tratta di una risorsa estremamente utile al fine di creare un blog di successo. Per questo è lo strumento di statistiche web più usato al mondo.

Nello specifico, Google Analytics ti aiuta a tenere sotto controllo e a capire:

- **Chi visita il tuo blog**

Con Google Analytics puoi scoprire diversi dati riguardo ai tuoi visitatori, come la loro posizione geografica, la risoluzione dello schermo, la lingua, il supporto JavaScript o Flash, e persino quale browser hanno utilizzato per farti visita. Si tratta di una quantità di

informazioni che, se usate correttamente, possono risultare molto utili. Per esempio per capire se la grafica del blog è compatibile con il tuo target.

- **Cosa fanno mentre sono sul tuo blog**

Forse la caratteristica più importante di questo strumento: poter monitorare l'interazione con il blog dei tuoi utenti. Analizzando quanto tempo ci passano, quali pagine visualizzano e altri dati simili, hai la possibilità di capire cosa funziona e invece cosa richiede il tuo intervento.

- **Da dove sono arrivati**

Come hanno trovato il tuo sito? Dal link su un altro blog, da una pubblicità o dai motori di ricerca? Google Analytics risponde a questa domanda: prendi appunti per capire quali sono i siti con cui ti conviene collaborare di più oppure dove è opportuno investire.

- **Quando visitano il tuo blog**

Puoi anche prendere nota di quali sono i giorni e le ore con il maggiore traffico: si tratta di un dato importantissimo, perché in base a questo devi programmare quando pubblicare gli articoli sul blog, in modo che abbiano la massima visibilità.

INSTALLARE GOOGLE ANALYTICS SULTUO BLOG

Per prima cosa è necessario collegare Google Analytics al tuo sito web. Esistono due modi per inserire Google Analytics in WordPress:

Manualmente

Step 1. Vai sulla pagina web di Google Analytics e crea il tuo account oppure fai login se possiedi già un profilo Gmail.

Step 2. Una volta loggato, ti sarà chiesto di scegliere cosa vuoi monitorare tra sito web e applicazione. Naturalmente devi selezionare la prima opzione.

Step 3. Compila tutte le altre informazioni e imposta il dominio che vuoi analizzare, inserendo l'URL, il nome e la categoria.

Step 4. Quando avrai terminato la procedura, verrà generato un codice di tracciamento da inserire nel tuo sito. Copialo e visita la tua bacheca andando in Impostazioni > Google Analytics. Incolla il tuo codice dove richiesto e salva.

Adesso puoi collegarti a Google Analytics e monitorare le statistiche del tuo blog.

Con un Plug-in

Utilizzando WordPress puoi anche scaricare il plug-in di Google Analytics per questa piattaforma. Si tratta sicuramente di un modo ancora più facile e veloce per installare e configurare Google Analytics.

Ne esistono diversi, ma io ti consiglio di scegliere tra: Google Analytics by Yoast, Google Analyticator, Google Analytics Dashboard for WP e Simple Google Analytics.

CONFIGURARE GOOGLE ANALYTICS

Non tutto quello che ci fornisce Google
mistersito.com

Analytics è di vitale importanza, anzi, occorre fare una distinzione tra le informazioni rilevanti e le vanity metrics, ovvero quelle statistiche fini a se stesse che non hanno altra funzione se non gonfiare l'ego e far sentire bene chi le guarda. Non c'è niente di male nel trarne soddisfazione personale, tuttavia è meglio concentrare il proprio focus sulle informazioni che ci permettono di attuare azioni concrete e migliorative per il sito web.

I numeri da prendere seriamente in considerazione sono:

- **Time on page di ogni articolo:** controllando questo dato ti renderai conto se le persone leggono effettivamente i tuoi contenuti.
- **Pagine di conversione:** si tratta di una pagina del tuo sito web che qualcuno raggiunge dopo aver eseguito un'azione importante, ad esempio la pagina di conferma di un acquisto. Dunque il numero di pagine di conversione visualizzate è indicativo di un successo concreto della tua attività.
- **Frequenza di rimbalzo:** indica la percentuale di visite che si limitano a visualizzare la prima pagina aperta prima di andarsene. Occorre correggere le pagine con la frequenza di rimbalzo più alta per renderle più invitanti.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Se non lo hai già fatto, crea un account su Google Analytics.
2. Inserisci Google Analytics sul tuo sito web.





Parliamo ora di un altro aspetto dell'ottimizzazione: la SEO Off-Site (o Off-Page). A differenza della SEO On-page o SEO On-Site, di cui ti ho parlato nelle lezioni precedenti, questa tipologia riguarda le tecniche che servono ad aumentare la popolarità del tuo blog, agendo al di fuori delle pagine e dei contenuti del sito web stesso.

Come avrai capito, dunque, l'ottimizzazione non deve essere fatta solo lavorando all'interno del tuo blog, ma esistono una serie di attività "esterne" che possono migliorare la posizione del tuo sito all'interno delle SERP dei motori di ricerca.

Non occuparsi della SEO Off-Site è proprio uno degli errori più comuni di chi ha avviato un blog e cerca di ottimizzarlo senza successo. Queste persone non si rendono conto che molti degli aspetti più importanti dell'ottimizzazione avvengono al di fuori del sito. Attenzione dunque: la SEO Off-Site è fondamentale tanto quanto la SEO On-Site e soprattutto una non sostituisce l'altra. Si tratta di un lavoro parallelo.

I principali strumenti di SEO Off-Site sono:

- **Social Media**: abbiamo già parlato di come condividere gli articoli di un blog e vedremo in una lezione

successiva come creare e gestire una pagina su Facebook.

- **Link Building o Backlinking**: i link che rimandano al tuo sito. Proprio su questo ci focalizzeremo in questa lezione.

PERCHÉ LA SEO OFF-SITE È IMPORTANTE

Gli esperti di SEO sottolineano continuamente l'importanza della SEO Off-Site, ricordandoci che per ottimizzare un blog come si deve non basta tenere sotto controllo solo i fattori SEO appartenenti al sito. Il motivo è molto semplice: i motori di ricerca si sono evoluti, diventando molto più esigenti e differenziando il più possibile i criteri di valutazione dei siti così da fornire risultati sempre di qualità.



In poche parole, percependo la tendenza delle aziende di manipolare la struttura e i contenuti del proprio sito web per migliorare la sua performance SEO, Google e gli altri motori di ricerca hanno deciso di prendere in considerazione anche la "popolarità" del sito sul Web.

La SEO Off-Site è dunque importante in quanto fornisce ai motori di ricerca un'indicazione di come viene percepito un sito web. Se un blog è utile e interessante è più probabile che abbia più link di altri e che sia menzionato più frequentemente sui social network.

Ne consegue che oggi, se vuoi ottenere un buon risultato con i motori di ricerca, è indispensabile sviluppare un consistente sistema di backlink di qualità. Senza questo rischi di buttare via ore e ore intervenendo sulla SEO On-Site senza andare da nessuna parte. Vediamo.

BACKLINK: COME OTTENERE LINK DA ALTRI BLOG

La SEO Off-Site è spesso associata – se non addirittura identificata – con il Link Building, ovvero la "costruzione" di backlink di qualità. In effetti, insieme ai social network, farsi linkare da altri siti web è il modo migliore per conquistare il cuore – e la fiducia – dei motori di ricerca come Google.

Il modo migliore per fare ottenere backlink è quello naturale, ovvero pubblicare sempre contenuti di qualità, in modo che le persone che visitano il tuo blog condividano i link dei tuoi articoli spontaneamente. Tuttavia è un processo piuttosto lungo (ma comunque da fare) e si può dunque ricorrere a delle tecniche ausiliarie di link building. Ecco le più efficaci:

- **Guest blogging.** Consiste nel pubblicare articoli in blog diversi dal tuo e, come vedremo più avanti, è un ottimo modo per aumentare il proprio network di utenza e contatti.

- **Ricerca di blog affini e scambio di link.** Poniamo che tu abbia un blog di cucina vegetariana e che abbia scritto un articolo sui benefici di una tale dieta. Esplora il web in cerca di siti e articoli (per esempio di salute) in cui si parli di questo argomento e chiedi all'autore o all'admin di inserire il link del tuo articolo come esempio. Come merce di scambio, puoi proporre loro di fare lo stesso sul tuo.
- **Aggregatori di blog.** Fai inserire il tuo blog in uno dei siti conosciuti come aggregatori di blog. Si tratta di piattaforme che raccolgono – e a volte recensiscono – tutti i blog del web ordinandoli per categoria.
- **Google +.** Partecipa a questo Social condividendo i tuoi contenuti perché tutti gli articoli postati su Google + vengono indicizzati da Google.

La Link Building richiede impegno e attenzione (guai a fare spam), ma imboccata la strada giusta può portare a ottimi risultati di ranking e popolarità. Ricorda: pubblica contenuti rilevanti e di qualità e condividili con criterio.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Cerca dei siti web e degli articoli che pensi possano prestarsi a un link building efficace.



L'importanza di creare rapporti con gli utenti



17

Dedichiamo una lezione per sottolineare l'enorme importanza di interagire con i tuoi utenti al fine di creare un blog di successo.

Una verità che ho imparato lavorando sul Web, è che gli utenti sono l'ossigeno per tutto ciò che farai online. Sono loro il vero fattore di successo del tuo blog. Il traffico è ciò che determina se un sito può decollare o è destinato a rimanere a terra, ma non solo: dai tuoi visitatori puoi ricevere degli spunti fondamentali per migliorare quello che stai facendo e ottenere così ancora più successo.

Tutto sta nel dargli la possibilità di comunicare con te e nel saperli ascoltare. Per questo devi sforzarti di creare un rapporto solido con loro e di coltivarlo costantemente. Vedremo come farlo nella prossima lezione, ma adesso focalizziamoci su ciò che puoi ottenere tenendoti sempre in contatto con i tuoi utenti.

QUALI SONO I VANTAGGI DI INTERAGIRE CON I TUOI UTENTI?

1. Aumentare la popolarità e l'autorevolezza del blog

Be', innanzitutto avere tanti utenti significa poter esibire un blog vivo e

attivo: un aspetto fondamentale quando si tratta di attirare nuovo traffico. Infatti, non c'è niente di più alienante di entrare in un sito deserto, perché puoi essere certo che nella mente di chi lo visita scatta l'associazione "sito fantasma = scarsa qualità". Le persone tendono a seguire gli altri: vanno nella direzione più affollata.

Rispondi sempre ai commenti e fallo con risposte che possono innescare di nuovi. La tua interazione è il carburante che può tenere in vita le discussioni e lo scambio di opinioni. In questo modo riuscirai a costruire una comunità di utenti affezionati che manterranno sempre vivo l'interesse attorno ai tuoi contenuti.

2. Ricevere feedback

Le opinioni dei tuoi utenti sono l'unità di misura più adatta a valutare la performance del tuo sito e degli articoli del tuo blog. Per questo devi sempre prestare attenzione ai feedback che ti lasciano e affrontarli in modo costruttivo. Filtra quelli validi con obiettività, rispondi e ringrazia. Se i tuoi utenti hanno trovato il tempo per comunicarti la loro opinione, positiva o negativa, il minimo che puoi fare è prenderli in considerazione.

Interagire con gli utenti significa essere sempre aperti alle loro critiche e ai loro complimenti. Utilizza i feedback per

capire quali sono i punti di forza e quelli da migliorare sulla tua piattaforma. Questa è un'attività da fare sempre, tanto all'avvio del tuo blog quanto al top del successo.

3. Guadagnare dei clienti

Se hai intenzione di integrare il tuo blog con un'attività che ti permetta di monetizzare la tua presenza online (o se lo stai già facendo), farti vedere disponibile e presente nei confronti di chi visita il tuo sito è un ottimo modo per assicurarti dei clienti. Le persone preferiscono spendere soldi con qualcuno di cui si possono fidare.

4. Fonte di ispirazione

Può capitare che nei commenti di un tuo articolo (o via email) un utente ti faccia una domanda o una richiesta che si presta perfettamente come spunto per un nuovo contenuto da sviluppare. Ecco perché non devi mai ignorarli.

Questi input sono una parte fondamentale del motore del tuo blog, e ti permettono di mantenere attuali e utili i tuoi post. Come ti ho già detto, un requisito fondamentale di qualsiasi blog di successo è proprio l'essere utile.

5. Trovare nuovi contatti

In una lezione successiva ti parlerò del guest blogging: ebbene, interagire con altri utenti è un ottimo modo per trovare nuovi contatti, alcuni dei quali potrebbero a loro volta avere un blog. Rispondere ai loro commenti e mostrare



la tua competenza su un argomento può essere l'aggancio perfetto per ottenere la possibilità di pubblicare un articolo scritto da te su un sito diverso dal tuo.

6. Arricchimento personale

Non sottovalutare il compito di interagire con i tuoi utenti dal punto di vista umano. Si tratta di un ottimo modo per conoscere molte persone che condividono i tuoi stessi interessi e con cui potrai addirittura coltivare un'amicizia o un rapporto professionale importante. Una partecipazione accesa al tuo blog è anche una grandissima forma di gratificazione.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Osserva su SOS-WordPress e sui tuoi blog preferiti come interagire con gli utenti.



Interagire con gli utenti del tuo Blog



18

Capiti i vantaggi di creare rapporti e interagire con gli utenti, in questa lezione vediamo quali sono i principali strumenti per interagire con loro attraverso il tuo blog.

Ciò che ho spiegato nella lezione sull'importanza di interagire con i tuoi utenti per creare un blog di successo può essere definita come la parte teorica. Adesso però occorre capire come è possibile, in pratica, comunicare con gli utenti e consolidare il rapporto. Infatti esistono diverse risorse sul Web che puoi sfruttare per essere percepito come un admin attivo e interessato a ciò che gli utenti hanno da dire. Cerca di seguire tutte queste strade senza ignorare nemmeno un visitatore.

STRUMENTI PER INTERAGIRE CON GLI UTENTI DEL TUO BLOG

Area Commenti

Qui emerge un errore comune: pensare che l'area commenti sia solo uno spazio riservato agli utenti per commentare un articolo. Sbagliato. L'area commenti è un'ottima piattaforma di comunicazione reciproca, dove lo scambio di idee deve essere sempre incentivato.

Impegnati a rispondere sempre ai

mistersito.com

commenti dei tuoi utenti, che siano domande, complimenti oppure critiche. Questo darà la sensazione di un blog professionale e attivo.

Chat

La Live Chat è uno degli strumenti più utili per gestire e interagire con i tuoi utenti. Innanzitutto ti permette di velocizzare le comunicazioni, rispondendo e facendo delle domande in tempo reale. In secondo luogo viene percepito dall'utente stesso come una garanzia di sicurezza e puntualità.

Esistono diversi plugin per installare un box chat su WordPress, devi solo scegliere quello che si addice di più alle tue esigenze e al tuo blog.

Social Network

In una lezione successiva vedremo come creare la tua pagina su Facebook. Questo e altri canali social sono tasselli fondamentali nell'instaurazione di una comunicazione attenta e coinvolgente con gli utenti di un blog.

Ogni Social Network ha le sue peculiarità, ma in generale Facebook e Twitter sono quelli più diffusi e di uso comune. Assicurati di interagire con gli utenti del tuo blog scrivendo post propositivi e condividendo tutti gli articoli pubblicati

sul sito web. Inoltre, è molto importante che tu inserisca sulle pagine del blog e in ogni articolo i pulsanti social, per dare la possibilità a chi legge di condividere e “likare”.

Email

Le email sono un mezzo utilissimo e che può essere usato in diversi modi. Prima di tutto accertati di inserire un form di contatto o l'indirizzo a cui vuoi essere contattato sulla pagina di contatto (o la homepage, a seconda delle preferenze).

Gli utenti saranno così in grado di scriverti in caso di problemi e osservazioni. Controlla puntualmente la casella di posta e assicurati di rispondere a tutti.

In secondo luogo, puoi iniziare un servizio di newsletter per aggiornare i tuoi utenti sulle ultime novità riguardanti il tuo sito e la nicchia trattata. Vedremo in una lezione successiva come fare.

Sondaggi

Una pratica molto efficace per coinvolgere gli utenti consiste nel creare dei sondaggi su argomenti inerenti alla tua nicchia. Prima di tutto mostri ai visitatori che ti interessa la loro opinione, e in secondo luogo li fai sentire parte del sito, in quanto stanno lasciando il loro segno. Assicurati di scegliere sondaggi interessanti e originali, che diano luogo a discussione.

Le Pagine del Tuo Blog

Proprio così, anche il contenuto delle pagine web stesse può essere sfruttato per interagire con i tuoi utenti. In fondo si tratta proprio della vetrina della tua attività, nonché la prima cosa che i visitatori vedono. Ancora prima di leggere gli articoli o iscriversi alla mailing-list.

Puoi creare dei riquadri pop-up che diano il benvenuto ai tuoi utenti oppure che li aiutino a orientarsi nel sito. In alternativa è molto importante inserire delle CTA

(call to action) qua e là nel sito, invitando chi lo visita a fare qualcosa, come per esempio leggere i tuoi ultimi articoli, iscriversi oppure contattarti via chat per chiedere una consulenza.

Forum

Il caro e vecchio forum. Chi bazzica il Web da qualche anno ricorderà che proprio i forum sono stati una delle prime forme “social” ad apparire sul Web. Ma sbagli se credi che si siano estinti. Un forum ben tenuto può essere un modo molto coinvolgente per scambiare opinioni con i tuoi utenti e creare discussioni epiche.



FAI QUESTI ESERCIZI

1. Inserisci un box chat sul tuo sito.



Creare una fanpage su Facebook



19

In questa lezione ti spiego quali sono i vantaggi di creare una pagina Facebook per il proprio sito web.

Facebook è il social network più popolare del web e in quanto tale si presta a essere anche un'ottima vetrina per la tua attività. Per questo ormai tutti i siti web di successo hanno la propria pagina Facebook: e lo stesso dovrebbe valere per il tuo blog.

A COSA SERVE UNA PAGINA FACEBOOK PER IL PROPRIO SITO WEB?

Condividere

Innanzitutto la pagina Facebook è la piattaforma ideale per condividere tutti gli articoli e i contenuti pubblicati sul tuo blog. Questo ti permette di raggiungere gli utenti e fargli sapere che hai scritto qualcosa di nuovo: può darsi infatti che non visitino il tuo blog tutti i giorni, mentre su Facebook si collegano di sicuro anche più volte nella stessa giornata.

Aggiornare

La pagina di Facebook è un ottimo mezzo per comunicare eventuali novità relative al tuo sito web e alla tua attività. Sei stato menzionato da qualche sito? Sei protagonista di una collaborazione con

un altro blog? Sta per uscire un tuo video corso? Se hai un annuncio di qualsiasi natura, un post su Facebook è il modo per farlo arrivare a tutti i tuoi utenti.

Informare

Non è detto che tu debba limitarti a condividere solo i contenuti pubblicati sul tuo blog. Puoi usare la pagina di Facebook per postare notizie interessanti sulla tua nicchia, oppure un articolo scritto su un altro blog che possa interessare i tuoi utenti. Questo non solo genera traffico sulla tua fanpage – e quindi sul tuo blog – ma fa vedere che ti tieni aggiornato su quell'argomento e che quindi sei una fonte attendibile da visitare.

Socializzare

Abbiamo visto in una lezione precedente l'importanza di mantenere vivo il rapporto con i tuoi utenti. Quale mezzo migliore del social network che usano di più? Interagisci nei commenti alle tue condivisioni e accompagna ogni link e post su Facebook con una descrizione che si rivolga ai tuoi utenti in modo da coinvolgerli.

Contattare

Creare una pagina Facebook, infine, non

serve solo ad aumentare il tuo traffico, ma anche ad arricchire i tuoi contatti. I motivi per cui è importante farlo sono tanti. Ad esempio per creare una lista di newsletter, a cui inviare promozioni e notizie relative al tuo blog. Infatti ottenere tanti contatti su Facebook significa che più persone saranno aggiornate sulla tua attività: e questo è sempre un bene.

COME PROMUOVERE LA TUA PAGINA FACEBOOK

Sembrerà paradossale, ma anche la pagina che usi per promuovere i tuoi contenuti ha bisogno di pubblicità.

Comincia con l'invitare i tuoi contatti direttamente da Facebook (con l'opzione apposita), così da creare facilmente un numero di Like che dia prestigio alla tua pagina.

In secondo luogo, invia un'email agli utenti registrati sul tuo sito per metterli al corrente dell'esistenza della fan page.

Valuta infine la possibilità di promuovere a pagamento la tua pagina direttamente su Facebook. Esiste infatti una funzione con tariffe diverse a seconda del traffico previsto, in modo da garantire una certa visibilità.

COME GESTIRE LA PAGINA DI FACEBOOK

Come ogni altro aspetto del tuo sito web, anche la pagina Facebook ha bisogno di manutenzione.

Cerca di essere costante nella condivisione di articoli e contenuti interessanti, che siano interni al tuo sito o esterni. Assicurati però di trovare il giusto equilibrio: una pagina con pochi post è percepita come abbandonata e poco professionale, una pagina con troppe pubblicazioni può infastidire i tuoi utenti rischiando che tolgano il Like.

Condividi solo contenuti pertinenti all'argomento trattato dal tuo blog e sempre in un'ottica professionale e costruttiva. Ricorda: non è la tua pagina personale, ma la vetrina del tuo sito web. Accompagna ciascuna condivisione con un'introduzione testuale accattivante e scegli l'immagine principale dell'articolo anche in modo che sia interessante su Facebook.

Investi nella tua pagina Facebook la stessa energia che metti nel gestire il resto del blog e trasmetti la passione che provi per l'argomento: l'entusiasmo è contagioso.

Puoi vedere due esempi di pagina Facebook visitando la nostra pagina ufficiale e la pagina dei Nomadi Digitali, che vi dedicano una cura ammirevole.

Vista la pagina Facebook di SOS-WordPress: <https://www.facebook.com/SOSWordPress>

Vista la pagina Facebook dei Nomadi Digitali: <https://www.facebook.com/nomadidigitali>

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Crea la tua pagina Facebook.
2. Studia i link qui sopra come possibili modelli e inizia a gestire la tua pagina.



Aumentare il traffico con il guest blogging



20

Come citato nella lezione sull'importanza dell'aspetto social di un sito web, il guest blogging è un'attività che porta molti vantaggi, vediamo quali.

COS'È IL GUEST BLOGGING E COME FUNZIONA

Lo abbiamo già accennato, ma è arrivato il momento di parlarne nel dettaglio: cos'è il guest blogging?

Quando un blogger scrive e pubblica un articolo su un blog diverso dal suo, sta facendo guest blogging. Insomma diventa ospite – “guest” in inglese, appunto – di un sito che non è suo, ma generalmente è connesso alla propria nicchia. Per questo ha senso: implica un vantaggio reciproco, poiché tocca un target che interessa a entrambi i blog.

Certo diventare guest blogger non è una possibilità che si presenta dall'oggi al domani. Prima di tutto devi essere riconosciuto come un'autorità nel tuo campo. Il ché, come abbiamo già visto, significa ottenere un ottimo livello di visibilità e di credibilità. Assicurati di avere diversi articoli all'attivo, in modo da dimostrare anche la tua esperienza e abilità nella scrittura per il web, oltre alla conoscenza di un argomento specifico.

A questo punto devi occuparti di incrementare i contatti nella tua nicchie e

in altre adiacenti. Si tratta del modo più efficace per essere invitato a scrivere un articolo su un blog che non sia il tuo. Per velocizzare questo processo, puoi essere tu il primo a invitare qualcuno a scrivere sul tuo blog, così che possa ricambiare l'offerta. Anche in questo caso, prima è necessario che il tuo blog abbia una discreta visibilità: altrimenti quali benefici otterrebbe il tuo ospite?

I VANTAGGI DEL GUEST BLOGGING

1. Aumentare la visibilità del tuo blog ed espandere il tuo pubblico.

Un tuo articolo su un altro sito è innanzitutto un'ottima pubblicità per te e per il tuo blog. Ti dà la possibilità di essere letto da più persone rispetto a quelle che seguono i tuoi articoli solitamente. Può darsi che alcune di queste non abbiano ancora avuto modo di conoscerti, ma – perché no – è probabile che leggendo il tuo guest post lo apprezzino a tal punto da avere poi la voglia e l'interesse di visitare il tuo blog per approfondire chi sei. E questo ci porta al prossimo vantaggio.

2. Aumentare e generare traffico mirato e di qualità sul blog.

Il guest blogging crea un 'effetto joint venture', ovvero una fusione tra due blog che investe anche l'aspetto utenza. Come abbiamo visto al punto 1, collaborare con altri siti è possibile esporsi a nuovi utenti e quindi portare nuovo traffico sul tuo blog. Ma non un traffico qualunque: traffico di qualità, che significa visitatori che sono realmente interessati ai contenuti che tratti nel tuo blog. Ciò li rende più propensi a passare più tempo sul tuo sito e a tornare.

3. Migliorare la tua reputazione e diventare un'autorità nella nicchia.

Come detto inizialmente, essere invitato come guest blogger significa vedersi riconoscere una certa autorevolezza nel campo in cui operi. Trovandosi davanti un autore che è stato invitato a scrivere su un blog non suo, gli utenti lo identificano come un esperto sull'argomento trattato. Questo naturalmente permette di costruire un'immagine più solida, con molti più sbocchi per monetizzare il tuo blog.

4. Ottenere backlink di qualità e migliorare il tuo livello di SEO.

Tra i vantaggi del guest blogging emerge anche un benefit SEO. Avrai infatti la possibilità di inserire un link al tuo blog (ad esempio nella tua firma), potendo così sfruttare il vantaggio SEO del backlinking che abbiamo già spiegato. In alcuni casi il sito che ospita crea addirittura una pagina dedicata ai singoli guest blogger ricorrenti, come è successo a me su i Nomadi Digitali. La mia esperienza da blogger a guest blogger

Proprio così: anche il sottoscritto a un certo punto è diventato guest blogger. Infatti, può darsi che proprio tu, o altri che stanno leggendo questa guida, mi

abbiate scovato seguendo il backlink da un altro blog.

Questo passaggio è avvenuto in modo organico, proprio come ti ho spiegato. Prima c'è stato il lavoro e l'ottimizzazione del mio blog, poi è seguito il successo, e così mi è stato chiesto di pubblicare saltuariamente degli articoli sul sito dei Nomadi Digitali.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Guarda i miei guest post sul blog dei Nomadi Digitali.
2. Cerca qualche blog a cui in futuro potresti proporre una collaborazione di questo tipo.



L'importanza della Newsletter



21

Abbiamo già accennato alla creazione di una lista newsletter, ma vediamo nel dettaglio di cosa si tratta e perché è così importante.

PERCHÉ COSTRUIRE UNA LISTA DI CONTATTI

Per creare un blog di successo è necessario ottenere un asset, ovvero un insieme di risorse tale da mantenere in vita il tuo sito web e renderlo costantemente produttivo e scalabile. Costruire la tua lista di contatti significa proprio lavorare su questo asset, in quanto sono una risorsa che ti porterà ad accrescere sempre di più la tua attività.

In altre parole devi costruire e ampliare il più possibile la mailing list del tuo blog. La "lista di una newsletter" è l'insieme degli utenti che hanno dato il proprio consenso a essere contattati e di cui tu adesso hai l'indirizzo email. Si parla infatti di Permission Marketing, ovvero di chiedere all'utente il permesso di contattarlo per scopi commerciali e legati all'attività del tuo blog.

Poniamo il caso che un domani Google decida di ribaltare completamente le carte in tavola: a questo punto l'elemento SEO non basterebbe più a garantire il traffico sul tuo sito. Per creare un blog di successo è dunque necessario assicurarsi un 'patrimonio' di contatti che garantisca

un traffico costante sul tuo sito web. In questo modo, a prescindere dalle circostanze, sei sicuro di raggiungere tu stesso un bacino di utenti regolari. L'importanza di avere una newsletter

Come avrai capito a questo punto, ogni sito attivo nel pubblicare contenuti originali e interessanti dovrebbe avere un servizio di newsletter. Incluso il tuo blog.

Perché? Innanzitutto si tratta di informare gli utenti sulle attività riguardanti il tuo blog per dargli modo di essere sempre aggiornati sui contenuti pubblicati e su eventuali novità. Non ha senso non promuovere tutto il duro lavoro che hai svolto, e se ti hanno dato il consenso vuol dire che sono interessati a quello che fai ed è giusto – e produttivo – accontentarli.

Si tratta anche di un modo per far vedere quanto attivo è il tuo blog: avere una newsletter che raggiunge costantemente i tuoi utenti significa non essere mai dimenticato, come capita invece ai siti web inattivi. Vedilo anche come un promemoria dell'esistenza del tuo blog.

Ma vediamo nel dettaglio 7 motivi per cui devi creare una newsletter sul tuo blog: a patto, ovviamente, che sia informativa e di qualità.



7 MOTIVI PER CREARE UNA NEWSLETTER SUL TUO BLOG

Una newsletter scritta e impaginata bene:

1. Genera traffico sul tuo blog, e generalmente si tratta di utenti genuinamente interessati ai tuoi contenuti (altrimenti perché cliccare?).
2. È uno dei modi più efficaci per rimanere in contatto con i tuoi utenti, così da non fargli dimenticare del tuo blog.
3. Aumenta la professionalità del tuo blog, suggerendo che stai investendo tutto il tempo necessario.
4. Si tratta di un efficace mezzo di comunicazione e promozione, a costo quasi nullo: ideale in caso volessi iniziare a vendere dei prodotti o servizi, come ad esempio un e-book.
5. Offre risultati immediatamente rintracciabili, che ti permettono di verificarne l'efficacia (ed eventualmente aggiustare il tiro).
6. Aggiorna chi la riceve riguardo alle novità del tuo blog e a quello che stai pubblicando.
7. Convoglia i tuoi sforzi di marketing, dandoti la possibilità di dare visibilità a pubblicazioni, corsi, promozioni, ecc.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Inizia a costruire una lista di contatti sul tuo blog.





Hai compreso l'importanza di avere una lista contatti? Vediamo adesso quali sono i migliori strumenti per creare una newsletter e promuoverla sul tuo sito web.

CREARE UNA NEWSLETTER IN MODO FACILE E VELOCE

Fortunatamente esistono dei siti web che permettono di creare newsletter di qualità con un ottimo impatto visivo. Ma soprattutto offrono la possibilità di farlo in modo facile e veloce, senza bisogno di conoscenze tecniche.

Ecco i 5 migliori siti web per creare newsletter:

MailChimp

Con 2000 iscritti e 12.000 email al mese, si tratta di una delle piattaforme più popolari tra i blogger di successo. Permette infatti di creare e gestire newsletter con estrema facilità grazie alla sua interfaccia user-friendly.

Pro di MailChimp:

- Newsletter con design personalizzato
- Statistiche sul successo delle newsletter (sottoscrizioni, in quanti l'hanno aperta, ecc.)
- Possibilità di impostare autoresponder

AWeber

Aweber è un altro primo della classe quando si tratta di creare newsletter con semplicità e ottenere ottimi risultati. Proprio per questo è una scelta molto diffusa tra marketers del web, che lo consigliano appassionatamente.

Pro di AWeber:

- Interfaccia semplice
- Seminari-web di supporto live per imparare a usarlo
- Ottime statistiche

IContact

Si tratta di un ottimo strumento di marketing che permette di creare campagne email efficienti e complete. IContact si impegna ad andare incontro ai suoi utenti per facilitare il compito di creare newsletter di qualità con una certa frequenza.

Pro di IContact:

- Sistema di controllo antispam
- Penalizzazione con template e editor per l'HTML
- Possibilità di gestire le campagne di email marketing anche sui canali social

GetResponse

Se vuoi migliorare il risultato delle tue newsletter GetResponse è un'ottima soluzione. Puoi creare velocemente email contenenti immagini, video e bottoni social.

Pro di GetResponse:

- Newsletter con video, immagini, sondaggi e bottoni social
- Creazione gruppi di iscritti
- Design pulito e moderno

ConstantContact

Attraverso ConstantContact puoi creare e monitorare campagne email in modo semplice. Numerosi template e l'editor ti permettono di personalizzare la newsletter secondo lo stile che più si addice al tuo sito.

Pro di ConstantContact:

- Tracciare dati in tempo reale
- Comandi intuitivi come il drag&drop
- Controllo sullo Spam

PROMUOVERE LA NEWSLETTER SUL TUO BLOG

Creare la newsletter del tuo blog non basta: devi anche proporla ai tuoi utenti e invitarli a sottoscrivere.

Esistono diversi modi per farlo. Primo fra tutti il form di registrazione. Assicurati di inserire questo elemento in una parte efficace del tuo sito web, così da attirare chi visita il blog a iscriversi alla newsletter.

Per non sbagliare, utilizza uno dei plugin di form newsletter per WordPress. Ce ne sono per tutti i gusti e renderanno la tua vita molto più semplice.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Iscriviti a un sito per creare la tua newsletter.
2. Installa sul tuo blog un plugin di adesione alla newsletter.



Promuovere i tuoi post con Facebook



23

In questa lezione ti spiego come fare per promuovere i tuoi articoli con Facebook a pagamento.

Come già detto nelle lezioni precedenti, Facebook è un'ottima vetrina su cui condividere i tuoi articoli appena pubblicati: è il social network più popolare in Italia e rende possibile ottenere una visibilità notevole.

Ecco perché ti ho fatto creare la fanpage Facebook del tuo blog. Adesso si tratta di sfruttarne appieno il potenziale e di dare ai tuoi post quella spintarella in più.

Infatti dare rilevanza ai post di Facebook non più facile come una volta. Prima di tutto a causa del sempre maggiore uso da parte degli utenti (che con tutti i like lasciati hanno la bacheca intasata) e della crescente pubblicità che ruba la scena ai post normali. In secondo luogo, recentemente il social network ha cambiato le regole in tavola, così da assicurare contenuti di qualità più alta ai suoi utenti. Una scelta comprensibile: considerando che ormai qualsiasi azienda ha una fanpage, rendere il gioco facile per tutti significherebbe sommergere la bacheca degli utenti di pubblicità.

PERCHÉ PROMUOVERE GLI ARTICOLI DI UN BLOG SU FACEBOOK A PAGAMENTO

Come si suol dire: se non puoi combatterli, unisciti a loro. Proprio quella pubblicità che ha causato il problema può essere la soluzione, basta adottarla come strategia di promozione dei tuoi articoli.

Facebook offre una funzione di promozione di una pagina o un post, che si articola in diverse tariffe a seconda del volume di traffico generato previsto. Stiamo parlando sì di uno strumento a pagamento, ma dotato anche di una flessibilità che si addice a tutte le tasche, in quanto ti lascia decidere a priori quanto vuoi spendere.

Per capire meglio questa elasticità, ti faccio un esempio. Recentemente ho deciso di pubblicizzare su Facebook un articolo che ho pubblicato sul blog del mio sito SOS WordPress. Inizialmente sono partito dalla tariffa di 4 euro e ho aspettato di vedere il risultato. Perché spendere di più quando non sei sicuro? Da lì a breve, però, si è verificato un chiaro aumento di traffico sul sito. A questo punto sono passato a una tariffa più alta, registrando nuovamente un successo. Così ho continuato ad aumentare, via via fino ad arrivare a 100 euro con ottimi risultati.

Ti ho raccontato questa mia esperienza perché in molti – specialmente chi ha appena avviato un blog – si spaventano

sentendo parlare di pubblicità a pagamento. In realtà si può benissimo trattare di un piccolo investimento iniziale: prova con la tariffa più bassa e osserva l'andamento del tuo blog. Se riscontri un risultato positivo puoi continuare a promuovere i tuoi articoli con Facebook a pagamento, proprio come ho fatto io.

Certo il target non è mirato come nel caso di una campagna ad hoc, ma è tutto traffico che puoi convertire.

Procedere per passaggi successivi, partendo solo da una piccola cifra, ti permetterà di testare l'effettivo beneficio della pubblicità su Facebook e tarare i tuoi obiettivi di conseguenza.

Come funziona Facebook Ads

Una volta collegato a Facebook Ads, clicca su Create an Advert. Il primo passaggio consiste nello scegliere l'obiettivo della tua pubblicità su Facebook tra quelli elencati. Ad esempio se vuoi spingere i tuoi post, promuovere la tua fanpage, aumentare le conversioni oppure aumentare il traffico sul tuo blog.

Scelto l'obiettivo, è il momento di entrare nella parte di strategia. Innanzitutto Facebook Ads ti lascia decidere qual è il target che vuoi raggiungere, in termini di collocazione geografica, età, genere, lingua e interessi. Si tratta di un aspetto molto importante, che devi pensare attentamente in modo da ottimizzare la tua pubblicità e massimizzare il tuo investimento.

Poi devi fissare il tuo budget giornaliero, ovvero la tariffa che intendi spendere con la tua pubblicità. Come detto sopra, inizia dal minimo (4 euro) e vedi come va. Qui puoi anche scegliere quando mostrare la pubblicità, pensando alle abitudini del tuo target.

Infine devi personalizzare l'aspetto dell'annuncio, scegliendo il formato e quali immagine + testo utilizzare.

Fatto tutto ciò, conferma. Adesso il tuo blog è pubblicizzato su Facebook.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Consulta le tariffe di Facebook.
2. Se te la senti, prova a promuovere un tuo articolo.



Come guadagnare con il tuo sito web

24



Creare un blog di successo significa riuscire a ottenere dei risultati concreti. In questa lezione vediamo 10 modi per guadagnare un sito web.

A questo punto del corso il tuo blog dovrebbe avere già le sembianze di un sito completo e equipaggiato di tutti gli strumenti necessari per poterlo trasformare in guadagno. Esistono diversi modi per monetizzare un blog di successo e noi vediamo i più efficaci:

1. Diventa Freemium

Un blog freemium è un ibrido tra un blog gratuito (Free) e uno a pagamento (Premium). Significa che la maggior parte dei tuoi contenuti sono a disposizione dei visitatori gratuitamente, mentre per accedere ad altri (in genere più specifici e mirati a un target professionale/settoriale) è necessario iscriversi versando una quota.

2. Crea e vendi eBook

Raccogli i tuoi contenuti più interessanti, originali e utili al fine di creare un eBook scaricabile a pagamento dal tuo sito web. Si tratta di un ottimo modo per guadagnare soldi e autorevolezza producendo materiale di qualità che sarà di aiuto a molti.

3. Vendi tutorial e corsi

Attraverso il tuo blog puoi tenere dei tutorial o dei corsi utili per i tuoi utenti. A seconda di quella che è la tua nicchia, scegli un obiettivo e aiuta le persone a raggiungerlo. I tutorial possono essere in formato scritto, video oppure ebook.



4. Fai consulenza online

Una volta affermata la tua autorevolezza, puoi 'affittare' a persone o aziende le tue competenze nel campo attorno a cui verte il tema del tuo blog. Potrai quindi lavorare come consulente, sfruttando a meglio la tua visibilità online.

5. Consenti articoli promozionali

Puoi monetizzare il tuo blog aiutando altri siti web a fare lo stesso. Puoi citare l'e-commerce di un altro sito in uno dei tuoi articoli, oppure scrivere a pagamento dei contenuti ad hoc e delle recensioni per un certo prodotto o servizio.

Attenzione però: è fondamentale promuovere solo siti e servizi di qualità. Farsi portavoce ed essere associato a un prodotto scadente, che può deludere o addirittura danneggiare i tuoi utenti, è un suicidio professionale (oltre che eticamente discutibile).

6. Guadagna con la pubblicità

Esistono molti programmi di pubblicità pay-per-click che possono aiutarti a monetizzare il tuo blog, di cui il più semplice e famoso è Google AdSense.

7. Guadagna con le affiliazioni

Anche in questo caso, sono molte le aziende che offrono programmi di affiliazione che ti permettono di guadagnare con un blog. L'esempio più celebre è Amazon Associates.

8. Vendi spazi pubblicitari mirati

Non parliamo dei cartelloni che vedi per strada, ma di spazio utile del tuo sito web che può essere venduto direttamente a chi vuole pubblicizzare un prodotto o servizio.

9. Promuovi Libri e Infoprodotti

Puoi monetizzare il tuo blog promuovendo libri e infoprodotti che rientrano nella tua nicchia. Si tratta di una pubblicità mirata che molto probabilmente interesserà i tuoi visitatori: proprio per questo può essere addirittura vista come un servizio anziché un disturbo.

10. Diventa un e-commerce

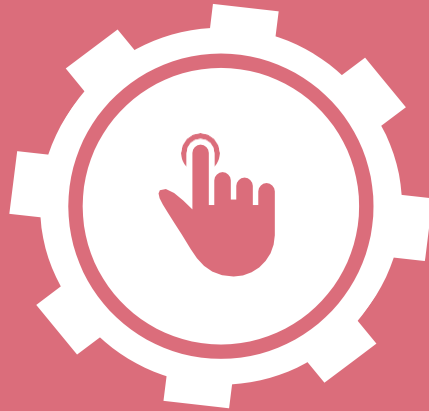
Una volta raggiunto il successo, puoi diventare tu stesso rivenditore: da prodotti e merchandise a servizi utili per i tuoi utenti.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Individua dei metodi per monetizzare con un blog che si addicano alla tua nicchia.



AB Split testing e Conversion Marketing



25

Approfittiamo di questa lezione per vedere come aumentare le conversioni sul tuo blog e per capire cosa è l'AB Split testing.

Il conversion marketing è una pratica di marketing molto diffusa nel mondo dell'e-commerce e consiste nell'aumentare il numero di "click" (cd. conversioni) effettuati all'interno del proprio sito. Quale che sia la finalità del click, il ragionamento è che un utente che fa qualcosa sul nostro sito (ovvero sfoglia i contenuti e clicca) è meglio di un utente che entra ed esce senza far nulla.

A COSA SERVE IL CONVERSION MARKETING

Come si misura il tasso di "conversione" e quindi l'efficacia del conversion marketing? Molto semplice: basta dividere il numero di utenti che hanno cliccato almeno una volta per il numero di utenti che ha visitato il nostro sito.

A differenza di altre pratiche che si concentrano nell'aumentare il traffico verso il proprio sito, il conversion marketing si occupa di monetizzare il traffico che già c'è: come avere una strada e trovare un modo intelligente di far pagare il pedaggio.

Facciamo un esempio pratico. Il nostro sito registra un calo di traffico del 30%,

mistersito.com

in una parola: PANICO! In questi casi, al di là di ripristinare il traffico, è essenziale assicurarsi che il restante 70% di traffico sia stabile e redditizio. Ecco entrare in azione il conversion marketing.

Come aumentare le conversioni con il conversion marketing

Fondamentalmente, si tratta di ottimizzare l'esperienza del cliente. Si inizia con il ristrutturare il design del sito al fine di renderlo:

- **intuitivo**, per non scoraggiare l'utente dandogli la possibilità di orientarsi immediatamente senza sforzo;
- **accattivante**, per catturare l'attenzione di chi visita il sito per la prima volta – e non solo – e per dare ai contenuti la giusta rilevanza;
- **interattivo**, per convertire l'attenzione dell'utente in qualcosa di più, in modo che clicchi dove vogliamo;
- **responsive**, così che possa essere visualizzato correttamente su qualsiasi dispositivo, mobile o no.

Dopo di che, bisogna spingere gli strumenti di analytics al massimo: dobbiamo essere in grado di stabilire – in tempo reale – se l'utente interagisce con il nostro sito oppure no. Appena registriamo il primo tentennamento,



example.com/a.html

22%
CONVERSION

stimoliamo l'utente per riconquistarci la sua attenzione.

AB TESTING: COS'È E COME FUNZIONA

Tra le tante strategie che possiamo mettere in atto nel conversion marketing, una è costituita dal così detto AB testing. È un modo semplice di testare l'efficacia di alcune possibili modifiche alle pagine web del tuo blog rispetto all'aspetto già utilizzato. In pratica mostra – casualmente – ai tuoi visitatori più versioni della stessa pagina, permettendoti di analizzare il loro comportamento in base a quello che hanno visualizzato.

Il fine è quello di verificare quale delle due o più strade ha l'effetto più positivo per generare traffico o convincere gli utenti a cliccare su un determinato pulsante. Per questo si parla di "AB".

Capiamo meglio di cosa si tratta con un esempio: leggendo il giornale, ti sei mai soffermato sull'importanza dei titoli? La maggior parte delle volte decidiamo se leggere un articolo o meno in base al suo titolo. Come abbiamo già detto, per i siti



example.com/b.html

52%
CONVERSION

vale lo stesso discorso.

E se avessimo la possibilità di testare l'efficacia di due titoli per capire qual è quello più accattivante? Ecco, l'AB testing è lo strumento di WordPress che si occupa proprio di questo. Perché rischiare? Molto meglio andare sul sicuro verificando l'efficacia di tutte le possibilità percorribili.

Vuoi capire sapere come fare un AB Split Testing? **Contatta SOS-WordPress** per avere tutto il supporto che ti serve.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Analizza il tuo blog in un'ottica di conversion marketing.



Aumentare le vendite con la chat sul tuo sito



26

In questa lezione vediamo come aumentare le vendite di un sito web con la chat.

Abbiamo già detto quanto sia importante la chat come mezzo di contatto con gli utenti, ma può anche essere un ottimo strumento di vendita e di guadagno indiretto. Perché? Prima di tutto è una questione di accessibilità: più sono i visitatori con cui sei in contatto e maggiori sono le possibilità di vendita. Ma i motivi sono anche altri, che adesso vediamo nel dettaglio.

PERCHÉ INSTALLARE UNA CHAT SUL TUO BLOG

#1 è il modo più veloce e conveniente per essere contattato dai tuoi utenti direttamente sul blog.

Proprio così, la chat non richiede né tempi di risposta dilatati, come



per esempio un'email o un ticket di assistenza, né alcun costo, diversamente dal contatto telefonico. Per questo è un mezzo amato dagli utenti, che con un paio di click possono mettersi in contatto con te.

#2 riduce le spese di supporto e assistenza del tuo sito web.

Il servizio di assistenza non è solo una spesa (sia in termini di costi che di tempo) per gli utenti, ma anche e soprattutto per te. A differenza del supporto telefonico, ad esempio, la chat permette all'operatore di seguire anche più di una persona alla volta. Naturalmente minore è il tempo passato ad assistere i clienti, minore è il costo del supporto per chi presta il servizio.

#3 dà un aspetto professionale al tuo blog.

Più è immediato il supporto o l'assistenza che i visitatori si trovano davanti, più alta sarà la loro percezione del tuo blog in termini di professionalità. Se un utente ha un problema con il tuo sito o con un tuo prodotto, vuole risolverlo il più velocemente possibile e con il minore sforzo da parte sua. La possibilità di contattarti immediatamente via chat e di essere seguito in tempo reale lo accontenta.

#4 permette di avere un vantaggio sulla concorrenza.

La chat è una soluzione certa quando si tratta di guadagnare punti sulla concorrenza. Infatti non tutti i siti offrono questo servizio, e quindi è ancora percepito come un plus valore o addirittura un optional.

LEGGI LA LISTA DELLA CHAT PIÙ USATE PER WORDPRESS.

Esistono numerosi plugin chat per WordPress, sia gratis che a pagamento. Su CodeCanyon.net i trovi una lista molto utile delle chat premium più acquistate. Si tratta di capire quella che si addice di più al tuo blog per stile e per funzionalità.

Tra queste vediamo due delle più popolari, che rappresentano un efficace modo per mantenere un contatto immediato con i tuoi utenti.

LiveChat

Un ottimo software in grado di trasformare i tuoi visitatori in clienti a tutti gli effetti. Grazie a questo plugin sarai infatti in grado di monitorare le pagine visualizzate dai tuoi utenti, le parole chiave più usate nella ricerca e il traffico del tuo sito web.

Olark

Una chat ideale per il lavoro di squadra e perfettamente compatibile con il tuo dispositivo portatile. Il servizio prevede infatti un utilizzo multiplo da parte di più operatori così da garantire ai tuoi utenti la massima assistenza. Personalizzabile e immediato, Olark ti permette di monitorare i tuoi potenziali clienti.

Se decidi di installare una chat, ricorda la regola più importante: nel momento in cui è attiva, devi essere sempre reperibile immediatamente. Altrimenti non ha senso metterla e, anzi, avrà l'effetto opposto, creando malcontento.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Installa un plugin chat sul tuo blog e inizia a monitorare le tue visite.



I 100 migliori Plugin per WordPress



27

Lavorando con WordPress da diversi anni ho avuto modo di testare centinaia di plugin. Alcuni degli strumenti gratuiti disponibili sul sito ufficiale WordPress sono veramente fantastici, mentre altri lasciano a desiderare. Ecco perché ho deciso di inserire tra le lezioni la mia guida ai 100 plugin migliori per WordPress.

Allo stesso modo, mentre alcuni plugin per WordPress a pagamento rispecchiano senza dubbio il loro costo, altri sono del tutto inutili.

Con il grande numero di plugin disponibili – se ne contano oltre 33mila – è però difficile scegliere a colpo sicuro quelli migliori.

Come regola generale, ti consiglio di installare sul tuo sito solo i plugin che sono strettamente necessari: usarne

più di 15 potrebbe rallentare in modo significativo il caricamento delle tue pagine sul web.

Allo stesso modo, molti plugin (soprattutto se non sono di qualità e sempre aggiornati) possono generare problemi di compatibilità o, ancora peggio, di sicurezza.

Vediamo, dunque, la lista di quelli che sono secondo me i 100 migliori plugin per WordPress.

SEO

La prima sezione di questa guida sui 100 migliori plugin per WordPress riguarda proprio i plugin SEO. Fare SEO nel modo corretto è essenziale per avere un sito web di successo ed usando uno degli gli strumenti elencati di seguito andrai sul sicuro.



1. WordPress SEO by Yoast

Questo è in assoluto il plugin migliore per ottimizzare articoli e pagine su WordPress. Ha moltissime funzionalità (genera anche le sitemap) e soddisferà il 90% delle tue esigenze in materia di SEO. Lo usiamo pure noi ed abbiamo pubblicato una guida qui.

2. All In One SEO Pack

Molto simile al plugin di Yoast, questo è uno strumento SEO multifunzionale. Ecco alcuni articoli che abbiamo scritto a riguardo: Configurare All in One SEO Pack Sul Tuo Sito in WordPress ed anche SEO by Yoast o All In One SEO: quale scegliere?.

3. SEO Friendly Images

Questo è uno strumento fantastico per ottimizzare le immagini sul tuo sito WordPress. Infatti, completa automaticamente i campi ALT tag e Title quando te ne dimentichi o non hai voglia di farlo.

4. Google XML Sitemaps

In assoluto lo strumento migliore per generare automaticamente una sitemap del tuo sito WordPress e mandarla ai motori di ricerca. Se stai usando SEO By Yoast però non ne hai bisogno in quanto questa funzionalità è inclusa.

5. All In One Webmaster

Una buona alternativa a Google XML Sitemaps per generare sitemap, anche con qualche funzionalità in più.

AUMENTARE LA VELOCITÀ DEL SITO

Vediamo ora i migliori strumenti per migliorare la velocità e le prestazioni generali del tuo sito web. Ti consiglio di leggere questa sezione con attenzione. Un sito veloce permette, infatti, di ritenere più utenti, aumentare le conversioni e avere anche un migliore posizionamento sui motori di ricerca.

6. WP Super Cache

Questo plugin serve a creare una copia cache del tuo sito web, che sarà quindi visualizzata ai tuoi utenti. Usare copie cache delle pagine permette di caricare i contenuti molto più velocemente. Ecco qui La Guida a WP Super Cache Per Migliorare Il Tempo di Caricamento del Tuo Sito.

7. W3 Total Cache

W3 Total Cache è un'ottima alternativa a WP Super Cache, con diverse funzionalità utili.

8. WP-Optimize

Uno strumento molto utile per pulire il tuo DB, per esempio, rimuovendo in modo definitivo commenti cestinati e vecchie revisioni dei post.

9. WP-DBManager

Il plugin completo per la gestione del database: usalo per pulire il tuo db, fare backup, ripristinarli, eccetera.



10. BJ Lazy Load

Usando BJ Lazy Load, potrai fare in modo che i contenuti delle tue pagine che sono molto pesanti (come le immagini) vengano caricati solo quando stanno per essere visualizzati dall'utente. In questo modo, non bloccheranno la visualizzazione di tutta la pagina.

MANUTENZIONE

Continuiamo con i migliori plugin per WordPress per mettere il tuo sito in manutenzione. Senza dubbio, prima o poi avrai bisogno di lavorare sul tuo sito e bloccare l'accesso agli utenti per qualche minuto, ora o giorno. Questi sono gli strumenti che fanno perte.

11. WP Maintenance Mode

Questo è uno dei plugin in assoluto più popolari per mettere il tuo sito in manutenzione. Potrai usarlo per creare una schermata del tutto personalizzata, con modulo di contatto, link ai social, form di iscrizione alla newsletter o addirittura un orologio con il countdown.

12. Coming Soon / Maintenance mode Ready!

Un'ottima alternativa a WP Maintenance Mode con grafiche pre-impostate dall'aspetto molto professionale.

13. Ultimate Maintenance Mode

Questo è un plugin molto interessante. Infatti, potrai aggiungere sullo sfondo

della pagina di manutenzione uno screenshot del tuo sito (visibile in trasparenza), che fungerà da anteprima per gli utenti.

NAVIGABILITÀ E USABILITÀ

In questa sezione troverai dei plugin molto utili per migliorare la navigazione all'interno del sito e dare massima visibilità ai tuoi contenuti.

Ricorda che uno dei tuoi obiettivi deve essere quello di far trattenere gli utenti sul tuo sito il più a lungo possibile. Questo ti aiuterà anche con il posizionamento su Google.

Permettere ai tuoi utenti di navigare con facilità da un contenuto all'altro, è quindi un aspetto da non sottovalutare.

14. Breadcrumb NavXT

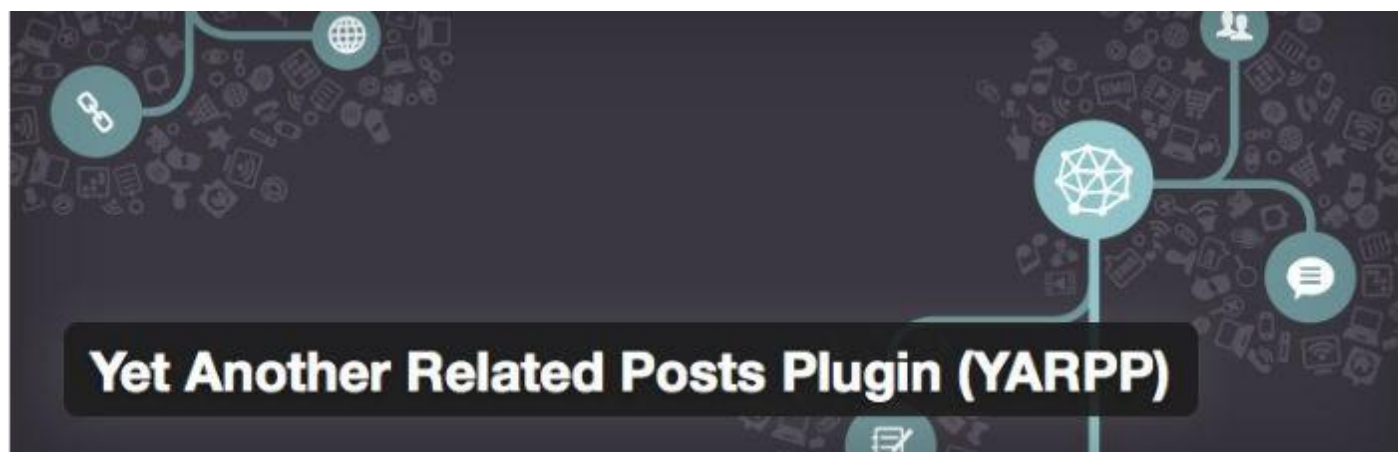
Questo plugin serve a far apparire le breadcrumb (cioè, le "briciole di pane") all'interno delle tue pagine. In questo modo, gli utenti sapranno esattamente dove si trovano e capiranno senza difficoltà la struttura del tuo sito.

15. Yet Another Related Posts Plugin (YARPP)

Per far sì che gli utenti restino più a lungo sul tuo sito, mostra loro contenuti correlati in fondo alle tue pagine.

16. nRelate Related Content

Un altro plugin molto valido per mostrare



contenuti correlati.

17. Special Recent Posts

Questo plugin serve ad aggiungere sulla sidebar un widget con le anteprime dei tuoi ultimi post, completo di thumbnail.

18. List category posts

Vuoi mostrare una lista dei tuoi post appartenenti ad una singola categoria? Questo è lo strumento che fa per te. Usa List Category Posts per creare liste di post ed aggiungerle su pagine e post tramite shortcode.

19. Uber Menu (plugin premium)

Questo è un plugin a pagamento che serve a creare bellissimi mega menu responsive, con immagini, moduli di contatto, mappe, eccetera.

20. WordPress Mobile Pack

Non hai tempo e/o risorse sufficienti per creare una versione mobile o responsive del tuo sito? Rendi i tuoi contenuti perfettamente accessibili anche da smartphone e tablet con questo plugin.

21. WP-PageNavi

Questo strumento ti sarà utile per personalizzare i numeri di navigazione all'interno del tuo blog.

SICUREZZA

Ovviamente, mantenere il tuo sito WordPress in sicurezza è fondamentale. Prova gli strumenti elencati in questa sezione per proteggere i tuoi contenuti da hacker e spammer.

22. Akismet

Il plugin anti-spam per eccellenza: installalo ed attivalo per bloccare commenti indesiderati. Nota: questo plugin è talmente utile, che molti hosting provider lo inseriscono nel pacchetto di installazione di WordPress. Ecco qui un articolo utile per proteggere il tuo sito dallo SPAM.

23. Login Lockdown

Blocca gli hacker limitando l'accesso a chi usa credenziali non corrette con Login LockDown.

24. WordFence Security

Con questo strumento potrai monitorare facilmente lo stato di sicurezza del tuo sito, rendendolo anche più veloce (utilizza un sistema di caching).

25. iThemes Security

Questo è un plugin per mettere il tuo sito in sicurezza con oltre 30 funzionalità.

26. Captcha

Esistono moltissimi plugin per inserire CAPTCHA ed impedire agli spammer



di inviare messaggi automatizzati. Tra questi, Captcha è uno dei più popolari.

27. WP-CopyProtect

Hai notato che i tuoi contenuti vengono copiati e pubblicati altrove? Proteggili con questo plugin.

GESTIONE E MONITORAGGIO

Come sicuramente saprai, avere un sito web richiede molto più lavoro che semplicemente scrivere e pubblicare contenuti. Gli strumenti presentati in questa sezione ti aiuteranno a gestire il tuo sito e a monitorarne la performance in modo più semplice ed automatizzato.

28. Google Analytics by Yoast

Un ottimo plugin per monitorare il traffico sul tuo sito. Oltre ai classici dati di analisi Google, questo strumento ha altre funzionalità interessanti per analizzare la performance del tuo spazio web.

29. Redirection

Questo strumento serve a monitorare gli errori 404 (pagina non trovata) e a gestirli con le ridirezioni 301.

30. Broken Link Checker

Come lo strumento precedente, Broken Link Checker è utile a trovare link rotti.

31. ManageWP (strumento premium)

ManageWP è più che un semplice plugin.

È una vera e propria piattaforma per gestire tutto il tuo sito web: dalla tua bacheca ManageWP, potrai effettuare aggiornamenti, backup, clonare e migrare siti, e altro ancora a seconda del piano che sceglierai. ManageWP è integrato sul tuo sito attraverso il plugin ManageWP Worker.

32. WP-PostViews

Questo plugin serve a tenere il conto di quante volte post e pagine sono stati visualizzati.

33. P3 (Plugin Performance Profiler)

Questo è un plugin veramente molto utile: infatti, ti permette di monitorare l'uso di risorse da parte dei singoli plugin installati sul tuo sito.

BACKUP

Ogni webmaster dovrebbe fare backup regolari del proprio sito (almeno una volta ogni due settimane). Nell'eventualità che qualcosa andasse storto, avere una copia aggiornata di tutti i tuoi contenuti ti permetterà di recuperare il tuo sito nel giro di pochi minuti.

Continuiamo quindi la guida sui migliori plugin per WordPress con gli strumenti per backup.

34. BackWPup

Usando BackWPup potrai configurare backup automatici e scegliere dove salvarli (per esempio, sul tuo server, su



Dropbox, se riceverli via email, eccetera). Questo plugin è disponibile anche in versione PRO.

35. BackupBuddy (plugin premium)

Questo è un ottimo strumento premium per generare e gestire backup del tuo sito WordPress. Ecco qui la nostra guida su Come e perché installare BackupBuddy.

36. Duplicator

Come i plugin qui sopra, Duplicator serve a duplicare, clonare, fare backup e trasferire il tuo sito.

37. WordPress Importer

WordPress Importer è particolarmente utile per importare contenuti quando si migra dalla versione .com di WordPress a quella .org.

BACK-END

WordPress offre ottime funzionalità di base. Tuttavia, esistono plugin molto interessanti per rendere ancora più flessibile la tua bacheca: trovi i migliori in questa sezione.

38. JetPack

Questo strumento serve ad integrare il tuo sito WordPress con diverse funzionalità utili della versione .com della piattaforma.

39. Visual Composer WP Bakery (plugin premium)

Un plugin che sta spopolando: una volta attivato Visual Composer, potrai creare pagine e post usando la funzionalità drag-and-drop e con tanti nuovi elementi.

40. TinyMCE Advanced

Un altro strumento per aggiungere funzionalità al tuo Editore Visuale.

41. Custom Login

Vuoi personalizzare la pagina login di WordPress? Usando Custom Login potrai usare il tuo logo, uno sfondo a piacimento, cambiare i font e altro ancora.

42. Advanced Custom Fields

Personalizza le pagine della tua Bacheca WordPress con campi aggiuntivi a tua scelta.

43. Custom Sidebars

Talvolta, è utile mostrare widget diversi a seconda della pagina su cui è inserita la sidebar. Custom Sidebars ti permette di fare proprio questo.

44. Simple Page Ordering

Con questo strumento potrai modificare l'ordine di pagine e post semplicemente trascinandoli all'interno della tua Bacheca.



45. Post Types Order

Questo plugin permette di cambiare l'ordine di pagine e post in modo molto simile allo strumento sopra.

46. Search and Replace

Search and Replace è utile per cercare e modificare con velocità informazioni all'interno del database del tuo sito WordPress.

47. Header and Footer

Hai bisogno di inserire codici personalizzati (per esempio, quelli di Google Analytics) nell'header o nel footer del tuo sito? Attivando questo plugin, avrai a disposizione dei campi di testo in cui potrai semplicemente incollare i codici.

48. Editorial Calendar

Questo è il plugin per eccellenza per gestire il calendario di pubblicazione dei contenuti. Nella tua Bacheca, vedrai un vero e proprio calendario all'interno del quale trascinare post e bozze. Ottimo per chi lavora con un team editoriale.

COMMUNITY

WordPress è molto più di una piattaforma per fare blogging. Grazie agli strumenti che trovi in questa parte della guida sui migliori plugin per WordPress, potrai trasformare il tuo sito in un forum, una piattaforma social, e altro ancora. Oppure, potrai implementare funzionalità utili per

interagire al meglio con i tuoi utenti.

49. Buddypress

Usando questo plugin, potrai aggiungere le funzionalità di un vero e proprio social network al tuo sito WordPress. Ecco qui la nostra Mini Guida a BuddyPress.

50. bbPress

bbPress permette di creare un forum sul tuo sito.

51. WP-Polls

Hai mai pensato di chiedere ai tuoi utenti di interagire attraverso dei sondaggi? Se ti sembra un'idea interessante, questo plugin ti sarà utile.

52. Membership

Come puoi intuire dal nome di questo strumento, Membership serve a creare aree membri. Ecco qui una nostra guida su come creare un sito con area membri su WordPress.

53. Disqus Comment System

Se sei stufo del classico sistema per commenti di WordPress, prova Disqus. Per approfondire puoi leggere qui la nostra guida a Disqus.

VENDERE ONLINE

Se vuoi vendere online, puoi usare i plugin WordPress per implementare funzionalità e-commerce. Che tu voglia vendere



prodotti, servizi o file digitali, questi strumenti sicuramente ti saranno molto utili.

54. Easy Digital Downloads

Questo è uno strumento che in pochi mesi ha raggiunto un successo strepitoso. E' utilissimo per chi vende file digitali. Installando questo plugin, non avrai bisogno di altro.

55. WooCommerce

Il migliore plugin WordPress per trasformare il tuo sito in una vera e propria piattaforma e-commerce.

56. WordPress Download Manager

Un altro ottimo plugin per gestire il download di file dal tuo sito.

57. Easy Pricing Tables by Fatcat Apps

Con questo strumento potrai aggiungere alle tue pagine bellissime tabelle di prezzi.

LANDING PAGE E OPTIN FORM

Per riuscire a guadagnare online, le tue pagine di vendita dovranno essere strutturate nel modo giusto. Questo vale anche se vuoi raccogliere gli indirizzi email dei tuoi utenti: usare gli strumenti adatti, ti permetterà di ricevere un numero nettamente superiore di contatti.

Ecco i migliori plugin per WordPress per creare pagine landing e form optin.

58. JustLanded (plugin premium)

Questo è uno strumento a pagamento per creare pagine landing responsive.

59. Premise (strumento premium)

Premise è lo strumento di CopyBlogger per creare pagine landing. Con Premise, avrai a disposizione 6 modelli di pagine pre-impostati ed ottimizzati per generare più conversioni.

60. HelloBar

Questo plugin è molto interessante. Sul sito ufficiale, puoi configurare una barra orizzontale (che apparirà in testa al tuo sito) per raccogliere indirizzi email.

61. OptinMonster (strumento premium)

Uno degli strumenti più utilizzati al mondo per creare popup e box optin.

CONTACT FORME NEWSLETTER

Quali strumenti usi per comunicare con i tuoi utenti? I plugin che trovi elencati sotto servono ad inserire form di contatto ed ad inviare newsletter.

62. Contact Form 7

Ogni sito web dovrebbe avere un form di contatto e Contact Form 7 è in assoluto il plugin migliore per crearlo. E' molto semplice da usare ed estremamente flessibile. Inoltre, si adatta a qualunque tema WordPress. Per imparare come



usarlo leggi la nostra guida completa a Contact Form 7.

63. Fast Secure Contact Form

Una valida alternativa a Contact Form 7. Ad oggi, questo plugin è stato scaricato oltre 5 milioni di volte.

64. Gravity Forms (plugin premium)

Gravity Forms è un ottimo strumento per creare form, questionari e moduli con molti campi, del tutto personalizzabili.

65. MailPoet Newsletters

MailPoet serve ad integrare un sistema per l'invio di newsletter all'interno del tuo sito WordPress. Ottimo se non vuoi appoggiarti a piattaforme esterne come aWeber o MailChimp. Ecco qui il nostro articolo: Come creare una newsletter in italiano con il plugin Mail Poet (ex Wysija).

SOCIAL MEDIA

I social media sono uno strumento fondamentale per comunicare con gli utenti e promuovere online il tuo sito web. Se non l'hai già fatto, inserisci immediatamente sul tuo sito i collegamenti social! Uno dei plugin elencati sotto farà senza dubbio al caso tuo.

66. Shareaholic

Shareaholic è un plugin sicuramente valido per aggiungere i bottoni per

la condivisione sui social. Inoltre, ha la funzionalità anche per far apparire contenuti correlati sotto ai tuoi post.

67. ShareThis

Anche questo plugin serve ad aggiungere i bottoni per la condivisione sui social.

68. Share Buttons By Add To Any

Un'ottima alternativa ai due plugin precedenti.

69. WP to twitter

Con questo strumento, i tuoi nuovi post saranno condivisi automaticamente su Twitter.

70. All Link To Facebook

Condividi automaticamente su Facebook i tuoi nuovi post con questo comodo strumento.

MULTILINGUA

Vuoi attrarre traffico da diversi paesi? Per creare un sito multilingua, dovrai usare plugin WordPress specifici. Eccone tre ottimi:

71. qTranslate

Se non te la senti di investire su uno strumento a pagamento, qTranslate è un buon plugin gratuito per tradurre il tuo sito WordPress in più lingue.



ShareThis®

ShareThis: Share Buttons and Social Analytics

72. WPML (plugin premium)

WPML è uno strumento a pagamento su cui vale la pena investire. Infatti, è in assoluto il plugin migliore per creare siti multilingua. Ecco qui la nostra guida completa per creare siti web multilingua con WPML.

73. Polylang

Un altro buon plugin gratuito per creare un sito in diverse lingue.

TEMI E DESIGN

Iniziamo a vedere come personalizzare il tuo sito da un punto di vista grafico. In questa sezione troverai i migliori plugin per WordPress per aggiungere font personalizzati, testare temi e cambiare i colori del tuo sito.

74. Use Any Font

Con questo strumento, potrai caricare font in format .ttf sul tuo sito WordPress.

75. Easy Google Fonts

Il tema che stai usando non ha i Google Fonts già integrati? Potrai aggiungerli con questo strumento.

76. Theme Test Drive

Testa temi WordPress mentre gli utenti vedono ancora quello attivato sul tuo sito.

77. ThemeTweaker

Questo strumento è particolarmente utile per chi usa un tema che non permette di fare modifiche alla grafica dalla Bacheca, e non ha conoscenze di CSS. Con questo plugin potrai personalizzare tutti i colori del tuo tema.

GESTIONE IMMAGINI

Cosa sarebbe un sito web senza immagini? Certo, esistono blog che contengono unicamente testo. La maggior parte dei siti, usano però foto e grafiche per dare vivacità ai contenuti. Talvolta, le immagini diventano un aspetto difficile da gestire: devono infatti essere ridimensionate, ottimizzate, rinominate, e molto altro ancora.

Qui sotto, trovi elencati i migliori plugin per WordPress per gestire le tue immagini.

78. EWWW Image Optimizer

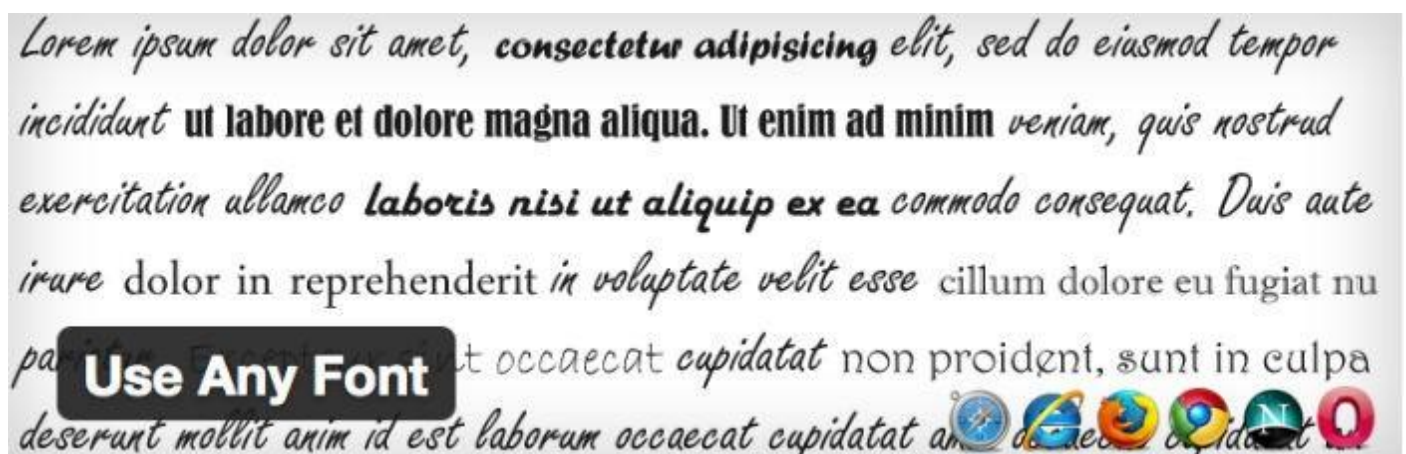
Ottimizzare le immagini è un'ottima abitudine. EWWW Image Optimizer è molto utile per ottimizzare sia le immagini nuove che quelle già caricate sul tuo sito.

79. WP Smush.it

Questo strumento funziona in modo molto simile a EWWW Image Optimizer.

80. Image Widget

Image Widget è il plugin più popolare per aggiungere immagini alla tua sidebar.



81. NextGEN Gallery

Vuoi creare gallerie di immagini sul tuo sito? Questo plugin è ottimo e ha moltissime opzioni per visualizzare le tue immagini.

82. Responsive Lightbox by dFactory

Permetti agli utenti di vedere una versione ingrandita delle tue immagini, anche su smartphone e tablet.

83. Regenerate Thumbnails

Questo plugin serve a rigenerare automaticamente tutte le thumbnail di post e pagine. Per esempio, è utile quando hai cambiato le misure dello spazio per le thumbnail e devi ridimensionarle tutte.

SLIDER

Dopo le immagini, parliamo degli slider. Usati da tantissimi webmaster, sicuramente gli slider sono un bel elemento da avere sia sull'homepage che all'interno delle pagine.

Affinchè abbiano un aspetto professionale, è però importante inserirli usando gli strumenti giusti.

84. Slider Revolution (plugin premium)

Questo strumento è a pagamento, però permette di creare slider molto professionali.

85. Layer Slider (plugin premium)

Layer Slider è un altro strumento premium molto valido per creare slider. Puoi imparare come usarlo sul mio corso pubblicato su Webpedia.it.

86. Meta Slider

Questo è invece un plugin gratuito. Usalo per creare slider responsive dall'aspetto professionale.

PRENOTAZIONI E APPUNTAMENTI

Sono sempre più i business che usano il proprio sito per automatizzare alcune delle loro attività. Tra queste, la gestione di prenotazioni ed appuntamenti.

Usando i migliori plugin per WordPress, i tuoi utenti potranno inviare una richiesta di prenotazione in modo del tutto automatico. Allo stesso tempo, tu potrai gestire agevolmente il calendario, inviare mail di conferma, configurare i giorni di apertura e chiusura, e altro ancora.

87. Booking Calendar

Questo è uno dei plugin WordPress per gestire prenotazioni ed appuntamenti più popolari. L'aspetto del calendario è personalizzabile, e gli utenti potranno inviare prenotazioni in modo del tutto automatico.



88. Bookings

Un altro ottimo plugin (tradotto anche in italiano). Questo strumento è particolarmente interessante perché permette di offrire prenotazioni anche su base oraria.

89. All-in-One Event calendar

Questo è lo strumento perfetto per l'organizzazione e la prenotazione di eventi.

PUBBLICITÀ

Stai pensando di monetizzare il tuo sito inserendo pubblicità su WordPress?

90. AdRotate

AdRotate è uno dei plugin più popolari per aggiungere e gestire banner pubblicitari all'interno del tuo sito.

91. Advanced Ads

Un altro ottimo plugin per gestire le pubblicità su WordPress.

92. Simple Ads Manager

Come gli strumenti precedenti, questo è un altro strumento senza dubbio valido.

ALTRI TRA I MIGLIORI PLUGIN PER WORDPRESS

93. WP Google Maps

Questo plugin ti sarà utile per inserire

sulle tue pagine mappe Google personalizzate.

94. WP Review

Hai mai pensato di pubblicare sul tuo sito WordPress delle recensioni? Con questo strumento potrai assegnare stelle, votazioni a punti e percentuali a prodotti, servizi, film, e qualunque altra cosa tu voglia recensire.

95. Rating-Widget: Star Rating System

Se vuoi dare ai tuoi utenti la possibilità di lasciare un voto ai tuoi contenuti, inizia ad usare Rating Widget. Chi visita il tuo sito potrà assegnare un numero di stelle a post, pagine, commenti e interventi all'interno dei forum BuddyPress e bbPress.

96. WP Live Chat Support

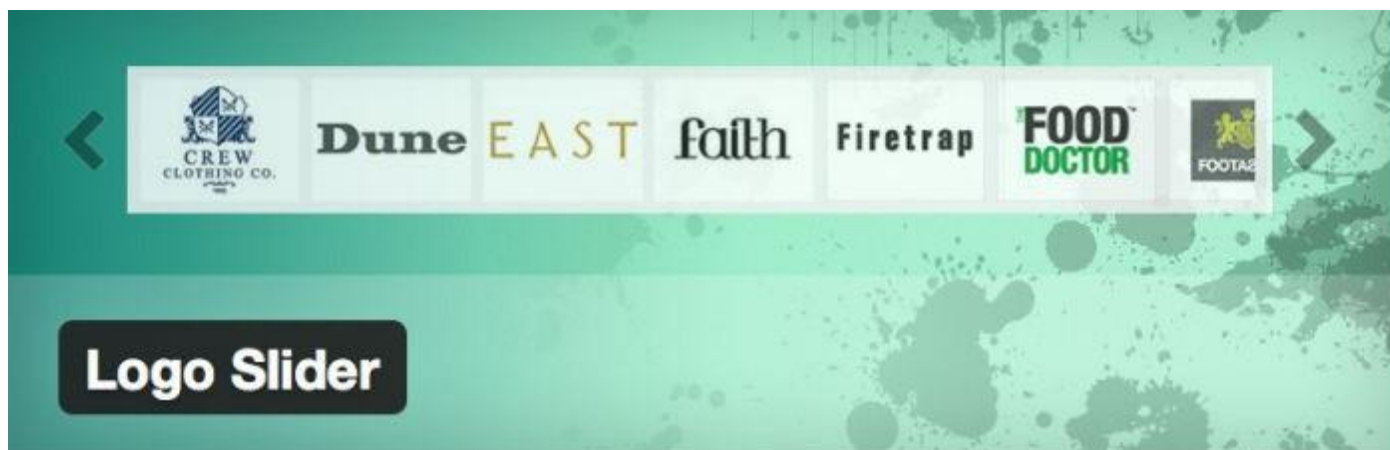
Usa questo strumento gratuito per aggiungere una chat al tuo sito, che gli utenti possono usare per contattarti.

97. Logo Slider

Creare un logo slider è utile, per esempio, per presentare le aziende con cui hai lavorato.

98. Shortcodes Ultimate

Se le funzionalità del tuo sito WordPress non ti bastano, installa questo plugin per avere a tua disposizione molti nuovi shortcode per creare bottoni, box, slider, e altro.



99. Pretty Link

Disponibile sia in versione gratuita che premium, questo plugin serve a trasformare link che sono molto lunghi in URL brevi e leggibili. Per esempio, è utile se vuoi generare per il tuo sito link di affiliazione.

Inoltre, può essere usato per monitorare la provenienza del traffico attraverso i link.

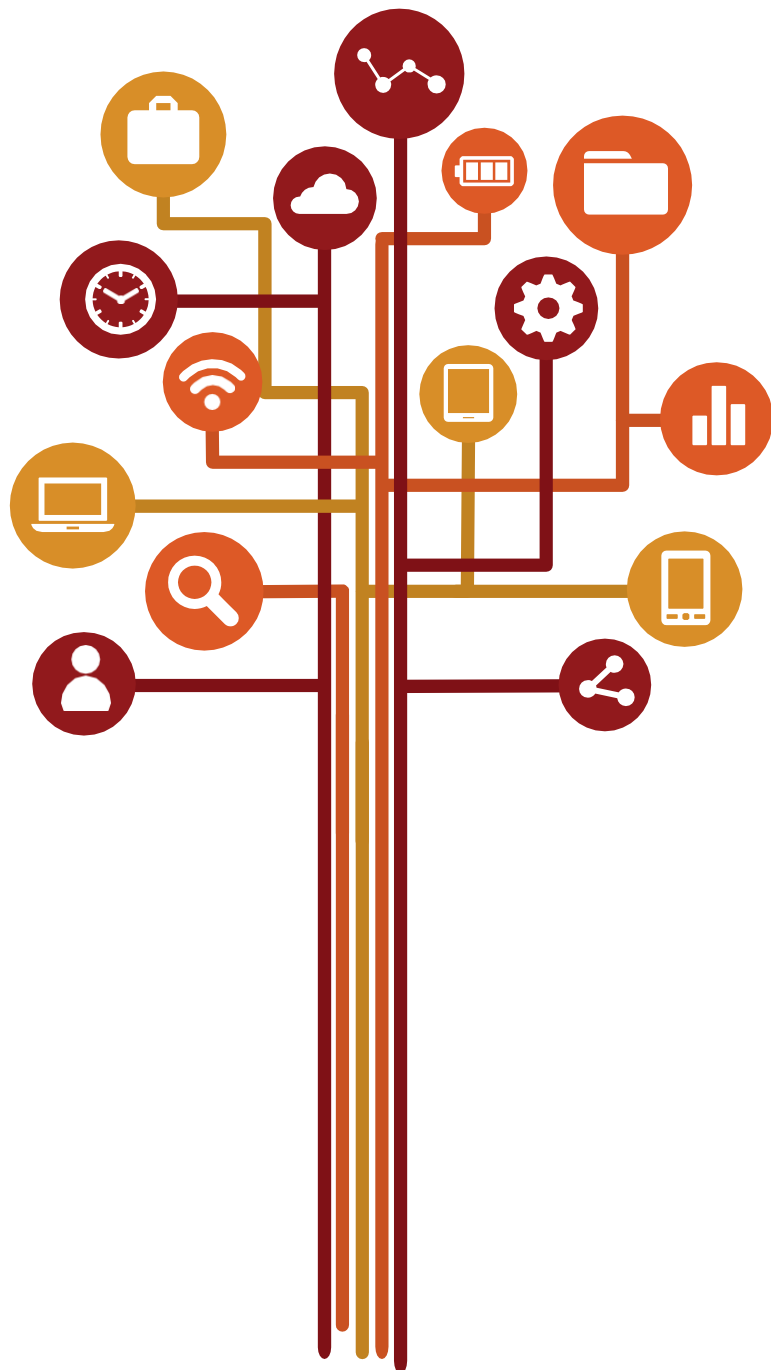
100. All In One Schema.org Rich Snippets

Vuoi aumentare il numero di click sulla pagina SERP Google? Questo è il plugin per te. Ti permette, infatti, di personalizzare ciò che appare su Google, Bing, Yahoo e Facebook in corrispondenza dei link ai tuoi contenuti.

CONCLUSIONE

Siamo arrivati alla fine di questa raccolta dei 100 migliori plugin per WordPress.

Come hai visto, gli strumenti inclusi in questa lista permettono di implementare moltissime funzionalità diverse. Per quanto possano sembrare utili, ti ricordo però di non installarne più di 15.



FAI QUESTI ESERCIZI

1. Seleziona i migliori plugin con cui iniziare il tuo blog.



Scrivere velocemente: come scrivere 5 articoli in meno di 5 ore



28

In questa lezione vediamo come è possibile scrivere 5 articoli in meno di 5 ore così da incrementare velocemente i contenuti del tuo blog.

Abbiamo già parlato in una lezione precedente delle regole per scrivere un articolo, ma adesso è il caso di capire come costruire una strategia che ci permetta di mantenere un ritmo di pubblicazione rilevante senza un eccessivo consumo di tempo.

LE REGOLE PER SCRIVERE 5 ARTICOLI IN MENO DI 5 ORE

Scrivere è il midollo dell'attività di un blogger, che si trova ogni giorno a dover riempire il proprio sito web con nuovi contenuti originali e di qualità. Si tratta di articoli da 1.000-1.500 parole l'uno e spesso c'è il rischio di incappare nel blocco dello scrittore o di non riuscire a pubblicare un volume necessario alla creazione di un blog di successo.

Per fortuna l'esperienza dei blogger affermati ha portato alla luce una serie di regole che possono aiutare chiunque a scrivere ottimi articoli in poco tempo. Ecco le 5 regole per scrivere 5 articoli in 5 ore o addirittura di meno.

1. **Scrivi quello che ti appassiona**

Più un argomento ti appassiona più sarai veloce a scrivere un articolo che lo riguarda. Diversamente, forzarti a scrivere un articolo che non ti piace richiederà il doppio del tempo. Come per la nicchia che hai scelto, anche nel caso degli articoli è consigliato scegliere sempre temi che possono appassionarti.

Questo incide molto anche sulla qualità dell'articolo: l'interesse dell'autore viene percepito da chi legge e rende l'articolo ancora più accattivante. Inoltre, trattare un argomento che conosci bene e che ti interessa, ti farà venire idee per nuovi articoli, così che tu non debba perdere tempo a pensarci.

2. **Cerca ispirazione con costanza**

Non devi inventarti un argomento da zero per ogni articolo che scrivi. Puoi cercare ispirazione per un articolo visitando i migliori blog della tua nicchia o una adiacente.

È importante farlo con frequenza e tutti i giorni: lasciare questo passaggio a quando devi scrivere ti farà perdere del tempo. Una volta presa la mano, diventerà un'attività quasi automatica e molto veloce.

Per velocizzare la ricerca, fai una lista di blog da visitare ogni giorno. Crea poi un documento in cui inserire tutti gli argomenti e i titoli degli articoli che ti interessano e che hanno un numero rilevante di condivisioni e commenti. A questo punto, per scrivere un articolo non dovrai fare altro che aprire questa lista e scegliere un argomento.



3. Gioca con il titolo

Per scrivere 5 articoli in 5 ore, non puoi concederti il lusso di dedicare troppo tempo al titolo da dare ai tuoi articoli. Eppure il titolo di un articolo è un aspetto fondamentale per aumentare le visite al tuo blog.

Anche in questo caso basta trovare un metodo. Quando apri la tua lista di argomenti presi da altri blog, scegli un articolo e gioca con il suo titolo. Partendo per esempio dal titolo 8 consigli su come scrivere due articoli al giorno in pochi istanti siamo arrivati all'idea delle '5 regole per scrivere 5 articoli in meno di 5 ore'.

4. Prepara una scaletta

Avere una scaletta è uno dei migliori aiuti per scrivere velocemente un articolo. Infatti ti permette di avere chiaro da subito cosa trattare, senza perdere tempo

a pensarci man mano che scrivi.

Prima di iniziare a scrivere un articolo, fai una lista dei punti principali che vuoi trattare nell'introduzione, nel body copy e nella conclusione. Nel farlo puoi anche prevedere un tot di parole per punto, così da riuscire a raggiungere il totale desiderato.

Una volta scritti tutti i punti principali, estrapola da ciascuno un sottotitolo da usare come 'capitoli' del tuo articolo. Adesso non devi fare altro che sviluppare il contenuto da un punto all'altro.

5. Ultimi ritocchi

Essere veloci non significa essere pressapochisti. Una volta finito di scrivere un articolo è necessario ricontrollarlo e impaginarlo correttamente. Tuttavia, anche in questo step puoi stabilire un format che velocizzi il processo ogni volta.

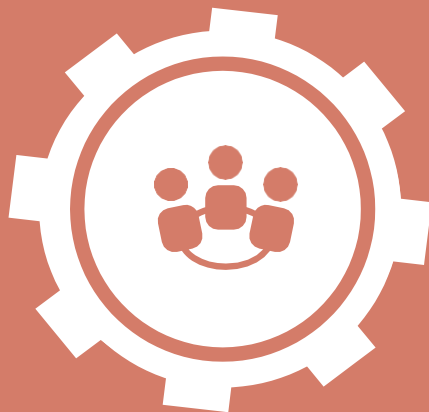
- Controllo grammaticale
- Aggiungi o rimuovi punti per massimizzare l'impatto dell'articolo
- Incorpora fatti concreti per supportare le tue affermazioni
- Pubblica l'articolo
- Condividi

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Scrivi un articolo seguendo le 5 regole per prendere la mano.
2. Prova a scrivere 5 articoli in 5 ore.



Espandere il tuo business con l'aiuto di freelancer



29

A questo punto il tuo blog dovrebbe essere fatto e finito, con tutte le risorse necessarie ad avere successo. Tuttavia c'è sempre un modo per espandere e rafforzare la propria attività.

Ecco perché in questa lezione ti voglio spiegare come rafforzare il tuo blog con l'aiuto di collaboratori freelance, che puoi assumere direttamente online.

QUANDO E PERCHÉ CONVIENE ASSUMERE DEI COLLABORATORI FREELANCER

Hai seguito tutte le lezioni fino a questo punto? Allora sono certo che hai fatto un ottimo lavoro e che sei sulla strada giusta.

Ciò significa che da questo momento assisterai a una crescita organica del tuo blog. Ci vorrà del tempo e inizialmente sarà più lenta, ma aumenterà progressivamente, a effetto valanga.

La crescita di un blog investe diversi aspetti. Aumentano i contenuti pubblicati e da pubblicare, cresce il traffico, con nuovi visitatori ogni giorno, e per fortuna crescono la produttività e le opportunità di monetizzare il tuo blog. Questo inevitabilmente comporta una crescita notevole del lavoro da svolgere.

Insomma, prima o poi ti accorgerai

che quello che prima riuscivi a fare da solo adesso richiede molto più tempo. Troppo. La soluzione? Cercare aiuto, naturalmente. L'errore più grande che tu possa commettere in questo caso è tentare di fare tutto e velocemente, perché il risultato non sarà mai all'altezza di uno standard accettabile.

Tuttavia il tempo non è l'unica barriera. Infatti creare un blog di successo significa inevitabilmente incontrare una serie di task e attività che, per quanto necessari, non rientrano nelle tue competenze. Come avrai capito nel corso di questa guida, le responsabilità e il lavoro che un blog comporta sono moltissime, ed è impossibile che tu – o chiunque altro – sia in grado di affrontarle tutte da solo.

Dalla grafica del sito, alla scrittura dei testi dei tuoi articoli: presto potresti avere bisogno di una mano e non significa che stai sbagliando qualcosa, anzi: è un segnale che hai fatto tutto nel modo giusto.

Per mantenere il successo raggiunto devi continuare a garantire qualità e puntualità: ecco perché è necessario rivolgersi a dei professionisti specializzati nei diversi aspetti del tuo blog. Per fortuna ci sono persone che si occupano di questo per lavoro: basta assumere un collaboratore freelancer.

DOVE TROVARE I TUOI COLLABORATORI FREELANCE

Quando parlo di assumere dei freelancer non devi spaventarti: l'investimento è minore di quanto si possa pensare.

Oggi infatti non ha più senso rivolgersi ad agenzie costosissime quando ci sono così tanti freelancer che garantiscono un lavoro puntuale e di pari qualità – o persino superiore – a un prezzo nettamente inferiore.

Per trovare questi professionisti non devi fare altro che registrarti sui più importanti siti web di lavoro freelance. Tra questi ti segnalo Elance, oDesk e Twago. Si tratta di piattaforme che ti permettono di pubblicare i tuoi annunci stabilendo scadenze, milestone e tariffa, oltre naturalmente a offrire maggiori garanzie di sicurezza.

Quando pubblichi un annuncio, è importante descrivere per filo e per segno in cosa consiste il progetto e di cosa hai bisogno. Descrivi le competenze e le caratteristiche professionali che deve avere il candidato e specifica le tempistiche.

A questo punto seleziona le offerte più interessanti, basandoti anche sul portfolio dei candidati, e contatta i professionisti facendogli una mini intervista, così da valutare chi è la persona che fa al caso tuo.

Negli anni di lavoro mi sono rivolto a numerosi freelancer, in tutti i campi e in tutti i paesi: grafici, copy, programmatori e molto altro. È però molto importante stare attenti a non puntare troppo sul risparmio a discapito della qualità, come mi è successo più di una volta con dei programmatori indiani. Meglio sempre mantenere un equilibrio nei costi, perché ricordati che un lavoro fatto a regola d'arte è il massimo investimento per il successo futuro.

FAI QUESTI ESERCIZI

1. Scrivi un articolo seguendo le 5 regole per prendere la mano.
2. Prova a scrivere 5 articoli in 5 ore.



Conclusione



30

Siamo arrivati alla conclusione del corso per creare il tuo blog di successo. Ma in realtà è l'inizio di un nuovo percorso per te che lo hai seguito.

Da adesso hai tutti gli strumenti necessari per continuare a gestire il tuo blog e cercare un guadagno in qualcosa che fino a oggi avevi considerato solo una passione.

Ricorda che per ottenere il successo di un sito web è necessario tanto lavoro ed è normale che trascorra del tempo prima di riuscire a vedere i primi segnali di svolta. Per questo non demoralizzarti mai, segui i consigli che ti ho dato e impiega tutto il tuo impegno.

Ricorda. Non copiare, offri contenuti originali e di qualità e interagisci con i tuoi utenti: vedrai che il successo arriverà e, cosa ancora più importante, continuerà a crescere.

Non scoraggiarti, e concedi tempo al tempo, ponendoti però degli obiettivi realistici nel breve periodo. Rileggi i passaggi questa guida ogni volta che hai bisogno di un consiglio su come procedere.

Leggi la mia storia su I Nomadi Digitali per capire come anch'io ho applicato le giuste regole e sono riuscito ad arrivare lontano (in tutti i sensi). Questo corso

rappresenta la sintesi di questa avventura e di tutto quello che ho imparato.

L'importante è partire dalla base giusta. Come direbbe Mark Cuban: follow the green, don't follow the dream. Questo non vuol dire che devi rinunciare ai tuoi sogni, ma è fondamentale applicare una mentalità e un approccio business-oriented nella tua attività per creare un blog di successo.

Non ha senso intestardirsi su un argomento che non riscuote successo o che è già stato ampiamente esplorato. Metti tutta la passione nel tuo lavoro, il tempo di realizzare i tuoi sogni arriverà.

Non mi resta che ringraziarti per avere seguito il corso. Naturalmente sarò felice di leggere cosa ne pensi. Contattaci e resta connesso con la nostra piattaforma per scoprire quali saranno i prossimi aggiornamenti su questo e tanti altri contenuti utili presto in arrivo.

