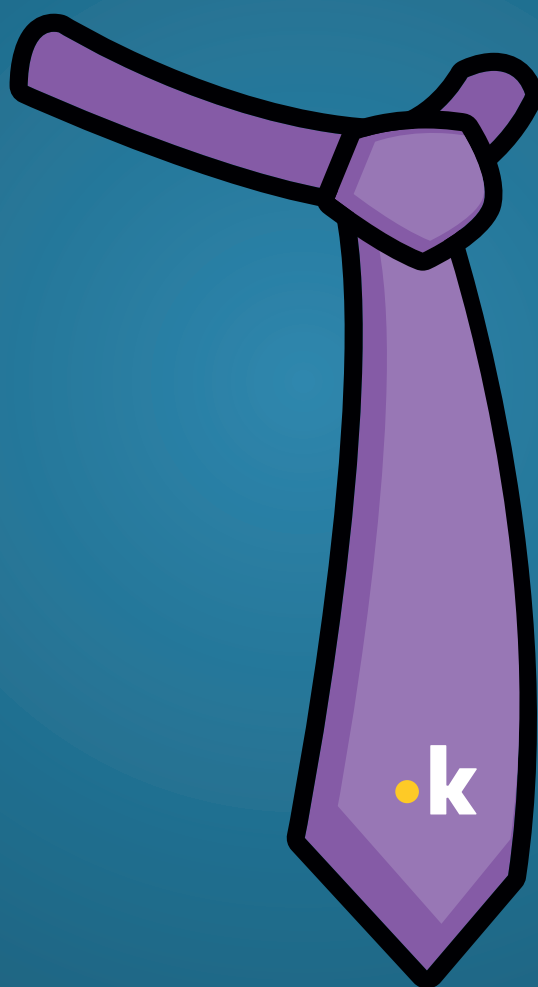


# I racconti di Keli

Mettersi nei panni dell'utente per trovare soluzioni ai problemi



# Indice

Introduzione	4
Sono desolato, non vendiamo infissi	5
Gestisco aggratis una pagina aziendale su Facebook	9
Scrivo su un blog aziendale, sono un professionista del web	12
Il tuo sito è lento? Aspetta prima di lanciare il PC dalla finestra	14
Come cavolo controllo le statistiche del mio sito?	17
Ho trovato, è Instagram il social che mi porterà al successo... forse	19
Siamo a metà agosto, cosa posso scrivere sul blog?	22
Provider hosting: la genesi di un progetto	24
Ormai sono tutti blogger, come posso differenziarmi?	27
Sto cercando il meglio per il mio business, non resta che una soluzione...	30
Devo costruire una landing page efficace... già, ma come?	33
Confessioni amare di un blogger malinconico	36
C'è ancora vita sui social senza advertising?	39
Contenuti di solo testo non bastano più, ora ci vogliono i video	41
All'interno della Café Society dei professionisti web	44
Twitter alla riscossa, I want to believe	46
Mi hanno incaricato di trovare servizi web adatti per l'azienda... me tapino!	48
Festa di Halloween, cosa posso scrivere sul blog	51
Mi hanno detto che devo creare un calendario editoriale	53
Qualunque trionfo è possibile, il successo del tuo business dipende da te	56
Scrivere... la mia passione, la mia ossessione	59
Come creare un annuncio AdWords efficace, l'esperienza di un copywriter alle prime armi	62
Un nuovo inizio, uno sguardo verso il futuro	65
Hanno lasciato commenti negativi sulla pagina Facebook. Come gestirli?	67
Ho bisogno di maggiore sicurezza per il mio negozio online, che fare?	70
Si chiude un anno di grandi successi, pensiamo già al business di domani	73
È iniziato un anno molto importante per il mio business web	75
Voglio lavorare nel web ma non posso spendere per un buon hosting...	77
Sono un graphic designer, mi hanno commissionato un nuovo logo aziendale	80
Devo mettere in sicurezza il mio lavoro sul web	83
Gestisco un blog aziendale, quanto devo convertire?	86
Hosting condiviso e cloud hosting, quale soluzione ti permette di crescere?	90
Instagram, Facebook, WhatsApp... ormai le stories sono dappertutto. Ma cosa devono raccontare?	93
CeBIT 2017, mi hanno detto che devo andare in Germania	96

Server dedicato, la mia azienda ne ha bisogno. Ma chi lo gestisce?	100
Guest posting, voglio far crescere il mio blog ospitando articoli dei professionisti	103
Smettila di specchiarti nel tuo ego, ci sarà sempre un influencer più influente di te	106
Consigli da blogger: come superare il blocco creativo	110
Mi hanno incaricato di far crescere la brand awareness, cosa posso fare?	114
Poter contare su un servizio di assistenza professionale, la salvezza...	117
Cosa fare con il blog in un periodo di ferie?	120
La (s)fortuna di essere un blogger freelance, lavori trovati e lavori persi...	123
La dura realtà dei blogger alle prese con l'oscuro "grande fratello digitale"	127
Nuove estensioni dominio, l'opportunità che stavo aspettando	129
Ho osservato il traffico web su "in tempo reale" di Analytics e ho capito che...	132
Vagavo senza punti di riferimento, poi ho scoperto Google Search Console	135
Quando un blogger non fa ancora parte della "casta degli eletti"	138
Instagram advertising: perché fare marketing con Instagram	141
Local SEO, la mia idea per conquistare un determinato target	144
Ho creato il mio sito con un hosting gratuito, le conseguenze parlano chiaro	147
Il blogging e il paradigma di Andy Warhol	149
Sii te stesso in un mondo "piatto e monotono"	153
I provider sono tutti uguali fin quando non arrivano i problemi	156
Ero in cerca di idee per migliorare la SEO, per fortuna c'è SEMrush	159
L'importanza della formazione per migliorare il tuo lavoro	162
Voglio fare il social media manager, quali competenze devo avere?	165
Abbiamo deciso di "premiare" i nostri lettori con un bel regalo	169

# Introduzione

Questo ebook vuole essere un piccolo dono che l'azienda vuole fare a tutti i suoi clienti e agli utenti che seguono il blog.

"I racconti di Keli" è una raccolta di brevi racconti in cui, di volta in volta, il protagonista ricalca quelle che possono essere le esigenze di un utente. Lo scopo del racconto è quello di suggerire quella che può essere una buona soluzione per risolvere la problematica.

Il nostro ebook prende spunto da quelle che sono le comunicazioni fatte dai nostri clienti e dalle necessità che riguardano in particolar modo i professionisti che operano su internet.

Attraverso le nostre storie siamo in grado di avvicinarci ancora di più alle persone, creando così con i nostri utenti un rapporto paritario su cui abbiamo sempre puntato.

Essendo l'empatia la capacità di immedesimarsi nei panni di un'altra persona, con questo ebook (che raccoglie tutti i racconti scritti e ideati dal nostro copywriter Vincenzo Abate, pubblicati sul blog nel corso dell'anno aziendale 2016/2017) ci siamo immedesimati con quelle che possono essere le difficoltà e le esigenze degli utenti.

# Sono desolato, non vendiamo infissi

Glielo aveva consigliato suo cugino di rimpolpare un po' quel suo curriculum così scarno, e Amedeo dopo attenta (?) riflessione aveva deciso che... sì, l'idea era valida, perché no?! Dopotutto, se in questa società sono i furbacchioni ad andare avanti, perché non avrebbe dovuto tentare anch'egli di farsi strada in modo più semplice.

Il motivo di tanto rumore è presto detto: aveva trovato in Rete un annuncio di un'azienda di servizi web, una società in cerca di un ragazzo da formare e a cui fare un contratto part-time con un discreto fisso mensile e ottime possibilità di mantenere la posizione nel tempo. Opportunità del genere capitano di rado e Amedeo aveva colto la palla al balzo col suo curriculum potenziato.

Se si ha intenzione di prendere in giro il sistema, però, bisogna fare attenzione a non esagerare. Amedeo si era fatto prendere la mano, il suo curriculum ora sembrava quello di un ingegnere di lungo corso, tra le cui esperienze professionali mancava solo uno stage presso la Nasa.

Dopo mezza giornata venne contattato dall'azienda che, dopo un rapido colloquio conoscitivo, decise di proporre al ragazzo una grande opportunità: niente part-time, contratto di 1 anno a tempo pieno. Il sogno di un'intera generazione in pratica, quale generazione non ce l'ha dopotutto.

I nostri genitori e quelli dell'epoca di Woodstock sognavano la libertà, i giovani di oggi sognano di avere un qualsiasi impiego per avere una vita semi-dignitosa. Poi non si dica che l'umanità non stia compiendo passi da gigante.

Comunque sia, preso dall'entusiasmo, Amedeo iniziò alla grande il suo lavoro, messo direttamente nel settore amministrativo in ruolo estremamente delicato, l'assistenza telefonica ai clienti. E nonostante le sue conoscenze professionali fossero in teoria sufficienti per adempiere al compito, non ci volle molto per fare capire ad Amedeo che forse sarebbe

stato meglio non dar retta a suo cugino, non mostrarsi come un astro nascente dell'informatica inzeppando il curriculum di esperienze e studi mai fatti...

Ora toccava a lui! Ma come cavarsela in un ambito in cui servirebbero forse 6-7 persone per rispondere al meglio alle infinite esigenze dei clienti?

Le prime telefonate filarono via abbastanza lisce, problemini da poco che riguardavano piccole difficoltà del cliente di turno nel completare il carrello per la procedura di acquisto di uno dei servizi presenti sul sito web aziendale. I problemi iniziarono quando Amedeo, disgraziatamente, iniziò a ricevere telefonate da individui che di informatica e servizi vari ne sapeva sul serio, se poi abbinati una serie di caratteri da perfetti sociopatici, ecco che avrete a che fare con una miscela esplosiva da maneggiare con estrema cura e massima tranquillità. Una situazione che Amedeo, dall'alto del suo curriculum dopato, non poteva affrontare in nessun modo.

E invece Amedeo riuscì bene ad assolvere ai suoi compiti, pur con tante difficoltà riuscì a fornire soluzioni adeguate ai professionisti dall'altra parte della cornetta, uno sforzo mentale sovrumano che venne ben apprezzato dai clienti e che gli valse una bella pacca sulla spalla da parte del capo del settore amministrativo, così intento a rispondere alla chat e ai ticket di assistenza da aver quasi del tutto dimenticato Amedeo e la sua presenza fisica in ufficio. Immersione totale nel lavoro, la chiamano.

Tutto bene quel che finisce bene? Sì, se non fosse stato per l'ultima telefonata del giorno.

Un signore anziano, con una voce un po' impastata, parlava a voce alta chiedendo ripetutamente un qualcosa che Amedeo non riusciva a capire bene. Cercò di mettercela tutta, di concentrare tutte le sue forze sull'attenzione e l'udito per comprendere cosa... il cliente voleva avere informazioni sulla qualità degli infissi che l'azienda vendeva?!?

"Come dice scusi? Infissi?"

“Si ragazzo, esattamente [parole incomprensibili] ... infissi... voglio saper... i costi, il materiale”

“Signore sono desolato, non vendiamo infissi. Noi siamo un web provider.”  
Ora, immaginatevi la scena: Amedeo stava parlando con il tal signor Lupo, insegnante di Storia in pensione ormai da anni e con problemi di udito da non sottovalutare. Conosciuto da sempre per il suo carattere bizzoso, l'ex professore non era tipo da accettare un diniego senza prima chiedere tutte le informazioni del caso.

“Cosa siete? Un ueb cosa?”

“Un web provider signore, non vendiamo infissi. La nostra azienda si occupa di domini e hosting.”

“Domini e tosti? Che cosa mi devi tostare? Voglio [parole incomprensibili] i vostri infissi!”

“Signore le ripeto, non vendiamo infissi. La nostra azienda vende altri tipo di servizi per i siti internet.”

“Maledetta internét, sempre in mezzo. E che servizi sono? Vendete computer? Io ne devo comprare uno a mio nipote, quello che gli avevo comprato 2 anni fa non funziona più.”

“No signore, non vendiamo computer. La nostra società si occupa della vendita di servizi hosting web per il business.”

Un brivido corse veloce sulla schiena di Amedeo non appena ebbe terminato di dire la sua frase. Che cavolo di bisogno c'era di citare i piani hosting e addirittura il settore business?! Cos'è, voleva darsi un tono per mostrare la sua professionalità? Un errore madornale che gli sarebbe costato caro...!  
Lo trovarono il mattino dopo ancora lì, in ufficio, attaccato alla cornetta del telefono, ancora intento a parlare con l'ex professore. Da quel che il webmaster aveva intuito, sembrava che Amedeo stesse tentando di spiegare a qualcuno al telefono del funzionamento della Rete CDN. Non ci voleva un genio per capire come il ragazzo si fosse inalberato in una di quelle discussioni che sembrano non avere mai fine.

Amedeo continuava a sudare e a lottare tra infissi, hosting e ogni possibile componente tecnico, maledicendo dentro di sé la malsana idea di falsificare in un certo senso il suo curriculum. Erano passate ormai dieci ore, e il signor Lupo voleva ancora capire come mai una finestra in legno classico avesse il sovraccosto di questa strana tassa chiamata hosting...



# Gestisco aggratis una pagina aziendale su Facebook

Il buon Amedeo era da sempre stato un ragazzo volenteroso, estremamente ben educato e con una gran voglia di dare un proprio reale contributo alla società. Da buon capitalista (o almeno, da buon aspirante) il caro ragazzo si mise in cerca di un buon lavoro in cui mettere tutto il suo impegno e il suo senso civico, in modo da poter sfruttare appieno gli studi universitari portati avanti con diligenza e costanza.

Visto che la costanza premia sempre gli audaci, il destino si mise d'impegno a premiare la grande voglia di Amedeo di farsi strada nella società... e arrivarono i call center!

L'inizio fu anche abbastanza buono, visto che il caro ragazzo si mise d'impegno mettendo sul proprio "lavoro" tutta l'energia necessaria per portare avanti un certo tipo di attività, ma ben presto gli atteggiamenti imbarazzanti dei cosiddetti team leader (che lui soprannominava con affetto pelapatate, giusto per sottolinearne il grado di preparazione culturale) lo convinsero ad abbandonare questa strada.

Tanto qualcosa di meglio sarebbe comunque arrivato...

Cameriere, una cassa di un supermarket in periferia, barista, furono tanti i mestieri che Amedeo si ritrovò ad affrontare per iniziare la lunga scalata al successo, fino a quando... ecco, fino al momento della grande occasione.

Chi non ha avuto almeno una grande occasione nel corso della vita?! Magari non si è stati in grado di riconoscerla ed essa è sfuggita via, ma sempre di occasione d'oro si tratta. La grande occasione di Amedeo era rappresentata da un società impegnata nel settore dell'abbigliamento alla ricerca di un individuo che si occupasse della gestione della pagina Facebook aziendale. Un lavoro stimolante, creativo, di un certo fascino, importante, visto che da tale attività dipendeva gran parte dell'eventuale destino dell'azienda stessa... sarebbe diventato in breve tempo una figura importante, un pezzo

grosso del marketing, una figura professionale a cui i più giovani avrebbero guardato con ammirazione. Sì, forse un domani, ma per il momento la realtà parlava di una piccola scrivania in uno stanzino che era una via di mezzo tra un ripostiglio e la cella di un condannato all'isolamento.

Ma che diamine, pensò Amedeo, l'abito non fa il monaco.

Benvenuto nell'affascinante mondo del Social Media Marketing! Magico sì, ma fino a un certo punto...

Condividere i post e pregare qualche amico di fare lo stesso per aumentare la visibilità dei contenuti? Magari fosse stato così semplice. Amedeo si ritrovò a che fare con un mondo complicato, in cui un numero imprecisato di squali affamati cercavano di farsi strada divorando pezzi di comunicazione qui e lì, tutti con l'apparente verità nel taschino. Ma qual'era questa grande verità? Perché la sua "strategia" non dava i frutti sperati? La minaccia di licenziamento si allungò sul suo capo come un'ombra maligna.

Amedeo non lo sapeva, ma per gestire una pagina Facebook erano richieste una serie di competenze di non poco conto, ma soprattutto erano richiesti investimenti per i contenuti principali, soprattutto alla luce delle recenti disposizioni del social network abituato a modificare l'algoritmo con una frequenza a volte insostenibile.

Non aveva mai sentito parlare di Advertising e di campagne pubblicitarie sul social, ma una volta prese le dovute informazioni si mise in tiro per presentarsi dal capo e richiedere il permesso di attingere ai fondi della società per creare alla buona queste campagne che avrebbero cambiato le carte in tavola.

Facile a dirsi, ma non aveva tenuto in conto del grado di conoscenza in merito del titolare dell'intera baracca, secondo il quale un vero specialista non avrebbe avuto bisogno di chiedere soldi alla società visto che sarebbe stato in grado da solo e aggratis di intercettare il traffico adeguato e di aumentare la visibilità del Brand.

Insomma, Amedeo era andato nell'ufficio del capo per chiedere un investimento mirato per una campagna realizzata per sponsorizzare al meglio i nuovi sconti sui capi estivi, e invece ottenne ben altro.

Ciò che Amedeo aveva guadagnato grazie alla sua parlantina (assente) e grazie alla sua prorompente personalità (paragonabile a quella di uno dei personaggi di Woody Allen) era il compito di trovare un Web Provider nuovo visto che il capo era scontento dell'attuale, visto che il sito web era lento in modo insopportabile, in grado di fornire un hosting veloce per migliorare questa particolare situazione da cui dipendeva il destino dell'azienda, una responsabilità non da poco... ovviamente non riconosciuta in termini economici.

Per quel che riguardava l'attività social, se la sarebbe dovuta cavare da solo, con le sue forze, ma di investimenti non se ne poteva nemmeno discutere. Queste erano le direttive, e basta!

Pensate forse che Amedeo si sia fatto prendere dalla disperazione? Assolutamente no, anzi prese il toro per le corna come si suol dire e giunse a notevoli traguardi: la pagina Facebook dell'azienda fece registrare un record negativo in merito alle interazioni, cosa che convinse il titolare a eliminare del tutto la pagina e a puntare su Twitter.

Fortuna volle che Amedeo fosse ben disponibile a gestire questo nuovo profilo al posto di quello di Facebook, ovviamente con una paga ridotta e con la promessa di un immediato licenziamento al minimo accenno di calo. Si può dire che Amedeo aveva appena iniziato ad affacciarsi nel mondo dorato del capitalismo e del marketing digitale, e ne era rimasto talmente abbagliato da arrivare in certi momenti a desiderare di emigrare nelle isole Fær Øer per fare il pescatore. Avrebbe avuto meno timore ad affrontare uno squalo affamato che non un hashtag cui correre indietro.

# Scrivo su un blog aziendale, sono un professionista del web

Aveva messo tutto l'impegno massimo per arrivare a una soluzione, dopotutto erano passati già diversi anni dalla fine degli studi universitari e sua madre iniziava a dirgli che doveva fare qualcosa per raggiungere l'indipendenza, proprio come un uomo adulto.

Amedeo voleva fare in modo che il desiderio di sua madre si trasformasse in realtà, almeno per non essere sempre etichettato come un bamboccione come fatto nel recente passato da qualche mente illuminata del mondo politico.

Ragionando, riflettendo e incespicando sul luminoso viale della ragione, Amedeo giunse a una decisione che lasciò tutti i suoi conoscenti di stucco (o forse sarebbe meglio dire senza speranza): avrebbe fatto il blogger professionista!

Girovagando in lungo e in largo sui social network, nel disperato tentativo di conoscere qualche ragazza, Amedeo si era accorto di una cosa: il web era stracolmo di blogger, gente che riusciva a guadagnarsi da vivere semplicemente scrivendo qualche articolo su un blog giorno per giorno. Niente di più facile, almeno in teoria.

Visto che lui era un tipo furbo, iniziò a parlottare con i professionisti del web, cercando di carpire i segreti del successo e come mettere su il blog. Quando uno ha il dono della furbizia c'è poco da fare, è destinato a fare grandi cose... prese appunti sulle cose da fare, contattò il miglior Provider disponibile in rete (almeno da quello che dicevano gli specialisti) e acquistò un servizio Hosting WordPress, visto che secondo gli specialisti l'uso di un CMS come WordPress era fondamentale per la gestione di un blog.

Bah, se lo dicevano loro poteva essere vero...

Servizio acquistato, blog creato (alla buona, molto alla buona...) e inizio trionfale dell'attività di colui che in breve tempo sarebbe diventato il miglior

blogger in circolazione, sconfiggendo quelli che venivano ritenuti i migliori esperti del settore.

I trionfalismi iniziali si spensero presto, Amedeo si rese conto del fatto che scrivere su un blog aziendale (e lui non scriveva per nessuna azienda) non era poi così facile... anzi.

Aveva sentito parlare di contenuti ottimizzati secondo le regole del SEO Copywriting, ma non aveva la minima idea di cosa si trattasse e di come poter delineare degli articoli seguendo queste determinate norme, se così si poteva chiamarle.

Cercò aiuto contattando gli esperti del settore, ma in pochi si presero il disturbo di rispondergli, se non con frasi del tipo "Purtroppo ora sono in un momento un po' incasinato, poi ne riparleremo più in là" e cose così.

Risultato finale: dopo qualche mese di attività, il progetto di Amedeo iniziò a scricchiolare paurosamente. Non aveva idea di come strutturare un calendario editoriale, non aveva un target di riferimento preciso a cui rivolgersi, non riusciva in nessun modo a strutturare degli articoli inserendo come si deve le keywords principali... ma quali erano queste keywords? Senza un target come poteva stabilire quali erano le parole chiave sulla quale puntare?

Un progetto caotico nato per caso ma concluso dopo pochi mesi, Amedeo rinunciò al suo blog che aveva il dono di essere veloce e quindi piacevole per la navigazione degli utenti che però non apprezzavano per niente i suoi articoli.

Arrivarono a definire il suo lavoro mera fuffa, il termine che in tale ambito più deve preoccupare. Si decise a rinunciare a tutto quando soppesò le cose e decise che, per lui, era meglio passare per bamboccione piuttosto che fuffarolo.

# Il tuo sito è lento? Aspetta prima di lanciare il PC dalla finestra

Non poteva più tollerare quella beffa, era impossibile continuare il proprio lavoro in maniera decente con quella connessione da quattro soldi, checché ne dicessero i vari strumenti che attestavano un buon livello della linea ADSL che sua madre aveva accettato di installare in casa. Proprio lei, classica vecchia matrona assolutamente all'oscuro di internet e di come potesse funzionare una realtà come il web.

Un notevole sforzo di volontà, un balzo nel buio, un attestato di fiducia fatto da una madre nei confronti di un figlio che, ovviamente, non aveva compreso questo slancio della propria "nutrice". Amedeo era un ragazzotto testardo, incapace di grandi slanci emotivi e totalmente chiuso in se stesso. Aveva avuto l'idea geniale di sfondare sul web, iniziando anche in maniera discreta mettendo su un buon sito web, ma c'era un problema di fondo: il suo sito era di una lentezza spaventosa.

Neanche il più santo dei santi avrebbe resistito ai tempi di caricamento delle pagine del sito del buon Amedeo, sempre più convinto che fosse tutta colpa della madre e della connessione da quattro soldi. Per sua fortuna, arrivò un giorno in cui uno sprazzo di lucidità lo fece rendere conto di una semplice realtà: solo il suo sito andava così lento, ogni qual volta tentava di collegarsi ad altri siti la connessione filava che era una bellezza.

Summa finale, non poteva essere colpa della connessione di casa, tranne se l'ADSL non avesse preso di mira per antipatia il suo sito, ma per il momento sembra che il web sia incapace di mettere sul piatto un lato emotivo.

La soluzione era quindi da cercare da qualche altra parte. Sì, ma dove?

Quale cosa migliore se non chiedere ai grandi professionisti del web che aveva come amici su Facebook (ogni tanto uno di loro aveva il buon gusto di rispondergli), che iniziarono ad additare al malfunzionamento del sito una serie di ipotesi che sembravano uscite fuori da un film di fantascienza

degli anni '50... fino a quando un certo Riccardo Lievito, con ogni probabilità il migliore su piazza, nominò una parolina magica: hosting!

Fu come essere colpiti in piena fronte da una pietra, Amedeo ricordò immediatamente la sua scelta scriteriata di puntare su un hosting gratuito e di non aver voluto spendere nemmeno un centesimo per quella che riteneva essere una sciocchezza. Ma era mai possibile che questa tempistica pachidermica che si era impossessata del suo sito avesse a che fare con questi fantomatici hosting?

A quanto pare era proprio così.

Il buon Riccardo fu ben disposto a dare ad Amedeo delle dritte in tal senso, mettendo in evidenza i motivi per cui l'acquisto di un hosting veloce fosse l'unica via da perseguire per avere grandi risultati sul web, o comunque un primo passo assolutamente necessario.

Secondo voi, il buon Amedeo seguì pedissequamente il consiglio del grande professionista? Ovviamente no! Risultato finale di questa condotta: un disastro in piena regola.

Crescita inesistente delle visite sul sito, nonostante i contenuti proposti dal caro Amedeo non fossero proprio da buttare, se non altro se messi a paragone con la mole di fuffa che ogni giorno circola sul web. Ma il sito era lento, lento, LENTO... così lento da essere insostenibile durante la navigazione.

Quasi tutti mollavano dopo pochi secondi, i più temerari arrivavano addirittura a una ventina di secondi, proprio come dei navigatori senza paura pronti all'avventura in mari sconosciuti. Prima o poi, però, qualunque essere umano vuole giungere a un obiettivo, a vedere terra... insomma, un utente vuole veder comparire il sito web su cui sta tentando di collegarsi.

Amedeo era convinto delle sue cose, era dannatamente certo che tutto quello che proponevano i Web Provider altro non erano che truffe permesse dallo Stato, proprio come facevano quelli che proponevano la linea telefonica (come quella schifosa ADSL che sua madre aveva messo in

casa) o quelli che vendevano luce e gas (la prova delle loro malefatte erano sulle bollette salatissime che riceveva ogni bimestre).

Spendere ancora soldi per il web, solo per far arricchire qualche società di furbacchioni? Neanche per sogno!

Sapete quale fu la fine dei progetti di Amedeo? Continuò imperterrito a lavorare sul suo sito, studiò tanto e arrivò a un ottimo livello come Copywriter... peccato che nessuno vide mai i suoi contenuti a causa di un sito talmente lento da portare alla disperazione anche il più savio degli esseri umani.



# Come cavolo controllo le statistiche del mio sito?

Nonostante gli sfottò, nonostante sua madre non facesse altro che ricordargli quanto fosse inetto e inadatto al lavoro, nonostante tutto questo... Amedeo era diventato davvero bravo come SEO Copywriter, o per meglio dire se la cavava egregiamente.

Aveva creato il suo blog in poco tempo utilizzando il miglior Hosting WordPress che aveva trovato sul web, dopodiché si era messo al lavoro con grande volontà e con la voglia di mettersi davvero in gioco, cosa fatta per la prima volta in 30 anni di vita vissuti fino a quel momento in modo troppo pacioso.

Basta con l'ozio, fine dell'eterno poltrire, Amedeo era come una macchina pronta a tutto pur di creare dal nulla una sua posizione lavorativa. Ne aveva piene le scatole di call center e di pub in cui fare il cameriere per ore e ore. Dopo qualche mese di lavoro, iniziò a pensare a un modo per conoscere in maniera dettagliata i risultati dei suoi contenuti caricati sul blog tre volte a settimana e che toccavano diversi ambiti del settore informatico, dalle interviste ai professionisti del web alle news fino ad arrivare ai tutorial che i lettori sembravano gradire molto.

Già, ma come valutare i miglioramenti portati dal suo lavoro? Poteva utilizzare Google Analytics per tenere sotto controllo le statistiche del sito, ma chissà per quale motivo Amedeo non aveva la benché minima fiducia degli strumenti forniti da Google, secondo lui troppo di parte per fornire dati veritieri e ben più propenso verso le grandi attività e i portali di notevoli dimensioni.

No, per il suo lavoro aveva bisogno di un qualcosa di diverso, uno strumento in grado di fornirgli statistiche veritiere e di tenere sotto controllo l'andamento del sito e delle keywords sulla quale stava puntando fortemente.

Mise al vaglio moltissime soluzioni, fino a quando non arrivò a trovare il software adatto per le sue esigenze: SEMrush.

Si mise in contatto con la ragazza che si occupava del blog di SEMrush Italia, strinse con lei un rapporto di fiducia reciproca e si fece dare dei saggi consigli per riuscire a realizzare un progetto su SEMrush.

Pur con qualche difficoltà iniziale, Amedeo riuscì a trovare un suo ordine e iniziò a monitorare la situazione e l'andamento del blog, andando a migliorare quegli aspetti che potevano portare a dei cali di visibilità e modificando quindi strategie per portare le keywords sempre più in alto. La cosa che più gli piaceva di SEMrush era la possibilità di osservare da vicino i propri competitor, carpire i loro segreti per prendere spunti interessanti per migliorare il suo lavoro.

In un paio d'anni il suo blog divenne uno dei più famosi in Italia, ogni qual volta veniva realizzato un evento in Italia sulla SEO e il Copywriting egli era uno dei primi ospiti che venivano contattati, la punta di diamante che la gente veniva ad ascoltare per prendere spunto per i propri progetti.

Un autentico plebiscito di consensi...

Amedeo si ridestò dal suo sonno!

Così, d'improvviso, a causa di sua madre che urlava dalla cucina che la colazione era pronta in tavola. Il sogno che aveva fatto gli aveva fatto immaginare scenari eccezionali che desiderava con tutte le sue forze far diventare realtà... già, ma forse era meglio iniziare a creare il blog contattando qualche Web Provider.

# Ho trovato, è Instagram il social che mi porterà al successo... forse

I social network rappresentano senza ombra di dubbio la nuova frontiera del business, gli strumenti necessari per portare un'attività (che si tratti di un'azienda o di un progetto personale) verso il meritato (?) successo... già, ma su quale social puntare?

Amedeo ci stava ragionando già da un bel po' di tempo.

Facebook? Certo, senza dubbio quello di Zuckerberg è il social definitivo, ma secondo gli studi portati avanti dal protagonista di questa vicenda il target a egli cui voleva rivolgersi con i suoi contenuti era molto "attratto" dai contenuti visual.

Ecco perché dopo attente analisi personali e una volta scartata l'ipotesi Pinterest (non ci aveva capito granché di questo social) Amedeo aveva deciso che Instagram era la strada giusta da percorrere.

Non c'erano dubbi, era questo il momento adatto per puntare con tutte le proprie forze su questo social network, in particolar modo per il recente rilascio di una nuova funzione chiamata Instagram Stories che scimmiettava, in un certo senso, le funzioni di Snapchat, il social definito da alcuni esperti del settore come "il social dei bimbininkia", con la k a enfatizzare un utilizzo approssimativo della lingua italiana.

Da un po' di tempo a questa parte l'attività di consulente turistico di Amedeo andava a gonfie vele, il suo sito web rispondeva con prestazioni eccelse dovute senza dubbio al servizio web hosting affidabile che aveva scelto, il problema era che secondo lui il grosso degli utenti non si era ancora accorto di lui. Non erano le prestazioni del sito a frenare il suo successo, era lui stesso e i suoi contenuti ad agire come un freno a mano impossibile da scardinare.

Bisognava assolutamente andare a intercettare quelle persone, quei clienti che potevano essere interessati a quanto lui aveva da offrire, in realtà ben

poco visto che non aveva visitato nessuno dei Paesi di cui offriva consulenza, ma si trattava di un mero dettaglio. Dopotutto, internet non è forse il luogo in cui la teoria domina su tutto a discapito dei reali risultati? Questo era il punto di vista di Amedeo, talmente convinto delle sue cose da evitare di stringere rapporti con i professionisti del web.

Da quale punto iniziare?

Amedeo non aveva dubbi, dopo aver letto un articolo dettagliato su come fare marketing con Instagram avrebbe avuto tutte le info necessarie per far diventare il social una nuova arma con la quale conquistare il web e sconfiggere anche quelle odiose aziende che offrivano un servizio di consulenza simile al suo e che potevano permettersi ingenti spese per campagne pubblicitarie.

Il momento del trionfo... sulla carta

Una guida che ti garantisce informazioni e consigli di ottimo livello, tutto il tempo del mondo per mettersi al lavoro come si deve, voglia di sfondare: tutto questo non poteva portare ad altro che a un meritato e clamoroso trionfo!

Questo almeno era quanto immaginava Amedeo.

Il successo non arrivò mai, il suo profilo Instagram non riusciva apparentemente a intercettare utenti realmente attivi e interessati ai contenuti che lui poteva offrire.

Qual'era il successo del clamoroso insuccesso della gestione Instagram di Amedeo? Lo studio, senza ombra di dubbio. Il buon ragazzo capì bene sulla sua pelle che non ci si può improvvisare Social Media Manager senza un'adeguata preparazione, non poteva certo bastare un pur ottimo articolo con consigli su come poter iniziare un certo tipo di attività.

Non si perse comunque d'animo, capì che se voleva crescere e migliorare in questo lavoro aveva bisogno di mettersi a studiare come si deve e affidarsi a testi scritti da gente che ne capisse sul serio. Il Social Marketing non è una cosettina da poco, anzi senza un'adeguata preparazione diventa un tipo

di attività impossibile da gestire se non con tentativi destinati ad andare a vuoto nella stragrande maggioranza dei casi.

Visto che non aveva soldi, pensò bene di iniziare da un ebook gratuito che spiegasse in maniera completa il mondo di Instagram, testo scritto da un professionista in grado di svelare tutti i segreti del social. A questo punto Amedeo aveva intuito la lezione principale, ovvero che la strada per il successo passa inevitabilmente per la studio costante.

# Siamo a metà agosto, cosa posso scrivere sul blog?

Estate. Caldo. Niente vacanze.

La stagione estiva di Amedeo si potrebbe racchiudere solo così. Un'estate passata nel caldo torrido della sua cameretta, con un misero ventilatore che fa circolare solo aria bollente.

Giornate intere passate a sbirciare su Facebook tutti gli amici che si divertono al mare...

In tutto questo, l'unico pensiero con cui convive Amedeo è questo: cosa cavolo scrivo sul blog?

Durante i mesi estivi, con agosto in particolare, il traffico web subisce un vero e proprio crollo verticale. Un blogger non dovrebbe però farsi trovare impreparato, egli conosce perfettamente le dinamiche del web ed è preparatissimo ad affrontare la stagione estiva nel migliore dei modi per non avere un calo eccessivo nelle visite quotidiane.

Il problema era che Amedeo non si era preparato granché ad affrontare questo periodo.

Aveva speso tutto il suo tempo a raccogliere informazioni su come realizzare un blog di ottimo livello, sia a livello grafico che come performance, ma non aveva la minima idea di come gestire le pubblicazioni dei contenuti.

Andava avanti un po' alla cieca, decidendo giorno per giorno cosa pubblicare, facendosi trascinare dall'ispirazione giornaliera. Purtroppo non sempre la musa ispiratrice è pronta a bussare alla nostra porta, vi sono infatti dei giorni di buio assoluto, momenti in cui un blogger deve cercare di spremere il massimo dai pochi (nulli) spunti che giungono nel cervello.

Non aveva mai sentito parlare di calendario editoriale e di come realizzarne uno per dare un ordine preciso al suo lavoro e non dover essere schiavo della quotidiana ispirazione, perché il giorno che essa non si sarebbe presentata sarebbero stati guai enormi.

Ora che era a metà agosto, il suo andare a casaccio senza riferimenti, con una ormai cronica mancanza di ispirazione, avevano portato Amedeo a una situazione stagnante, bloccata, “ferma al palo” come si usa dire.

Ed ecco che il nostro eroe (?) si trovava nella sua stanza, 40 gradi di temperatura, sudore e una noia spaventosa a tenergli compagnia, un blog perfettamente funzionante reso tale dal migliore servizio Hosting WordPress che aveva trovato sul web, ma la mancanza di ordine e di preparazione lo aveva portato a questa situazione ormai disperata.

Cosa pubblicare sul blog senza una minima idea da cui partire? Cosa condividere poi sui profili social creati e gestiti al meglio delle possibilità?

Quesiti a cui Amedeo non riusciva a dare uno straccio di risposta valida...

Vuoi aiutarlo tu ad avere qualche idea? Come organizzarsi le pubblicazioni sul tuo blog durante il periodo estivo?

# Provider hosting: la genesi di un progetto

L'inizio di un progetto è sempre figlio di un'idea, di un momento di fulgida illuminazione interiore, di un semplice istante in cui i continui stimoli provenienti dal mondo esterno confluiscono verso un centro unico, una sola visione, un corpus modellato per soddisfare alcune tendenze interiori. Questo, signori, è il movimento di base che smuove ogni professionista che decide di mettersi in gioco seriamente.

Amedeo e Luca erano due giovani uomini (espressione un po' antiquata ma che ben definisce quella fascia in cui non si è più troppo giovani per essere adolescenti ma nemmeno troppo grandi per essere chiamati adulti) ambiziosi ma poco propensi a continuare una vita professionale fatta di scarse soddisfazioni: il primo collaborava saltuariamente con diverse aziende, l'altro aveva tentato con risultati alterni la strada dell'assistenza telefonica. Lavori decorosi, tutto sommato ben retribuiti per quelli che sono gli standard attuali. Quello che però risultava essere in profonda sofferenza era l'amor proprio di Amedeo e anche di Luca, feriti nella loro anima da un tipo di vita che non gli apparteneva e che mai avrebbero voluto vivere.

Da qui la decisione definitiva, iniziare insieme un percorso professionale che li avrebbe visti come protagonisti, con tutte le glorie e i grandi rischi che una scelta di questo tipo comporta.

Per iniziare un qualunque tipo di progetto, la cosa fondamentale è seguire quelle che sono le proprie inclinazioni e le passioni che smuovono ogni individuo, in modo da poter assicurare un impegno costante e una presa di coscienza di un certo tipo sull'importanza del lavoro che si andrà a svolgere. Amedeo e Luca ne discussero per svariati mesi, sarebbe stato senza ombra di dubbio un progetto di natura informatica visto che i computer li avevano sempre affascinati, fin dai tempi del mitico Commodore 64.

Una volta definito il settore di riferimento, i due protagonisti di questa vicenda iniziarono a riflettere su quale tipo di attività intraprendere per



costruire una propria vita professionale senza stare al soldo di qualcun altro, una libertà che inseguivano da tempo e che avrebbero raggiunto, a qualunque costo.

La prima idea fu quella di aprire un negozio online, un sito E-Commerce su cui proporre alcuni prodotti da vendere... già, ma quali? Un negozio di abbigliamento? Di scarpe? Di prodotti alimentari? Di componenti elettronici? Pezzi di ricambio per auto? T-Shirts firmate?

Sembra che una volta stabilito il settore di riferimento tutto sarebbe stato più semplice, ma in realtà i due sconclusionati eroi di questa vicenda sentivano di non aver ancora mosso il primo vero e proprio passo in avanti e di essere ancora bloccati in questa eterna fase transitoria. Una fase che doveva essere sbloccata in qualunque modo!

L'idea venne ad Amedeo durante un pacioso pomeriggio di primavera. Mentre era alla ricerca di idee per decidere che tipo di lavoro creare, facendo un giro per i vari forum in cui appassionati di informatica si ritrovavano a scambiare opinioni notò un punto decisivo: la maggior parte degli utenti si lamentava di non riuscire ad avere servizi di valore per la gestione dei propri siti web, che risultavano per la maggior parte delle volte eccessivamente lenti.

Ecco l'idea!!!

Sarebbero stati loro a dare a questi utenti i software e le macchine fisiche che avrebbero garantito a tutti ottime performance, garantendo così ai professionisti di poter finalmente contare su un servizio di un certo livello e di una continua assistenza tecnica disponibile in qualunque momento della giornata.

Ne parlarono insieme, definirono i punti principali e a quel punto iniziarono la girandola di movimenti che era opportuno fare per la creazione del proprio Data Center. Non sarebbero stati come tutte le aziende del settore, la loro società sarebbe stata ben diversa. Partendo dalla voce degli utenti, leggendo quelle che erano le loro problematiche e difficoltà, capendo quali

erano i punti deboli degli altri Web Provider, decisero che loro sarebbero stati diversi da tutti

La nascita del Provider Hosting che avevano progettato per mesi fu una grande soddisfazione, ma ancora più grande fu il piacere di riuscire ad aiutare realmente i primi clienti che rilasciavano recensioni entusiaste per il servizio reso e per la vicinanza al cliente mai abbandonato al proprio destino. E questo era solo il principio... il sogno era crescere sempre di più, diventare dei pezzi grossi a capo della più grande azienda del settore, crescere talmente tanto da mettere in ginocchio la concorrenza.

Non si arriva però a certi livelli senza impegno, sacrificio, onestà e duro lavoro. Amedeo e Luca erano consapevoli del lavoro che li attendeva, non sarebbero stati mesi facili, da soli avrebbero dovuto assicurare servizi di un certo livello e un'assistenza tecnica costante.

Un grande sacrificio, necessario per raggiungere grandi obiettivi.

# Ormai sono tutti blogger, come posso differenziarmi?

Non era riuscito a trovare un lavoro adeguato a quelle che erano le sue esigenze private, nessuno che avesse riconosciuto in lui un minimo dell'immenso talento che lo contraddistingueva (in cosa, di preciso, ancora non era dato saperlo).

Amedeo aveva trovato l'idea giusta durante un tedioso pomeriggio autunnale, in un momento di profonda frustrazione e di grande noia... un'illuminazione, la nascita improvvisa di un'idea geniale: diventare un blogger freelance.

In un periodo storico come questo, in cui sembra impossibile trovare un lavoro ed essere assunti in maniera decente con una paga degna di questo nome, tanto vale crearsi una posizione professionale da solo, senza chiedere niente a nessuno.

Una volta acquistato il piano Hosting WordPress e aver messo su il suo nuovo blog (in realtà era stato il cugino webmaster a fargli tutto, ma sono dettagli) il buon Amedeo si mise in moto con la produzione di contenuto su svariati argomenti, dalla tecnologia all'informazione fino ad arrivare ad ambiti più professionali come la SEO e l'attività sui Social Media.

Dopo un paio di mesi di continua attività, Amedeo iniziò a incontrare alcune difficoltà ma non tanto per quel che riguarda la scrittura di contenuti che gli riusciva abbastanza bene, semmai il problema era un altro:

come distinguersi dagli altri?

Quali altri? Chi per professione si occupa di un blog lo sa molto bene, ormai al mondo sembra che tutti siano diventati blogger.

Pensa a un argomento, uno qualsiasi, e vedrai che in Rete vi sono diversi blogger super-professionali-sapientoni-pronti-a-tutto in grado di fornire continuamente contenuti, approfondimenti, consigli, tutorial e chi più ne ha più ne metta.

Amedeo si era accorto di essere diventato una sorta di copia conforme alla massa, uno scribacchino web bravino nel suo lavoro ma che non aveva possibilità di farsi realmente notare in un mondo in cui vi sono diversi concorrenti e svariati super specialisti considerati alla stregua di oracoli.

Che fare, quindi?

Il protagonista di questa breve storia arrivò a considerare tutte le possibilità e le cose che avrebbe potuto fare, arrivando infine a una duplice scelta da seguire:

Specializzarsi su un settore in particolare

Cercare di differenziarsi in qualche modo rispetto ai blogger del settore

La decisione era dunque presa.

Amedeo iniziò a studiare e ad approfondire gli argomenti scelti che riguardavano la SEO, sia per quel che riguarda l'ottimizzazione dei contenuti che le caratteristiche dei software in grado di garantire dei vantaggi agli utenti, ovvero i piani hosting web.

Scelta azzeccata, visto che dopo qualche mese in cui il nostro protagonista aveva lavorato giorno dopo giorno alla realizzazione di articoli di un certo spessore venne contattato da un'azienda in cerca di un blogger professionista che si occupasse in pianta stabile del suo blog aziendale.

Il motivo per cui questa grande azienda aveva deciso di contattare Amedeo e non altri blogger era per il taglio personale ed empatico che egli era riuscito a dare al suo blog.

Aveva puntato con decisione sullo Storytelling, proponendo quindi di volta in volta una serie di storie attraverso cui veicolare alcuni messaggi e indicazioni, creando così un rapporto diretto e "profondo" con gli utenti che si erano riconosciuti nelle brevi storie che Amedeo pubblicava, almeno un paio a settimana.

Grazie a questa presa di coscienza di dare maggiore spazio all'estro e alla sua creatività, Amedeo era riuscito a balzare fuori dal mucchio dei centinaia di blogger che si occupavano di argomenti simili.

Il grande pregio di Amedeo era stato quello di capire che i lettori non erano semplicemente dei numeri o una serie di nomi da inserire in una tabellina, si trattava di persone reali in cerca non solo di informazioni ma anche di un contatto umano, di percepire emozioni, di seguire e condividere una visione generale delle cose.

# **Sto cercando il meglio per il mio business, non resta che una soluzione...**

La grande euforia per l'eccezionale scalata verso il successo era ora annacquata da una sensazione fastidiosa, estremamente frustrante se una mente stanca avesse deciso per malasorte di dargli ascolto.

L'incredibile sviluppo e crescita del sito della sua azienda era stato reso possibile dal suo duro lavoro, dall'incredibile costanza che Amedeo aveva messo in ogni singolo giorno della sua attività. I prodotti che metteva in vetrina sul suo sito erano di ottimo valore, i servizi proposti di una qualità difficilmente riscontrabile presso i competitor.

Questa eccelsa qualità dei servizi proposti aveva portato il sito web principale di Amedeo (più molti altri siti "minori" che utilizzava sapientemente per portare sempre più persone verso il sito dell'azienda) ad affrontare una mole di traffico spaventosa, assolutamente impensabile fino a un paio d'anni prima.

Aveva investito tutto quello che possedeva in questa impresa, ci aveva creduto fin dall'inizio, anche quando le cose sembravano non decollare proprio in nessun modo.

Sua madre, di certo, non gli era di grande conforto. Per lei, donna di un'altra epoca colpita da quella spiacevole difficoltà nel comprendere le nuove generazioni, il tempo che il figlio passava dinnanzi a un PC era solo speso malamente, un tempo sprecato in attività inutili da ragazzini viziati che mai avrebbero portato a dei risultati.

Non che sua madre considerasse il proprio pargolo come un imbecille, ma di sicuro non in grado di fare chissà quali grandi imprese nel corso della vita. Dopotutto Amedeo era sempre stato un perfetto mammone, o come qualche politico aveva etichettato di recente un bamboccione. Ecco, sua madre quando ripensava a quel delirante discorso del viscido politico di turno pensava sempre a suo figlio.

Chi poteva essere più bamboccione di lui?

Sempre vicino a sua madre, un legame emotivo forte che però in alcuni casi sembrava sfociare in una forma di possessione. Nessuno dei due riusciva in realtà a immaginarsi senza l'altro. L'atteggiamento iperprotettivo della madre aveva portato Amedeo ad avere diverse insicurezze personali, soprattutto nei confronti dell'altro sesso.

Sarebbe rimasto fino ai 35 anni ancorato alle gambe di mamma, poi avrebbe trovato un qualche squallido impieguccio da quattro soldi con la quale avrebbe affittato in monolocale per vivere alla giornata. Un destino triste e miserevole che Amedeo aveva stracciato con le sue eccelse qualità di imprenditore e di specialista web.

Amedeo però aveva delle certezze, ma solo in un ambito: quello professionale! Aveva studiato duramente e aveva compreso diverse cose, soprattutto che quando si parla di business, soprattutto di business web, il solo talento non può bastare. O meglio, potremmo dire che al talento devono seguire delle risorse di un certo spessore, al fine di dare una base forte su cui poi sviluppare la propria creatività.

Amedeo si serviva da anni presso un Provider che lo aveva sempre soddisfatto, sin dai periodi iniziali con l'acquisto dell'hosting economico con la quale aveva cominciato.

Nel corso dei mesi la sua attività aveva conosciuto un vero e proprio boom, un trionfo in termini di vendita che aveva portato Amedeo a dover affrontare la situazione attuale.

Era arrivato il momento di uscire dalla fase di stallo in cui era caduto, visto che il servizio che utilizzava da un po' non rispondeva più a quelle che erano le sue esigenze...

Il nostro protagonista aveva ben capito che era giunto il momento di puntare su un tipo di servizio che potesse assicurare tre punti fondamentali:

- Massima libertà di gestione e di personalizzazione
- Prestazioni di livello massimo
- Traffico mensile illimitato

Viste queste premesse, la scelta finale non poteva che essere una...

Dopo aver rimesso le cose a posto, Amedeo riprese la sua marcia trionfale senza avere più nessun tipo di problema. Aveva deciso di “mettere” tutti i suoi siti, compreso quello principale grazie al quale riusciva a tirar fuori il companatico quotidiano, tutti all’interno di una sola macchina interamente dedicata al suo business.

L’acquisto di un Server Dedicato si rivelò ben presto come la migliore delle scelte possibili. Da quel momento in poi il lavoro di Amedeo non conobbe più freni... con buona pace delle disastrose aspettative di sua madre.



# Devo costruire una landing page efficace... già, ma come?

Ne aveva fatta di strada il buon Amedeo. Dal primo giorno in cui mise piede nell'azienda, il protagonista di questa breve storia aveva saltato a grandi passi ogni possibile step, passando da un aspirante blogger a super esperto in Copywriting, ottimizzazione SEO, Social Media Manager (o Strategist, non era ancora sicuro di aver ben compreso la differenza) e inoltre creatore di testi e contenuti per le varie campagne di marketing dell'azienda.

Insomma, ne aveva di lavoro da fare... tutta una serie di "specializzazioni" che, se vogliamo, lo avrebbero portato molto presto a sviluppare un curriculum professionale di un certo spessore, e poi chissà.

Se in principio la timidezza e il carattere introverso lo facevano sentire un pesce fuor d'acqua, anche se in ufficio gli volevano tutti bene e lo trattavano in maniera degna, Amedeo prese man mano coraggio e cominciò a farsi sentire tirando fuori una personalità che i più non sospettavano.

Era il momento giusto per pigiare sull'acceleratore e conquistare quella fetta di "gloria personale" che sentiva di meritare fino in fondo, vista la grande mole di lavoro svolta tutti i giorni senza battere ciglio, anche quando il tempo non bastava per coprire tutti gli impegni.

Amedeo però ci riusciva sempre, in un modo o nell'altro riusciva ogni giorno a completare al meglio i suoi impegni.

Questi notevoli miglioramenti portarono il capo di tutta la baracca a riflettere su un punto in particolare: se Amedeo sta dimostrando di saper maneggiare anche una delicata materia come il Web Marketing, se dimostra con i contenuti proposti ogni giorno di essere a conoscenza delle tecniche giuste per ottenere ottimi risultati... perché allora non affidare a lui la realizzazione delle Landing Page delle singole offerte dei servizi hosting web?

Il buon Amedeo, consapevole delle sue immense qualità di WebSocialMediaManagerStrategistEccEcc, accettò immediatamente

l'incarico e iniziò a lavorare senza indugio alla realizzazione della nuova Landing per la nuova offerta che sarebbe stata lanciata da lì a qualche giorno e su cui l'azienda puntava tantissimo.

Inutile sottolineare come la scelta di affidare a lui il lavoro fosse in realtà un vero e proprio esame, una prova che i suoi datori di lavoro volevano da lui per vedere se in effetti avesse assimilato per bene tutte le tecniche e le competenze degne di un vero professionista.

Tronfio e deciso Amedeo iniziò a lavorare ma... dopo pochi minuti, con sommo rammarico, si rese conto di aver fatto il passo più lungo della gamba. Detto in soldoni: non aveva la benché minima idea di come realizzare una Landing che potesse sul serio attirare il target e spingerlo a compiere un'azione.

Compiere un'azione, nel gergo dei professionisti del marketing, equivale a realizzare una conversione. Vendere. Fare soldi. Aumentare il profitto. Arricchirsi. Vendere il più possibile. Senza indugio. Subito. ORA!

Un elemento indispensabile per poter andare avanti nel proprio lavoro è sapersi fermare, guardare in faccia e ammettere a se stessi di non essere in grado di sviluppare qualcosa.

Abbattersi? No di certo, anzi la cosa deve essere uno stimolo per cercare di migliorare e di imparare il più possibile. Amedeo sapeva che avrebbe dovuto impegnarsi più di altri per poter sul serio realizzare quello che i datori di lavoro volevano e, soprattutto, con i risultati che loro si aspettavano.

La cosa migliore che poteva fare era impegnarsi e trovare guide, tutorial e articoli utili per acquisire quante più conoscenze fosse in grado di assimilare. Per sua fortuna, in uno dei blog più seguiti del settore (spazio personale di una professionista di eccelso valore) Amedeo trovò quello che stava cercando, una perfetta e curatissima guida su come costruire una Landing Page.

Amedeo la lesse con attenzione più e più volte, corroborò con altre letture e alla fine sì, riuscì nel suo intento, realizzò (con l'aiuto del grafico che seguiva ogni sua richiesta) una Landing che si dimostrò davvero efficace.

Grazie a questo suo lavoro e alla sua voglia di migliorarsi, Amedeo riuscì a dare un contributo eccelso per fare in modo che l'offerta riscontrò dei numeri eccezionali.

Un passo in avanti per un giovane professionista sempre pronto a migliorarsi e capace di riconoscere i propri limiti.

# Confessioni amare di un blogger malinconico

Scrivere su un blog ogni giorno non è una cosa così semplice come potrebbe apparire a una prima occhiata. Una cosa che Amedeo aveva capito fin troppo bene fin dai primi giorni di lavoro, un breve periodo in cui tutte le eccezionali aspettative erano miseramente crollate dinnanzi alle tante difficoltà che questa attività nasconde.

Amedeo si era ritrovato a occuparsi di questo lavoro quasi per caso, chiamato da un'azienda capitanata da un gruppo di amici di vecchia data che avevano deciso di affidare a lui le sorti del loro blog aziendale, poco curato nel corso degli anni ma che comunque presentava già un gran numero di visitatori abituali.

Ecco quindi che il nostro protagonista si ritrovò d'un tratto a essere invischiato in un mondo estremamente più complicato di quello che aveva immaginato. Un mondo oscuro fatto di strane sigle

Se dapprima Amedeo accettò con entusiasmo la proposta fatta dagli amici di vecchia data che avevano deciso di dargli così tanta fiducia, nel giro di poco tempo il caro ragazzo si ritrovò invischiato in un mondo dominato da una serie spaventosa di oscuri acronimi come SEO, SEM, Ads e tanti altri di cui non aveva mai sentito nemmeno nominare.

Cosa dire poi del software chiamato hosting che, secondo il parere dei suddetti esperti, era assolutamente necessario per il funzionamento del programma (Amedeo lo chiamava così, i super esperti lo chiamavano CMS) su cui scrivere ogni giorno i suoi articoli.

Gli avevano detto che questo software si chiamava WordPress, che questo era lo strumento adatto per tutti i blogger di alto rango e che per poter funzionare al meglio necessitava di uno spazio web ottimizzato chiamato per l'occasione Hosting WordPress (Amedeo si divertiva in questi casi a sentenziare sull'eccelsa fantasia degli informatici).

Ad ogni modo, se questa era il mondo in cui si era infilato avrebbe dovuto imparare suo malgrado ad avere una maggiore dimestichezza con questi termini brutti da sentire ma che celavano un universo di nozioni e teorie... a volte senza nessuna attinenza con la realtà, ma sempre teorie di professionisti erano.

La scrittura degli articoli, la crescita nel corso dei mesi

Inutile girarci tanto attorno: i primi mesi di Amedeo come “novello blogger” furono un vero e proprio disastro. Non per l’impegno, quello era sempre massimo, ma per la resa finale.

Articoli totalmente fuori target, attività link building assente, utilizzo spropositato del grassetto, nessuna parola chiave inserita all’interno del testo ecc.

Andare avanti alla cieca era impossibile, perciò il nostro “eroe” iniziò a leggere diversi libri di specialisti sui vari argomenti, in particolar modo sulla scrittura web.

Risultato finale: un netto miglioramento nel corso dei mesi.

Nel giro di un anno il nome di Amedeo divenne uno dei più apprezzati tra quelli compresi nella sfera definita “le nuove leve” spesso snobbata e denigrata dai super esperti che, sulla falsa riga di un Mega Direttore Galattico Duca Conte Barambani de noantri, tendono a porsi su un piedistallo criticando a spada tratta qualunque cosa fatta dai nuovi arrivati. Critiche su critiche, ma completa assenza di proposte di nuove teorie di valore che potessero rappresentare un faro per illuminare l’altrui ignoranza. Non funziona forse così in tutti gli ambiti, soprattutto in Italia?!

Il pezzo maledetto, nell’occhio del ciclone

Chiunque si diletta, per lavoro o anche per mera passione, avrà fatto i conti prima o poi con il Momento X come lo chiamava Amedeo, ovvero quel momento in cui un articolo scritto riesce a provocare una serie di reazioni non proprio positive.

Il Momento X era arrivò anche per Amedeo, abbattendosi con la forza di un tornado soffiato direttamente dalle narici di una divinità offesa per chissà quale arcano motivo.

Un gran casino scoppiato per un articolo, un pezzo pubblicato la settimana prima da Amedeo che prendeva in esame una determinata situazione indicando possibili soluzioni che, in un certa maniera, andavano a indirizzare i lettori verso i servizi venduti dalla sua azienda.

Non è forse compito di un blogger che si occupa di un blog aziendale quello di cercare di portare traffico qualificato verso il sito principale, al fine di aumentare le conversioni? Ovviamente, cosa che Amedeo sapeva bene, senza tentare di sminuire il valore di terzi.

Guai andare a pestare i calli a chi non ha nessuna intenzione (per mero affanno personale) di farseli pestare o comunque di intraprendere una discussione su un piano costruttivo.

Risultato finale di questo Momento X?

Una grande lezione di vita imparata da un Amedeo deciso a continuare con il suo lavoro fino a quando ci sarà qualcuno che glielo farà fare ma massima e assoluta attenzione su cosa pubblicare. Cercare di proporre contenuti di qualità, ma allo stesso tempo non farsi prendere troppo la mano cercando di arrampicarsi nel costruire (anche se in modo sottile) dei paragoni che potrebbero suscitare proteste.

Se fosse riuscito a evitare di creare in futuro altri Momenti X sarebbe stato meglio, senza dubbio.

# C'è ancora vita sui social senza advertising?

Fin dall'alba dei tempi, ovvero da qualche anno a questa parte, dalla comparsa dei social network e dalla loro incredibile diffusione a cominciare da Facebook, qualche personaggio dotato di grande acume capì come queste piattaforme che la maggior parte delle persone utilizzava solo per passare un po' di tempo potevano in realtà rappresentare una grande occasione professionale.

Questa considerazione, fatta inizialmente da pochi, ha portato alcuni grandi professionisti a conquistare il terreno e ad anticipare la concorrenza, conquistando così uno spazio enorme.

Amedeo ammirava tantissimo questi personaggi, quasi alla stregua di grandi pionieri intenti a svelare i segreti di un nuovo mondo. Professionisti di grande livello che avevano anticipato i tempi e avevano intuito cose che per gli altri non era nemmeno ipotizzabili.

Fino a un certo punto sono andate così, fino all'arrivo dei famigerati algoritmi che hanno stravolto il funzionamento dei Social Media, perlomeno dei più importanti.

Social Media, essenziale investire per avere successo

Non ci volle molto perché Amedeo arrivasse alla verità dei fatti: senza campagne advertising la possibilità di conquistare spazio sui social diventa praticamente nulla!

Ma era davvero così? Non c'era nessun'altra possibilità?

Il buon Amedeo cercò di raccogliere i pensieri e di mettere un po' di ordine, al fine di trovare una risposta soddisfacente su cui poter poi lavorare.

Prese come punto di riferimento Facebook e Instagram, i social che in un certo senso lo attiravano di più, l'uno per la sua straordinaria importanza nel settore e l'altro per il suo aspetto così giovanile e visual che faceva tanto tendenza.

Rinunciò a priori a riflettere su nuove realtà come Snapchat, secondo lui un fuoco di paglia destinato a non avere un grande futuro nel settore.

L'idea del protagonista di questa breve vicenda era abbastanza semplice, cercare di conquistare più spazio possibile sui questi due social utilizzando i cari vecchi metodi di una volta: condivisione selvaggia di ogni singolo post in tutti i gruppi esistenti e vicini come tematiche a quello di cui lui si occupava, ovvero servizi per il web e hosting professionali.

Creò una pagina spacciata spudoratamente per pagina aziendale e iniziò la condivisione dei suoi pezzi in ogni dove, ma di aumento di visualizzazioni neanche l'ombra, né di interazioni né tantomeno di commenti sul proprio blog. Insomma, un disastro.

Il perché era semplice: senza investimenti egli non era in grado di fare in modo che i suoi contenuti raggiungessero il target di riferimento, quello potenzialmente interessato a ciò che lui andava a pubblicare.

Non solo, gli articoli che andava postando in ogni dove, posti in maniera continuativa all'attenzione di persone che non avevano la minima intenzione di leggere i suoi pezzi e di saperne qualcosa sugli hosting.

Risultato finale di questo modo di fare: Amedeo venne cancellato e sbattuto fuori da quasi tutti i gruppi, mentre da parte di altri ricevette delle risposte acide di pseudo-specialisti pronti a mettere i puntini sulle i e a dirgli cosa c'era di sbagliato e quanto i suoi articoli fossero inadeguati.

Stessa cosa su Instagram, nonostante facesse un utilizzo massiccio di hashtag tra i più utilizzati non c'erano quasi riscontri come interazioni con i propri contenuti.

Per Amedeo l'esperimento si concluse in un clamoroso tonfo. Vuoi vedere che quegli antipatici dei super esperti avevano in effetti ragione?!

Adesso non doveva far altro che trovare lavoro presso un'azienda disponibile a investire in campagne pubblicitarie sui social.



# Contenuti di solo testo non bastano più, ora ci vogliono i video

Aveva fatto grandi cose, ottenuto risultati eccellenti pur partendo da una base assolutamente priva di preparazione di informatica e di marketing. Un miracolo, o forse la classica fortuna dei principianti che iniziano a fare un lavoro e ottengono in modo totalmente inconsapevole.

Come però affermano tutti i migliori professionisti dei diversi settori della comunicazione web (e non solo) prima o poi i nodi vengono al pettine, se non si hanno delle basi di spessore arriva sempre il momento in cui l'ignoranza presenta il suo conto spesso salatissimo.

Ecco, adesso sembrava proprio il momento in cui toccava ad Amedeo prendere consapevolezza di questo grave conto da pagare.

Già, ma come mai? Qual'era la grande difficoltà che aveva riscontrato Amedeo nello sviluppo del suo lavoro, che poi era quello di creare contenuti per un blog aziendale?!

Semplice: restare al passo coi tempi e mettersi in riga con gli altri specialisti.

Non è più un paese per copywriter, ora si parla di Video Marketing

Facile a dirsi che a farsi, specialmente se si parla di uno nella situazione di Amedeo in merito alla propria preparazione, restare al passo con i colleghi è un processo assolutamente necessario per non restare indietro ed essere etichettato come un professionista di serie b, un profilo sorpassato, un elemento di cui è meglio non servirsi per alcuni lavori... insomma, diventare un totale disoccupato.

Amedeo aveva seguito con costanza, nelle ultime due settimane, delle semplici chiacchierate tra colleghi e aveva anche letto dei post interessanti sull'argomento.

Tutti questi contenuti battevano sempre sullo stesso punto: i contenuti di solo testo ormai non bastano più, con lo sviluppo dei social (vedi per esempio Facebook con i suoi Live o Instagram con Stories) ormai l'elemento

visual è diventato parte integrante e fondamentale di ogni discorso fatto sul marketing.

Questo discorso è valido soprattutto se si prende in considerazione il commercio elettronico che necessita, oltre che di un potente Hosting E-commerce, anche di una gestione molto diversa rispetto a un normale sito web.

Vuoi vendere qualcosa? Devi mostrarlo!

Vuoi attirare l'attenzione degli utenti? Devi utilizzare immagini ad effetto!

Vuoi ottenere risultati di spessore? Devi iniziare a girare dei contenuti video per avere un rapporto più stretto con gli utenti!

Ecco, era questo il punto fondamentale di tutti i discorsi e gli articoli fatti dai super-professionisti. Non sono più nemmeno tanto le immagini statiche a fare la differenza, in un mondo dominato da brevi video girati in diretta e da gif animate si può ben immaginare come esse rappresentino ormai una fase sorpassata.

### **Il capo ha deciso, vuole i Live su Facebook**

Una volta ricevuto questa comunicazione, Amedeo iniziò a esercitarsi sul modo in cui registrare questi brevi video per le comunicazioni aziendali. Non avrebbe dovuto cedere all'emozione, parlare in maniera chiara e fluida, presentarsi con un aspetto non sciatto ma possibilmente ben curato, esporre i concetti dell'azienda con una proprietà di linguaggio degna di questo nome ma non troppo forbita, cosa che lo avrebbe fatto apparire saccente e quindi antipatico.

Un simpaticone pronto a battere il cinque al suo prossimo e a comunicare col sorriso sulle labbra in ogni momento della giornata, un vero e proprio mattatore del sabato sera trapiantato in ambito professionale.

In pratica, tutto il contrario di quello che era Amedeo.

I primi tentativi davanti lo specchio furono devastanti, il momento di girare ufficialmente il primo video dinnanzi al suo capo che lo scrutava con estrema attenzione si avvicinava sempre di più.

Quello era un punto di non ritorno. Dopo la pubblicazione del primo video il suo volto sarebbe diventato quello dell'azienda, una responsabilità di non poco conto...

Vedremo in un altro momento cosa riuscirà a combinare il nostro Amedeo con questo nuovo compito da svolgere, per ora quello che voglio è avere la tua opinione sul tema.

Girare video e proporre maggiori contenuti visual rispetto ai classici contenuti testuali, sei favorevole a questa evoluzione proposta dal mondo dei social?

# All'interno della café society dei professionisti web

Stava lavorando da un paio d'anni per l'azienda di famiglia, un lavoro che se dapprima gli aveva messo qualche dubbio in testa era poi diventata una sua grande passione. Svolgeva la sua attività di blogger con costanza e serietà, riuscendo anche a ottenere discreti risultati.

I titolari dell'azienda erano fieri di Amedeo per il suo attaccamento al lavoro e per i notevoli miglioramenti avuti nel corso dei mesi, una crescita esponenziale che lo aveva portato a essere uno dei migliori blogger in assoluto per quel che riguarda il suo settore di riferimento.

Aveva stretto anche diversi rapporti con alcuni dei migliori professionisti del settore: blogger, copywriter e social media manager riconosciuti a livello nazionale che lo avevano preso di buon occhio accettando con piacere di interagire e collaborare con lui in diverse occasioni.

Tutti questi complimenti e questa confidenza da parte dei pezzi grossi del web aveva portato Amedeo a considerarsi ormai parte integrante di quella specie di Café Society formata da questi grandi specialisti web, una sorta di casta, un club privato virtuale in cui si muovevano come squali questi grandi nomi. Aveva dato questo nome che si rifaceva direttamente all'ultimo film che aveva visto al cinema.

Tanta fu la rabbia e la frustrazione quando si rese conto che in realtà nessuno lo riteneva elemento gradito all'interno di questa astratta community di specialisti.

Il motivo? Semplice, nessuno degli specialisti web lo riteneva all'altezza di essere compreso in questo gruppo di élite.

Amedeo si era illuso e come spesso accade agli illusi si era fatto male scontrandosi con la cruda e dura realtà dei fatti.

Probabilmente, gran parte dei suoi contatti professionali erano dovuti esclusivamente alle fredde collaborazioni (che erano fredde lo aveva capito

solo ora) e alle richieste di informazioni in merito ai servizi che l'azienda per cui lavorava proponeva. Dopotutto, chi non ha bisogno di un buon web hosting oggi giorno per lavorare sul web?!

Insomma, non era ritenuto all'altezza e probabilmente non lo era sul serio. Solo il tempo avrebbe sancito se il lavoro svolto da Amedeo sarebbe stato degno di nota, per ora si sarebbe dovuto accontentare di essere presente nella Café Society anche se solo con un ruolo minore, come una sorta di cameriere a servizio dei pesci grossi comodamente seduti sui tavoli a bere costosissimi drink.

Probabilmente il tempo avrebbe concesso ad Amedeo l'occasione di riscossa tanto desiderata, dopotutto anche nell'ultimo film di Woody Allen da cui aveva tratto il nome per la casta del web la Café Society si dimostrava meno luccicante e magica di quel che poteva apparire all'inizio.

# Twitter alla riscossa, I want to believe

Erano ormai diversi mesi che ne sentiva parlare e che leggeva articoli di specialisti che enunciavano l'ormai imminente fine di Twitter, il social che sta conoscendo una crisi apparentemente irreversibile, cosa confermata anche di recente seguendo determinati numeri che sottolineano ancora una volta il calo di Twitter.

Amedeo però era un giovane (per modo di dire, visto che aveva già passato i 30 anni) dalla testa dura, deciso a portare avanti le proprie idee anche a costo di andare contro quello che era lo status quo accettato in quel determinato momento, rischiando così di andare allo scontro con gente che senza dubbio ne sapeva più di lui.

Twitter, io ci credo ancora

Si occupava di Social Media Marketing da un paio d'anni ormai, l'azienda per cui lavorava spingeva per puntare a tutta forza su Facebook (ovviamente con un minimo di budget per fare investimenti) e sulle nuove realtà emergenti come Instagram e Snapchat, i nuovi social che si stanno imponendo all'attenzione degli utenti di ogni età, soprattutto dei più giovani.

Lungi dal cercare lo scontro con chi gli pagava lo stipendio mensile, Amedeo era intenzionato a chiedere di poter continuare a mantenere vivo il profilo aziendale su Twitter nonostante la consapevolezza del trend negativo testimoniato dai numeri.

Nel corso della riunione il suo capo non dimostrò grande entusiasmo per l'idea di Amedeo, ma alla fine venne concesso al giovane impiegato di continuare il suo lavoro sul social dei cinguettii senza problemi ma con la promessa di portare dei risultati concreti nel giro di qualche mese.

Dopotutto l'azienda gli aveva messo a disposizione un blog con un servizio hosting web in grado di garantire grandi prestazioni e una massima libertà nella scelta dei contenuti da proporre.

Toccava a lui quindi, la responsabilità era tutta sulle sue spalle.

## **Andare al di là dei numeri, credere ancora nel social**

In realtà quella iniziata da Amedeo era una sorta di mission impossible, o per lo meno un'idea un po' folle visto che tutto andava contro quello che era l'obiettivo del nostro protagonista.

Come fare però per migliorare i risultati di un profilo aziendale su Twitter? Amedeo sapeva già la risposta, avendo imparato nel corso dei mesi quello che era uno dei segreti dei Social Media: interagire con gli altri.

Ecco perché fino a un certo punto il profilo dell'azienda non aveva prodotto granché come risultati. Restare chiusi in se stessi, pubblicare esclusivamente i propri contenuti senza fornire ai follower niente di diverso, nessuna fonte esterna di approfondimento, non interagire con gli altri profili... insomma, una sorta di *débâcle* annunciata.

"Bene" pensava Amedeo caricandosi come un guerriero pronto alla battaglia "dimostrerò con i fatti che Twitter è ancora un social in grado di dare ottimi risultati".

Chiuse la sua riflessione con un "I want to believe" che richiamava alla memoria un telefilm che lo appassionava molto negli anni novanta, un'epoca che ormai sembra essere molto lontana nel tempo e nei costumi. Le cose cambiarono in un lampo: la nuova gestione del profilo andava nella direzione opposta rispetto alla precedente, un utilizzo dinamico e altamente orientato alla massima collaborazione con gli altri. Tweet, retweet, menzioni, interazioni continue... nel giro di poco tempo il profilo Twitter divenne una delle migliori armi dell'azienda dopo essere stato per mesi una sorta di palla al piede.

Tutto merito di Amedeo che venne generosamente ripagato con una "generosa" pacca sulle spalle... una soddisfazione morale e professionale che non aveva aumentato la quantità di *conquibus* nelle tasche ma che aveva accresciuto la sua autostima.

# Mi hanno incaricato di trovare servizi web adatti per l'azienda... me tapino!

Che bello essere assunti da un'azienda leader in un determinato settore, il sogno di una giovane vita che finalmente si realizza, una mente che si libera una volta per tutto del tedioso incubo della miseria sempre pronta ad apparire sulla soglia di casa come il più temibile degli spettri.

Tutto bello, tutto perfetto?! Non proprio, almeno per il protagonista di questa breve storia. Il punto fondamentale della questione è semplice: in quanti si possono riconoscere nelle difficoltà e nella situazione in cui di volta in volta si trova coinvolto Amedeo?!

Moltissimi, ne siamo certi, soprattutto di chi si trova alla prime armi... ma andiamo con ordine nell'esposizione dei fatti.

Mamma, finalmente ho trovato un vero lavoro

La notizia era giunta come un fulmine a ciel sereno, o meglio come una mail arrivata d'un tratto e che per sbaglio era finita dritta dritta nella cartella dello spam. Amedeo, in un momento di profonda prostrazione dovuta all'essere disoccupato all'alba dei 35 anni, aveva preso l'abitudine a leggere qualunque messaggio di posta elettronica, anche le più fastidiose offerte pubblicitarie presenti sul web.

Un vero colpo di fortuna, perché quella mattina si ritrovò con una convocazione per un colloquio presso un'importante azienda. Colloquio svolto alla perfezione, lavoro assicurato con un contratto a tempo determinato che però, gli avevano assicurato, sarebbe passato a indeterminato nel giro di un paio d'anni in maniera naturale, senza nessun rischio di sorta.

Uno stipendio discreto, almeno per cominciare, una grande soddisfazione sia per lui che per tutta la sua famiglia. La ruota era finalmente girata, adesso avrebbe dimostrato al mondo intero le sue grandi qualità di scrittore al servizio di un blog aziendale.

Un inizio folgorante nel segno della passione



I primi mesi di Amedeo nel suo nuovo ufficio furono a dir poco sensazionali. Mai un'assenza, mai un ritardo, tutto il lavoro svolto alla perfezione e senza la minima sbavatura, nemmeno un misero refuso o un errore di battitura nei suoi articoli.

La sua costanza nel controllare ogni singolo elemento più e più volte lo avevano portato a essere ben voluto dai colleghi e soprattutto dai suoi dirigenti, felici di aver investito su di lui le loro grandi aspettative.

Ben presto la mezza giornata di lavoro divenne full-time, una promozione in piena regola (con tanto di stipendio raddoppiato) che aveva dato ad Amedeo una sicurezza tale da portarlo addirittura a pensare di chiedere alla sua fidanzata di sposarlo... dopotutto, ormai lui era sistemato, perché aspettare?!

Amedeo purtroppo non sapeva che la fregatura era dietro l'angolo, celata dietro il ghigno malefico di un destino beffardo.

Migliorare le performance del blog, tocca a te

Il successo di Amedeo era stato talmente grande, con una crescita così forte di visitatori, che aveva portato a un incredibile peggioramento improvviso delle prestazioni del blog aziendale.

Amedeo non era un informatico e non avrebbe saputo dir nulla in merito, ma il destino volle che il suo capo affidasse proprio a lui l'onere e la responsabilità di trovare un servizio web hosting performante che potesse risollevare le sorti del blog.

La situazione diventava sempre più difficile visto che il blog iniziava a perdere colpi a causa di una lentezza sempre più accentuata e che evidentemente infastidiva non poco i visitatori, per non parlare di Google che guarda sempre di cattivo occhio i siti web che non permettono una piacevole navigazione. Cosa comprovata dalla disastrosa discesa delle keywords nelle SERP del motore di ricerca.

Una soluzione andava trovata alla svelta, ed era compito di Amedeo, l'unico a non avere la minima conoscenza informatica presente in azienda.

Ma come riuscire a trovare il servizio giusto se non si aveva la minima conoscenza della cosa? Per Amedeo non c'era che una soluzione, studiare la cosa e informarsi con le recensioni degli utenti su quale potesse essere il piano hosting migliore per la gestione di un blog aziendale.

Ci volle all'incirca un mese di affannose ricerche per trovare un Hosting WordPress che sulla carta potesse rispondere con i fatti alle aspettative e dare così ad Amedeo la possibilità di non essere sbattuto fuori dall'ufficio con tanti cari saluti ai notevoli risultati avuti nei primi mesi.

Un grave rischio evitato per il rotto della cuffia.

### **Storytelling Marketing, lo specchio delle tue esperienze**

Le avventure di Amedeo vogliono essere delle semplici testimonianze "romanzate" di quelle che sono le esperienze di diverse figure professionali che operano sul web, nella speranza di poter suggerire delle soluzioni adeguate.

# Festa di Halloween, cosa posso scrivere sul blog

Manca poco ormai per la festa più cool dell'anno, la notte delle streghe, la vigilia di Ognissanti. Insomma, mancano solo due giorni ormai ad Halloween, la festività americana che ormai è diventata anche nostra.

Cosa c'entra tutto questo con l'attività professionale? Poco e niente, almeno questo pensava Amedeo grattandosi il capo alla ricerca di una qualche idea geniale per riempire una casella vuota presente nel suo calendario editoriale che, come al solito, stava preparando a spezzoni seguendo l'ispirazione e senza avere in realtà un piano ben preciso.

Approfittare di una tendenza per aumentare la visibilità

Continuava a rimuginare, pensando a ogni possibile tipologia di contenuto che potesse intrattenere e divertire i propri utenti troppo spesso oberati da messaggi incentrati su un'eccessiva seriosità.

Mentre pensava sul da farsi, continuava a maneggiare nervosamente la sua maschera di Michael Myers, il cimelio che avrebbe indossato la sera di Halloween, sempre che avesse trovato una festa a cui partecipare mascherato. Ed ecco che proprio mentre stava riducendo il lattice della maschera a una lurida poltiglia arrivò l'idea.

Fu una cosa improvvisa, come un diamante infuocato sparato dritto al centro del suo cervello, un colpo che gli causò come una scarica elettrica di inaudita potenza. L'idea era davvero semplice e scontata, per quanto ad Amedeo apparve come un colpo di genio: perché non approfittare di Halloween per pubblicare un articolo divertente e utile al tempo stesso?

In questo modo avrebbe approfittato alla grandissima dell'inevitabile boom di hashtag come #Halloween, #HappyHalloween, #Halloween2016 e molti altri ancora inerenti alla feste dedicata al mondo oscuro.

Halloween 2016, seguire il flusso degli hashtag... ma con quali risultati?

L'idea non era tanto campata in aria, anche perché qualche giorno prima Amedeo aveva letto a tal proposito un articolo su come fare Real Time Marketing. Da quel pezzo aveva preso lo spunto decisivo per partorire l'idea definitiva.

Puntare su Halloween per proporre agli utenti un articolo interessante, fresco, giovanile, empatico, divertente... già, ma su quali basi?

Uno dei punti fondamentali del Real Time Marketing è fare in modo da legare in modo apparentemente naturale la tendenza del momento con il contenuto proposto.

Ed era quello il grande problema di Amedeo, come cavolo legare il suo ambito professionale con la festa di Halloween? Far risultare in maniera credibile l'unione tra un ambito come i servizi web hosting con la notte delle streghe, era questa la sfida da affrontare.

L'idea finale era questa: una nuova offerta hosting, la possibilità di far risparmiare gli utenti a seconda di una loro scelta tra due codici promozionali da inserire nella fase d'ordine.

Dolcetto o scherzetto? Sarebbe stato l'utente stesso a scegliere quale dei due codici inserire per scoprire poi a quanto sarebbe ammontato il suo sconto.

Amedeo ci pensò su a lungo, propose la sua idea a chi di dovere in azienda e una volta accettata pubblicò il suo articolo a sfondo orrorifero. Per aumentare "la gittata" del pezzo sarebbe stata attivata una campagna pubblicitaria su Facebook per raggiungere quanti più utenti possibili (ovviamente gli utenti adatti) e seguire una tendenza dall'enorme potenziale.

# Mi hanno detto che devo creare un calendario editoriale

Ho seguito pedissequamente tutte le indicazioni che mi sono state date per realizzare il blog su cui avrei dovuto scrivere, mi sono fidato dei consulenti che ho ascoltato (e profumatamente ricompensato) cercando di prestare la massima attenzione a tutto ciò che mi è stato detto.

Ho scelto il CMS, ho acquistato il servizio web hosting, ho creato da zero il blog in pochi minuti grazie a un software già incluso che mi ha fatto sbrigare il lavoro in pochi minuti, insomma in men che non si dica sono riuscito a realizzare la mia nuova piattaforma di lavoro.

I primi mesi di lavoro, articoli generici

All'inizio le cose sono andate davvero bene, o almeno era questa la sensazione che avevo io visto che riuscivo a ottenere diverse condivisioni su ogni singolo post. I miei datori di lavoro, che mi avevano assunto assicurandomi un discreto mensile per pubblicare costantemente articoli sul blog che avevo creato, sembravano essere soddisfatti.

I primi tempi sono quindi andati tutti in una giusta direzione, con mia somma soddisfazione che almeno non mi son dovuto più sorbire i richiami di mia madre che mi ha ripetuto negli ultimi anni ogni maledetta mattina "Amedeo, insomma, vuoi mettere la testa a posto? Quando lo trovi un buon lavoro?"

È una parola, cara mamma. Quelli delle generazioni passate non riescono ancora a comprendere come le cose per noi ragazzi di oggi siano tremendamente difficili, ma tant'è.

L'inizio era stato troppo bello e folgorante, ben oltre le mie più rosee previsioni. Avrei dovuto immaginare che le cose sarebbero disgraziatamente cambiate nel giro di qualche istante.

Qualche difficoltà

Arriva ben presto un momento nero nella vita di un blogger alle prime armi, ovvero un momento in cui ti rendi conto che i tuoi sforzi sono stati probabilmente vani o poco meno. Comunque non sono stati utili per arrivare a quello che è l'obiettivo dell'azienda, ovvero ottenere conversioni. Il blog, così come ogni altro strumento, viene inteso semplicemente come un mezzo per arrivare a un fine che è quello di aumentare i guadagni dell'azienda, niente di più.

Il punto è proprio questo, puoi impegnarti e scrivere articoli di qualità ma se essi non sono ben strutturati per rispondere alle esigenze di un determinato target, allora tutto risulta inutile.

Prima cosa da imparare quindi per un blogger alle prime armi è questo: mai tentare di rivolgersi all'intero popolo del web con i propri contenuti, tranne se non ci si occupi di un blog di informazione di un determinato settore.

Se invece ti occupi di un blog aziendale allora hai degli obiettivi da raggiungere, così come ho io, obiettivi con la quale devo (dobbiamo) fare i conti per portare numeri dalla nostra parte. Le cifre, signori miei, rappresentano il tutto nel mondo del lavoro.

Se l'obiettivo dell'azienda non è fare mera opera di Branding ma ottenere conversioni dal blog, allora dobbiamo partire da tre punti fondamentali: Conoscere al meglio i prodotti e i servizi proposti dall'azienda.

Avere le idee chiare su quelle che possono essere le esigenze e i bisogni del target, al fine di creare contenuti realmente utili.

Strutturare un calendario editoriale.

Devo creare un calendario editoriale... ma come?

Un momento di puro panico, un attimo di totale smarrimento.

Che cos'era questo calendario editoriale?

Nel corso dei mesi ho capito che, per un blogger, il calendario editoriale rappresenta uno strumento di lavoro da cui non si può assolutamente prescindere. Senza una propria scaletta ben studiata, il lavoro sarà realizzato a casaccio, cosa che alla lunga porterà a risultati scadenti.

Arriva poi un altro problema. Hai capito che il calendario editoriale è necessario per il lavoro di un blogger, ma come crearlo in maniera corretta? Ecco, è qui che casca l'asino, come si suol dire.

Visto che non ci si può improvvisare in ambiti così importanti e delicati, non resta che studiare e imparare dai migliori specialisti in circolazione.

Signori miei, bisogna avere la consapevolezza dei propri mezzi ma anche delle proprie debolezze e accettare, senza nessun problema, che in giro ci sono tanti professionisti che ne sanno molto più di noi e che possono insegnarci tanto, senza stupide invidie di sorta.

Questo è quello che ho fatto, mi sono messo a studiare come un pazzo, ho seguito corsi video, interviste a grandi specialisti, insomma ho cercato di attingere quante più conoscenze da più fonti.

È proprio grazie a questa mia esperienza che posso affermare con certezza che lo studio è fondamentale per questo tipo di attività. Dopo aver capito come realizzare il calendario editoriale le cose sono notevolmente migliorate, e nel giro di poco tempo sono iniziate ad arrivare anche le tanto agognate conversioni.

Un giorno il capo si presentò da me, un bel sorriso, una tazza di caffè in mano: "Bravo Amedeo, ultimamente stai lavorando davvero bene. Siamo molto soddisfatti di te, continua così."

In quel momento ho capito che la strada che avevo imboccato era quella giusta. Questo è quello che devi (dobbiamo) fare, caro collega blogger. Studiare, migliorare, ottimizzare il lavoro. I risultati e le soddisfazioni saranno semplice conseguenza.

# Qualunque trionfo è possibile, il successo del tuo business dipende da te

Se c'è una cosa che bisogna imparare per quel che riguarda l'attività sul web è che ogni progetto, ogni sogno, qualunque lavoro può arrivare prima o poi al tanto agognato successo.

Il momento del trionfo, il sublime attimo in cui un lavoro arriva invece a compimento, stracciando i pronostici infausti e issandosi lassù, in cima alla considerazione degli utenti.

Era proprio con questi presupposti che Amedeo aveva iniziato la sua attività con la sua piccola azienda, nonostante amici e parenti (e anche professionisti del settore) avevano tentato fin da subito di metterlo in ridicolo, mettendo in risalto l'inadeguatezza sua e del suo lavoro.

Amedeo però non rinunciava al suo sogno, andava avanti fiero e senza fermarsi prendendo spunto da un clamoroso caso di cronaca politica.

Un clamoroso precedente

L'inizio di un sogno, o quantomeno nel credere che in effetti il successo non fosse solo un misero miraggio posto laggiù in un orizzonte non definito e mai raggiungibile.

Da cosa attinse fiducia Amedeo in merito al proprio lavoro? Semplicemente dall'attualità e dalla cronaca politica che, nel corso di questi ultimi giorni, ha portato davanti agli occhi di tutti noi una vittoria clamorosa e assolutamente non prevedibile almeno a dar credito a quelli che erano i sondaggi ufficiali. La vittoria di Trump alle ultime elezioni americane hanno dato, in un modo o nell'altro, un grande insegnamento al resto del mondo: il trionfo è possibile e si può raggiungere, anche se esso appare impossibile.

Il neo Presidente degli Stati Uniti d'America ha conquistato la Casa Bianca contro tutti i pronostici, andando a distruggere qualunque aspettativa e mettendo a nudo un clamoroso buco dell'informazione incapace di approfondire la situazione e di misurare il polso della nazione e del popolo.



Amedeo tutto era tranne che un sostenitore repubblicano, ma il risultato delle elezioni statunitensi gli avevano dimostrato come si potesse conquistare il proprio spazio anche quando tutti ti danno per sconfitti. Che poi il neo Presidente eletto abbia conquistato la poltrona puntando sul malcontento e sulla rabbia di una parte della popolazione, questo era un altro discorso.

Ad Amedeo interessava solo lo stravolgimento dei pronostici, quello che lui si era messo in testa di attuare per scardinare le certezze di coloro che lo ritraevano come un dilettante allo sbaraglio.

Costruisci il successo del tuo business online

Come portare la propria azienda al successo e ribaltare i pronostici? Amedeo aveva le idee ben chiare su cosa avrebbe dovuto fare per fare in modo che il suo lavoro in alto, verso il trionfo.

Conquistare il successo nel business online non è una cosa raggiungibile in poco tempo, ci vuole tanta pazienza e una continua attenzione a tutti i dettagli a partire da ogni singolo elemento del sito web ufficiale, sia che si tratti dei contenuti testuali che delle immagini da inserire.

Una volta ottimizzato il sito, la cosa da fare è creare un blog e farlo funzionare al meglio con un calendario editoriale ben strutturato, proponendo contenuti che possano andare incontro a quelle che sono le esigenze degli utenti.

Una volta fatto questo, aprire dei canali aziendali sui Social Media e utilizzare queste eccezionali piattaforme che, se ben utilizzate, possono portare il lavoro a una crescita incredibile.

Attività di Blogging di livello, utilizzo anche dello Storytelling per catturare anche l'aspetto emotivo degli utenti, realizzare strategie di Web Marketing funzionali e portare avanti anche un lavoro di Social Media Marketing di spessore, seguendo ovviamente quelle che sono le indicazioni dei migliori specialisti del settore, almeno quelli senza la puzza sotto il naso e pronti a dare una mano ai propri colleghi.

Dove vai senza un servizio web hosting di qualità?

Ovviamente nessun successo può essere costruito senza un servizio web adeguato, questo Amedeo lo sapeva bene e per sua fortuna aveva già puntato sul piano web hosting adatto per quello che erano le sue esigenze aziendali.

L'importanza del primo passo da cui poi partire è assolutamente fondamentale, magari avendo l'opportunità di poter in seguito effettuare un'operazione di upgrade a un qualche servizio molto più performante, puntando magari sulla potenza del cloud.

Arrivare a utilizzare certi servizi, però, significava che il sito di Amedeo aveva raggiunto davvero il successo, quel trionfo tanto inseguito e da tutti vilipeso per anni.

Proprio come le elezioni americane avevano insegnato, chiunque può arrivare al trionfo se sa come muoversi e come andare incontro alle esigenze dei propri sostenitori/utenti. Dopotutto, si tratta sempre di attuare delle strategie di marketing messe in atto per colmare delle mancanze.

Amedeo è perfettamente a conoscenza di questo, non saranno certo le chiacchiere degli altri a fermare il suo lavoro.

# Scrivere... la mia passione, la mia ossessione

In una società come quella odierna in cui sembra che l'informatica domini senza nessuna pietà la vita di ognuno di noi, restare al passo coi tempi diventa fondamentale per non sentirsi tagliati fuori rispetto al resto del mondo ed entrare così a far parte di quel grande ingranaggio che porta avanti la mostruosa macchina del capitalismo.

Entrando in questa ottica, non avere delle competenze informatiche può essere una cosa che porta a un futuro oscuro fatto di lavoretti a nero e di poco interesse.

Fuggire via da questo tipo di tragico destino era il sogno di Amedeo e di tanti altri giovani trentenni che non volevano assolutamente arrendersi all'idea di passare la propria vita dentro un call center.

Utilizzare la propria passione per costruire un lavoro

Amedeo aveva una fortuna che nessun altro suo amico poteva vantare: la passione (e una certa predisposizione naturale) alla scrittura. Non che la cosa gli avesse mai portato chissà quali vantaggi, ma era comunque un elemento distintivo della sua persona.

Come trovare lavoro basandosi su questo talento naturale?

Il protagonista di questa breve storia aveva provato con la strada del giornalismo ma si era reso conto che, prima di raggiungere una posizione quanto meno dignitosa, avrebbe dovuto sgobbare come un pazzo per anni senza l'ombra di un centesimo bucato.

Aveva poi pensato di proporsi al mondo come scrittore di romanzi gialli ed era pure riuscito a pubblicare un paio di libri, ma le scarse possibilità economiche non gli aveva permesso di investire in pubblicità e oggi giorno senza poter una buona campagna di marketing non si va da nessuna parte.

Cosa fare quindi per mettere in risalto la passione per la scrittura cercando di guadagnare? L'opportunità di riscossa di Amedeo capitò per puro caso.

Blogging, scrivere contenuti per il web

Prendendo spunto dall'esempio di molti suoi conoscenti che seguiva ogni giorno su Facebook, Amedeo arrivò alla considerazione che questo era il momento adatto per lanciare un suo blog personale per proporsi come freelance alla mercé del miglior offerente. In molti ci guadagnavano bene con questo lavoro chiamato Blogging, quindi perché non provarci?

Non aveva la minima idea di come creare e gestire un blog, non aveva mai sentito parlare di SEO e di indicizzazione quindi cercò di farsi dare una mano da un suo cugino che masticava cose di questo genere. Ci pensò lui a creare il blog con il piano hosting web adatto, impostare il tema e scaricare i plugin necessari.

Dopo tutto il lavoro svolto dal cugino, che gli aveva anche spiegato con tanta pazienza come e soprattutto perché usare WordPress per il blog, finalmente Amedeo aveva il suo blog con cui lanciarsi nel magico mondo freelance.

I primi mesi furono difficili visto che Amedeo doveva imparare tutta una serie di nozioni e di trucchetti per impostare come si deve un web content, cosa completamente diversa dallo scrivere un testo a mano libera e senza scopi commerciali.

Piano piano cominciò a prendere sempre maggiore confidenza con il web writing, dopo un po' di tempo le visite aumentarono vertiginosamente visto che comunque era in grado di proporre contenuti di un certo spessore grazie a un sapiente uso della dialettica mescolata alla semplicità richiesta dal web (cosa che aveva imparato a sue spese dopo tanti commenti negativi sui suoi primi articoli).

Ecco che dopo sei mesi iniziarono ad arrivare le prime richieste di collaborazione e le prime offerte di lavoro da parte di alcune aziende.

Qualche articolo per una, qualche altro per un'altra azienda, un altro paio per un'altra società ancora. Nel giro di un paio d'anni Amedeo arrivò a dover scrivere un numero cospicuo di articoli da scrivere per diverse aziende, cosa che gli permise di guadagnare mensilmente delle cifre interessanti.

Viste le difficoltà di trovare un'occupazione degna di questo nome, Amedeo aveva deciso di puntare su se stesso e di costruirsi una carriera professionale basandosi sulle sue tendenze naturali. In questo modo la scrittura era diventata la chiave di volta per il suo "successo".

Questa è la storia di Amedeo e del modo in cui egli ha iniziato a lavorare come blogger freelance, una storia che senza ombra di dubbio rispecchia il percorso professionale di tanti blogger che hanno dovuto faticare non poco per raggiungere un certo livello.

# Come creare un annuncio AdWords efficace, l'esperienza di un copywriter alle prime armi

Questa volta per Amedeo i guai erano davvero seri! Non si trattava più di scrivere articoli in modo tale che le keywords potessero raggiungere un buon posizionamento, qui si faceva riferimento a un qualcosa di completamente diverso.

Stavolta avevano dato ad Amedeo un compito arduo, realizzare una campagna su Google AdWords e renderla particolarmente efficace con dei contenuti vincenti.

Un brivido freddo attraversò la schiena del nostro protagonista, come una perfida scarica elettrica che dalla base del collo arrivava al coccige. Creare degli annunci vincenti su AdWords... ma come cavolo avrebbe potuto fare se lui aveva a malapena sentito parlare di Google AdWords e delle relative campagne pubblicitarie?

Stavolta non se la sarebbe cavata attingendo al proprio talento di copywriter, o almeno questo era il suo pensiero.

"Fino a questo momento l'ho sfangata, ma stavolta sono davvero f\*\*\*uto!"

Questa era la sua convinzione, nessuno glielo avrebbe tolto dalla testa. Eppure, anche questa volta, le sue qualità di copywriter lo avrebbero salvato e gli avrebbero consentito di mantenere il suo posticino di lavoro messo costantemente in discussione, cosa che accade sempre nel settore privato.

La difficoltà iniziali, i limiti imposti da Google AdWords

In un modo o nell'altro avrebbe risolto, almeno questo sperava. In fin dei conti il quadro non era così terrificante come gli era apparso inizialmente visto che non toccava a lui costruire la campagna, a questo ci avrebbe pensato il webmaster che sapeva già quali parametri inserire come target, budget giornaliero, costo per click ecc.

Ad Amedeo toccava la parte creativa, quella di creare dei testi accattivanti e di impatto che potessero attirare nell'immediato l'attenzione e l'interesse degli utenti, ovunque i diversi annunci sarebbero apparsi.

Si fece forza e iniziò a riflettere con un grande entusiasmo a come avrebbe strutturato i suoi annunci che avrebbero conquistato il mondo, portando l'azienda a guadagnare cifre considerevoli. Immaginava già i risultati del suo grande lavoro, come un aumento di stipendio, un contratto a tempo indeterminato, la fine di tutti i problemi economici, la stabilità finanziaria... Spesso (troppo spesso) i sogni a occhi aperti finiscono con un brusco risveglio. Quello di Amedeo era stato come se avesse sbattuto la testa contro un muro di cemento armato.

Il nostro caro protagonista non aveva tenuto in conto i famigerati limiti di caratteri, a cominciare dal Titolo breve. Come cavolo si poteva creare un qualcosa di appetibile con soli 25 caratteri a disposizione?

Non bastava la doccia fredda dei 25 caratteri, ma anche i soli 90 caratteri del Titolo lungo e della Descrizione non è che gli facessero dormire sonni tranquilli. Come cavolo avrebbe fatto? Come venirne fuori da una problematica del genere?

Non c'era che una soluzione, spremersi le meningi e cercare di attingere il più possibile dalla propria mente e dalle proprie qualità di copywriter, magari non eccezionali ma comunque discrete.

Scrivere un annuncio di valore determinava in pratica il successo della campagna, iniziando dal fatto che era l'annuncio che avrebbe dovuto creare lui a spingere gli utenti ad andare a cliccare sull'annuncio stesso, in modo da arrivare sulla pagina del sito in cui l'azienda voleva portare il proprio pubblico.

Come scrivere un annuncio efficace

Ma quindi, come cavolo doveva scrivere un annuncio che fosse davvero efficace?!

Amedeo si mise alla prova, cominciò a scrivere i testi per i suoi annunci che vennero lanciati con un budget più che discreto. All'inizio i risultati furono pressoché disastrosi con un numero enorme di impressioni seguite da un numero di click non soddisfacente.

Stava sbagliando qualcosa e per capire cosa cercò di cambiare e di proporre sempre contenuti migliori. Nel giro di qualche mese riuscì a equilibrare la situazione tra visualizzazioni e click, con la speranza di continuare a migliorare nel corso del tempo.

Aveva imparato qualcosa in questi primi mesi di "allenamento" su questo formidabile strumento, ecco quali erano i punti che aveva imparato su come scrivere un annuncio AdWords efficace:

Essere creativi.

Proporre slogan che possano colpire l'interesse nell'immediato.

Utilizzare in maniera intelligente le parole chiave, in questo preciso contesto il nome dei servizi che l'azienda voleva pubblicizzare.

Cercare di dare all'annuncio una sorta di "aria di fretta", un'urgenza da suggerire agli utenti.

Ingigantire le cose con l'inserimento di termini abbastanza roboanti, in modo da evidenziare l'eccellenza dei servizi pubblicizzati.

Creare annunci che possano seguire le tendenze del momento per essere sul pezzo, in tal senso ti consiglio di leggere qualcosa in merito al Real Time Marketing.

Beh, forse niente di eccezionale ma almeno una base da cui partire per migliorare il proprio lavoro. Le cose infatti iniziarono presto a migliorare, i click iniziarono a essere sempre più numerosi.

Una volta tracciata la strada il segreto è quello di studiare il più possibile per aumentare le proprie conoscenze e migliorare sempre di più.



# Un nuovo inizio, uno sguardo verso il futuro

Quando un'azienda mette in campo diverse doti, non solo dal punto di vista delle specifiche competenze ma anche e soprattutto per quel che riguarda l'aspetto umano, i risultati non possono che essere straordinari.

Al di là di quelle che possono essere le difficoltà, il lavoro di un provider hosting non è così semplice da portare avanti, soprattutto se mettiamo in conto una concorrenza di grande spessore e in grado di proporre soluzioni altamente vantaggiose per gli utenti web.

Come resistere dinnanzi ad avversari così agguerriti?

Si può fare solo in un modo: mettere insieme un team in grado di resistere alle difficoltà, di darsi una mano nei momenti bui, capace di condividere oneri e onori, stringersi in cerchio per costruire passo dopo passo il futuro dell'azienda.

Se nei primi anni di attività sono stati i due soci fondatori, da soli, a sviluppare i servizi e a fare assistenza continua, dal 2014 in poi l'organigramma è stato rimpinguato da diversi innesti in tutti i vari settori dell'attività. La cosa ha portato, come era più che ovvio, a una crescita ancora più veloce dell'azienda.

Questa crescita repentina ci ha portato a inaugurare il nuovo Datacenter, un punto che rappresenta un nuovo inizio, un nuovo percorso da attraversare tutti insieme nel segno dell'innovazione, della qualità e del duro lavoro.

Crederci nelle proprie possibilità è la base fondamentale di ogni successo, senza quest'elemento non ci potrebbe essere nessun trionfo all'orizzonte.

Quale peso può avere un copywriter in questo processo di crescita di un'azienda che punta sempre più in alto?

Per quanto possa apparire una figura di basso rilievo, un professionista di questo settore può fare grandissime cose per la società per cui lavora. È questa figura che inserisce e crea i testi per il sito web, per il

blog aziendale, per gli annunci su Google AdWords, che imposta i post sponsorizzati su Facebook.

Vuoi che i contenuti dell'azienda trovino un buon posizionamento sul motore di ricerca? Allora devi avere un professionista di valore che ti scrive i testi.

Vuoi che il blog aziendale diventi un'arma decisiva per incrementare le vendite dell'azienda? L'unica cosa è affidarti a una persona che sappia fare attività di Blogging al meglio.

Per quel che mi riguarda, non posso nascondere una grande soddisfazione per essere riuscito a dare anche il minimo contributo per portare i contenuti e le pagine di Keliweb sempre più in alto e per aver creato tante interazioni con personaggi di un certo spessore.

Grazie al blog sono riuscito a ritagliarmi un mio spazio all'interno dell'azienda, con i canali social ho scoperto una vetrina formidabile per promuovere i servizi web dell'azienda, sto cercando di andare incontro alle esigenze dei professionisti con annunci AdWords si spera ben indirizzati.

Cerco di dare del mio meglio, proprio come fa ogni mio "collega" che lavora per un'azienda che pretende grandi risultati.

Keliweb guarda al futuro, io sono qui per dare il mio contributo e per mettere le mie conoscenze al servizio dell'obiettivo.

Il nuovo Datacenter è solo l'inizio.

# Hanno lasciato commenti negativi sulla pagina Facebook. Come gestirli?

A volte Amedeo pensa che tutto il mondo ce l'abbia con lui, che non ci sia speranza di arrivare a una sistemazione ottimale a livello professionale... continua a immaginare di lavorare in un orrido call center, cercando di vendere qualche prodotto infimo a poveri anziani mezzi sordi.

Erano solo incubi, retaggio di un passato triste oggi ormai sorpassato da quando aveva scoperto di avere delle doti (?) come blogger, una considerazione condivisa con alcuni dirigenti di un'azienda che aveva deciso non solo di affidare a lui il blog aziendale ma anche di gestire la pagina Facebook della società.

Una responsabilità enorme, soprattutto se si parla di un'attività business già di buon livello che intende crescere in poco tempo per conquistare interamente la propria fetta di mercato.

Pagina aziendale su Facebook, fondamentale per il lavoro di un'azienda  
Al giorno d'oggi essere presenti sui Social Media è importantissimo per il lavoro online. Questo Amedeo lo aveva capito molto bene, si era messo con tutta la buona volontà di questo mondo a lavorare sulla pagina aziendale, raggiungendo (al contrario delle sue nefaste previsioni) un ottimo livello.

Il team che l'aveva assunto era pienamente soddisfatto del suo lavoro, la pagina andava molto bene, i fan crescevano (ed erano anche utenti appartenenti al target adatto), ogni giorno c'erano sempre maggiori interazioni attraverso commenti, like e quant'altro.

Insomma, la pagina Facebook era diventata in breve tempo una risorsa fondamentale per l'azienda in questione, tutto per merito del grande lavoro portato avanti da Amedeo che si era riscoperto anche come Social Media Manager, anche se fatto in maniera "amatoriale" e magari poco consona rispetto a quanto sottolineavano gli esperti del settore.

### **Arrivano i commenti negativi...**

Tanto entusiasmo che lo aveva portato a un autocompiacimento molto vicino al trionfo di un'arroganza minimale ma comunque da sottolineare. Iniziò a prendere sottogamba il lavoro, cosa che comportò un piccolo calo nel lavoro, almeno per quel che riguarda la qualità dell'attività svolta.

Gli utenti in questo caso non perdonano, si sentono presi in giro da un Brand che per loro rappresenta ormai un simbolo di affidabilità assoluta. Un errore clamoroso da parte di Amedeo, la sua negligenza momentanea aveva portato all'arrivo dei primi commenti negativi sui suoi post.

A quel punto, fu il panico, il terrore.

Non era abituato a dover fronteggiare critiche tanto crudeli e spietate che, in un certo senso, sembravano non considerare più l'intero lavoro precedente svolto in maniera perfetta. Aveva sbagliato e i fan della pagina non avevano perdonato questo calo di qualità.

Quello che viene chiamato spesso "il popolo del web" aveva dunque espresso la propria condanna, e l'aveva fatto attraverso commenti feroci e infuocati che mettevano in dubbio diverse cose, dalla qualità dei prodotti dell'azienda alla competenza di chi si occupava della creazione dei contenuti (Amedeo), fino ad arrivare a criticare ferocemente anche i tempi di risposta ai commenti.

### **Come rispondere al meglio ai commenti negativi, l'aiuto dei professionisti**

Cosa poteva fare Amedeo per rispondere al meglio a questi commenti e, se possibile, trasformarli in un qualcosa di positivo ribaltando così un andamento che sembrava ormai destinato verso il totale declino?

In circostanze come queste la cosa migliore da fare era attingere a più non posso al sapere dei grandi professionisti del settore, fare un bagno di umiltà e accettare il fatto che in giro ci fossero tanti specialisti che ne

sapevano molto più di lui e che potevano essere fonte di ispirazione per risolvere alcuni problemi.

Senza ombra di dubbio, Amedeo ora si trovava di fronte a un problema non di poco conto che necessitava di soluzioni rapide, veloci e soprattutto efficaci. Ribaltare la situazione era possibile, lui poteva farcela. Dopotutto era un asso nel creare contenuti, spesso anche utilizzando l'elegante tecnica dello Storytelling, perciò aveva le potenzialità per risolvere questo problema, ma avrebbe dovuto mettere da parte l'orgoglio e chiedere aiuto a chi ne sapeva più di lui.

A salvarlo furono diversi contenuti scritti da grandi professionisti del web da cui prese spunto per migliorare il suo lavoro e imparare come rispondere ai commenti negativi su Facebook, in modo da sfruttare nel miglior modo possibile una situazione negativa e renderla positiva.

Non si trattava di copiare dagli specialisti ma imparare da loro, prendere spunto per costruire una propria base di conoscenze che l'avrebbero portato a diventare un professionista autonomo e stimato dai suoi colleghi e datori di lavoro.

Riconquistò il polso della situazione in breve tempo, i commenti negativi diventarono molto più rari ma ormai non ne aveva più paura. Era pronto ad affrontarli nel miglior modo possibile.

# Ho bisogno di maggiore sicurezza per il mio negozio online, che fare?

Era da un po' di tempo che ci stava pensando. Visto che non aveva trovato nessuna occupazione, nessun posto di lavoro degno di tal nome se non per alcune sporadiche esperienze di cui non avrebbe accettato di parlare neanche sotto la peggiore delle torture, era arrivato a una decisione definitiva:

Creare la sua attività in modo indipendente!

Non era un grande esperto di informatica ma sapeva perfettamente che oggi giorno qualunque cosa si voglia fare... fatta sul web è meglio, senza ombra di dubbio.

Ormai la gente acquista di tutto su internet, dai prodotti tecnologici a diversi servizi, fino ad arrivare a quelle aziende che assumono persone per scrivere contenuti in ottica aziendale per le proprie strategie di Web Marketing.

Amedeo si riteneva adatto a un tipo di lavoro del genere.

Decise così di chiedere consiglio a un suo amico su come creare un sito web, un proprio spazio personale che fosse il più possibile semplice e minimale nell'aspetto ma denso di contenuti. In questo modo si sarebbe messo in mostra e avrebbe conquistato l'attenzione delle aziende.

Il successo personale, la grande occasione

Non ci mise molto a mettersi in mostra. Amedeo aveva tutte le capacità necessarie per farsi notare da chi di dovere, era molto bravo infatti a scrivere contenuti per il web e per esporre le cose in maniera chiara.

Il suo sito divenne nel giro di qualche mese uno dei più letti in ambito di marketing digitale, cosa che gli permise di avere i primi contatti con le aziende interessate al suo lavoro e alle sue capacità. Dapprima furono solo società che proponevano collaborazioni poco interessanti, che Amedeo rifiutò in serie.

Meglio aspettare la grande occasione, era sicuro di questo.

Ebbe ragione, perché un giorno arrivò la chiamata di una grande azienda che operava nel commercio elettronico e che aveva bisogno urgentemente di qualcuno che sviluppasse i testi per gli annunci pubblicitari e per i contenuti del blog aziendale.

Chi meglio di Amedeo poteva fare questo lavoro?! Del resto, nel corso del tempo aveva anche migliorato di parecchio le proprie conoscenze. Era diventato un vero professionista.

Sicurezza per un sito E-commerce, il consiglio giusto

L'azienda che aveva assunto Amedeo aveva però un problema di non poco conto in termini di sicurezza per il proprio sito, cosa che comportava alcune difficoltà nel rapporto con i clienti che avevano iniziato ad avere dubbi sulla serietà del Brand.

Troppi erano stati i problemi, occhi esterni di personaggi estranei alle transazioni che erano riusciti (chissà come) a mettere il naso negli affari che l'azienda concludeva con un determinato cliente, mandando a quel paese affari su affari e mettendo a rischio i pagamenti e i soldi delle persone.

Amedeo aveva adesso le conoscenze necessarie per suggerire una soluzione adatta per problemi di questo tipo, cose gravissime per un negozio online che punta moltissimo sul costruirsi un'aria professionale e soprattutto affidabile. Se un marchio non ispira fiducia negli utenti, allora sarà destinato senza ombra di dubbio a scomparire nell'oblio a vantaggio dei diretti concorrenti.

Bisognava correre ai ripari e Amedeo sapeva cosa fare. Quello che l'azienda doveva fare era effettuare un cambiamento totale come spazio web del sito, collocare lo shop online su un piano professionale in grado di includere un elemento determinante: il Certificato SSL!

Con il Certificato SSL il sito web dell'azienda avrebbe goduto della connessione protetta HTTPS, cosa che avrebbe reso sicure tutte le transazioni finanziarie e che avrebbe acceso anche l'interesse di Google, che aveva posto il protocollo HTTPS come fattore di ranking.

Il consiglio di Amedeo era stato seguito (anche se con qualche riserva iniziale), i risultati furono immediati e la soddisfazione dei suoi datori di lavoro fu davvero enorme.

Con il piano web hosting adatto tutto andò per il verso giusto, il sito E-commerce era in questo modo sicuro e affidabile al 100%, a prova di ogni malintenzionato nascosto nei meandri del web.

Non solo un semplice copywriter, Amedeo riuscì a farsi valere in diversi ambiti diventando in poco tempo una figura determinante e fondamentale per l'intero reparto marketing dell'azienda.

Quando la società non garantisce ai cittadini lavori adeguati, tanto vale mettersi sotto e creare una propria professione, mettendosi in gioco e facendosi notare dagli specialisti e dalle aziende che lavorano su internet. Una lezione che Amedeo aveva capito per bene.



# Si chiude un anno di grandi successi, pensiamo già al business di domani

Oggi è un giorno molto importante e particolare per tutti noi visto che si chiude questo 2016 che ha fatto tanto discutere in negativo per diversi motivi ma che ha rappresentato, per la nostra azienda, un momento estremamente positivo che ha testimoniato una grande crescita.

Non abbiamo pensato a nulla di speciale da pubblicare oggi su questo blog se non un sentito GRAZIE a te caro cliente che hai deciso di affidare a noi i tuoi progetti e che hai creduto in noi.

Grazie anche a coloro che ancora non sono nostri clienti ma che stanno valutando se puntare o no sui nostri servizi, a cui facciamo l'invito di metterci alla prova perché possiamo dire senza peccare d'arroganza che non temiamo confronti con nessuno e che siamo pronti a dimostrarti con i fatti la qualità dei nostri servizi.

Grazie anche a chi è capitato per caso sul nostro blog e semplicemente decide di tornare ogni tanto solo per leggere qualcosa, ci fa piacere anche la tua presenza e sei un ospite più che gradito nei nostri festeggiamenti.

Ci accingiamo dunque a salutare questo 2016 che per noi di Keliweb ha rappresentato un momento di svolta, un processo di crescita che è andato avanti nel corso dei mesi e che ha portato all'inaugurazione del nostro nuovo Datacenter.

Per noi però non si tratta di un punto di arrivo ma di un nuovo punto di partenza, un nuovo inizio.

Il nostro obiettivo rimane sempre lo stesso, aiutare il tuo business a conquistare il successo sul web grazie a delle prestazioni degne di questo nome per il tuo sito, delle performance di valore che assicuriamo grazie ai nostri piani web hosting.

Si chiude questo 2016 ma noi siamo già pronti per ripartire alla grande nel 2017 ormai distante solo poche ore, un anno che senza dubbio

rappresenterà un altro periodo di ulteriore crescita della nostra azienda, un successo di cui vogliamo tu faccia parte in ogni momento perché sei il motore della nostra attività.

Da parte nostra quello che possiamo assicurarti, come sempre, è un alto livello dei servizi e una vicinanza costante nei tuoi confronti. Ricordati che siamo sempre pronti e disponibili a risolvere i tuoi problemi, in qualunque momento.

# È iniziato un anno molto importante per il mio business web

Nemmeno il tempo di fare un bilancio esaustivo dell'anno appena trascorso che doveva già pensare al nuovo che, ormai era deciso, doveva essere l'anno della svolta, il momento decisivo per la crescita definitiva del proprio business web.

Questa era la certezza su cui Amedeo aveva basato tutta la sua energia e la propria attenzione. Per un 2016 chiuso alla grande, era imperativo pensare a cosa fare per far sì che il 2017 diventasse il momento clou di un lavoro portato avanti con passione e non senza difficoltà.

Grazie al suo lavoro di consulente web riusciva ad arrotondare le sue entrate mese per mese, ma questi lavoretti extra lo portavano a un livello di stanchezza mai toccato prima.

Una situazione difficile da reggere per tanto tempo, difatti Amedeo si sentiva letteralmente svuotato alla fine di ogni singola giornata.

I problemi, del resto, non mancavano.

Era riuscito a portare avanti la sua azienda in maniera encomiabile ma non aveva mai raggiunto i numeri sperati, quella soglia che gli avrebbe permesso di vivere esclusivamente del suo lavoro senza dover aggiungere altre cose da fare.

Giornate intere passate dinnanzi al PC, tra la richiesta ossessiva di un altro professionista per cui aveva accettato di gestire il blog aziendale che andava ad aggiungere lo stress preso ogni qual volta doveva contattare il proprio web provider per risolvere problemi sul suo sito web.

La scelta di cambiare...

Tempi di risposta eccessivi che seguivano in una sorta di linea continua le difficoltà che il piano hosting che aveva scelto gli dava. Il suo sito non era il massimo come velocità e come performance, cosa che comportava per lui

non solo un grandissimo fastidio ma anche la consapevolezza che in tal modo Google non lo avrebbe mai premiato come posizionamento nelle SERP. L'idea di affidarsi a un provider d'oltreoceano non era stata vincente, a dire il minimo...

La situazione era questa, Amedeo sapeva però perfettamente come uscirne. Aveva bisogno di servizi più veloci e performanti, soprattutto sentiva la necessità di contare su un'assistenza rapida e realmente vicina alle sue esigenze e che riuscisse a togliergli le castagne dal fuoco in meno che non si dica.

Ecco quindi spiegata la scelta di abbandonare quello che era considerato il provider migliore del mondo ma lontano anni luce nella realtà dei fatti (si trattava infatti di una società americana) per puntare senza indugio su un web provider italiano, cosa che gli assicurava secondo il parere degli esperti diversi vantaggi.

Per affrontare al meglio il nuovo anno che doveva essere il momento di svolta, c'era bisogno di un hosting performante e di una società sempre pronta a risolvere le sue esigenze.

Amedeo è ben consapevole quindi di dover iniziare un nuovo capitolo della sua vita professionale, un cambio necessario che sottolinea una voglia e una necessità di crescita che non può essere tenuta a freno se si vuole raggiungere un determinato livello del business.

# Voglio lavorare nel web ma non posso spendere per un buon hosting...

Lavorare nel web è una di quelle cose che viene vista, il più delle volte, come una soluzione di emergenza. Se non si riesce a trovare lavoro, ecco che arriva l'illuminazione di lanciare un proprio sito e proporsi come uno specialista di un qualche cosa per cercare di attirare l'attenzione di qualche azienda.

Già, ma i soldi per un buon hosting?

Ecco che arriva la fregatura, si pensa subito. Tutti che dicono che non si spende nulla per lavorare su internet e poi ecco che devi subito affrontare delle spese per acquistare un non si sa bene cosa.

Presi dalla delusione e dalla rabbia, molti magari lasciano perdere, spaventati al solo pensiero di dover investire chissà quanto tempo e soprattutto denaro per poter creare un sito neanche chissà quanto figo ma perlomeno dignitoso. Ebbene, non è proprio così.

Per far comprendere meglio come possono andare realmente le cose ed evitare che qualcuno si faccia prendere dallo sconforto... vogliamo raccontare una breve storia.

Lavorare nel web, spendere poco per un hosting di qualità

Anche Amedeo era una di quelle persone che, dopo aver cercato invano un lavoro decente per tanto tempo, si era deciso di intraprendere un percorso professionale in maniera autonoma, cercando di sfruttare quella nuova frontiera che è internet.

Come la stragrande maggior parte degli utenti che navigano online, anche Amedeo era bombardato continuamente da articoli di blogger che parlavano di diversi aspetti del marketing e di molto altro ancora. Da qui l'idea di proporsi come freelance e attendere speranzoso la chiamata di una qualche azienda colpita dal suo stile e dalla sua dialettica così arguta e suadente.

La scelta era fatta, l'idea c'era e risultava perfettamente in linea coi tempi. Non restava altro che scegliere un determinato ambito di cui occuparsi e poi pensare a creare il proprio blog personale, cercando possibilmente di non spendere troppi soldi.

Ci mise un po' a decidere su che tipo di attività lavorare e su quali tipo di contenuti scrivere. Alla fine optò per una decisione a metà strada, nel senso che decise di scrivere di diversi ambiti del Content Marketing e della stesura dei contenuti in ottica aziendali, in tal modo avrebbe avuto certamente maggiori possibilità di essere notato e apprezzato da qualche azienda a caccia di un esperto di comunicazione.

Una volta presa la grande decisione non restava altro che mettersi al lavoro e creare il blog nel minor tempo possibile. Ed ecco che arrivò il momento di cui parlavamo in precedenza, quello che spinge molti ad abbandonare i propri progetti senza nemmeno tentare di mettersi in gioco.

Gli bastò fare un giro dei web provider per farsi un'idea dei costi di un buon servizio hosting Linux, cosa che portò Amedeo nei pressi della negatività più assoluta e pronto anch'egli ad abbandonare ogni velleità di lavorare in proprio.

Molto spesso capita che coloro che vogliono iniziare a prendere confidenza con il web, specie in ottica professionale, si tirino indietro per i costi da sostenere per l'acquisto di software e di risorse necessarie alla creazione di un sito o di un blog.

Amedeo si ritrovò nella medesima situazione arrivando al punto di mettere da parte qualsiasi progetto e ricominciare a inviare curriculum a destra e a manca, nella speranza che qualcuno lo chiamasse per fare qualche lavoro ignobile e mal pagato.

Ma per fortuna le cose andarono diversamente.

Seguendo le recensioni e le opinioni degli utenti su diversi forum, oltre che alle pagine Facebook e ai diversi canali social dei tanti web provider presenti

in Italia e all'estero arrivò a conoscenza di un tipo di servizio perfetto per le sue esigenze, soprattutto in merito al rapporto qualità-prezzo!

Il servizio hosting base che aveva scovato era la soluzione perfetta per lui, l'ideale per cominciare a farsi le ossa sul web e prendere confidenza con internet e i suoi segreti.

Iniziare quindi da questo piano low cost per allenarsi in vista dell'inizio dell'attività su un blog vero e proprio grazie a un servizio ancora più performante, un'operazione di upgrade che sarebbe stata sì necessaria ma solo quando sarebbe stato il momento.

L'idea era questa, iniziare a farsi le ossa con questo piano super economico, apprendere quanto più possibile e aspettare il momento adatto per lanciare il proprio blog personale con un piano ottimizzato per WordPress. Ecco quindi risolto l'aspetto lavorativo, partire dal basso per allenarsi e poi riflettere su quale opzione puntare.

### **In conclusione**

Insomma, se ti senti ancora pronto per iniziare a lavorare sul web a tempo pieno e vuoi prima prenderti un tempo per allenarti e prendere confidenza con il vasto mondo di internet, esistono per fortuna soluzioni ottimali come quella trovata da Amedeo nella storia che abbiamo raccontato.

Una spesa irrisoria per un servizio di qualità nonostante si tratti di un piano base. La scelta giusta per metterti alla prova e aspettare il momento giusto per iniziare a fare sul serio con soluzioni più costose ma molto più performanti.

# Sono un graphic designer, mi hanno commissionato un nuovo logo aziendale

Si fa un gran parlare dell'importanza dell'aspetto grafico di un sito web, soprattutto se parliamo di un'ottica aziendale. In particolar modo, un'azienda tra le più famose del nostro paese si è messa in cerca di un graphic designer per effettuare un lavoro delicatissimo: creare il nuovo logo della società!

Un'eccezionale opportunità di lavoro che, però, doveva essere valutata con la massima attenzione. Amedeo ne era ben consapevole. Buttarsi a capofitto senza un minimo di idea su come voler impostare un determinato lavoro sarebbe stato un suicidio professionale.

Non poteva permettersi di toppare. Una volta deciso di proporsi per questo lavoro avrebbe dovuto avere le idee chiare, se poi avrebbe avuto l'occasione giusta allora sarebbe stato in grado di assolvere al meglio il suo compito.

Proporsi per un nuovo logo, il coraggio di un graphic designer

Avere il coraggio di proporre una propria candidatura per un lavoro di questo calibro non è cosa da poco, questo Amedeo lo sapeva bene. Aveva già fatto diversi lavori, era ritenuto un professionista di tutto rispetto, ma non aveva mai messo in pratica la sua arte per qualcosa di così grosso.

Si prese un lungo week-end di riflessione per valutare i pro e i contro. Se avesse assolto al meglio il suo compito avrebbe potuto avere tanti vantaggi, magari essere assunto a tempo pieno dall'azienda stessa, perché no?!

Da cosa bisognava partire per poter pensare di fare al meglio un lavoro del genere? Amedeo ci pensò a lungo e alla fine mise insieme il suo pacchetto di riflessioni: mettere insieme tutte le sue competenze, attingere al massimo dalla propria creatività, leggere tutorial in giro per il web articoli di professionisti che davano consigli su come affrontare simili attività.

Insomma, nel giro di pochi giorni riuscì a mettere insieme una preparazione di tutto rispetto. Preso da una botta di coraggio inviò la sua candidatura e incredibilmente venne contattato.



Proprio lui.

Il colloquio andò via liscio come l'olio, ma i capi dell'azienda in questione non persero occasione per sottolineare più e più volte l'incredibile importanza che il nuovo logo avrebbe avuto, essendo una parte essenziale della profonda attività di Rebranding della società.

Come realizzare il nuovo logo di un'azienda, spunti e riflessioni

Si era deciso, aveva scelto di osare, di giocare il tutto per tutto. Lanciarsi in un'impresa del genere poteva essere la rampa di lancio decisiva, sia verso l'alto che verso il basso, in direzione dimenticatoio.

Amedeo era consapevole di tutto e si mise all'opera, cercando di prendere spunto dai loghi creati di recente dalle più grandi agenzie del globo. Lavori eccezionali, diversi a seconda del linguaggio visivo utilizzato ma che sembravano racchiudere tutti un concetto di fondo: il Visual Marketing puntava su un aspetto fortemente minimal!

Proporre un qualcosa che potesse spaccare ma farlo in nome della semplicità, un concetto spesso disprezzato ma che in realtà rappresenta la chiave decisiva per la riuscita di un progetto.

Emblematico, in tal senso, il lancio del nuovo logo della Juventus presentato proprio nei giorni in cui Amedeo aveva cominciato a riflettere davanti al PC su come impostare il logo dell'azienda che gli aveva commissionato il lavoro. Per definire e strutturare al meglio il logo, doveva analizzare nel profondo quello che l'azienda era, qual'era la sua filosofia, il suo messaggio di fondo. E ancora, quello che Amedeo doveva conoscere per bene erano le esigenze degli utenti che si rivolgevano a questa società, in modo tale da capire a quali necessità rispondessero i servizi proposti.

Insomma, per definire al meglio un logo aziendale bisogna conoscere a menadito non solo l'azienda di turno ma anche e soprattutto ciò che i prodotti/servizi proposti possono fare, a quali esigenze vanno incontro, quali bisogni soddisfano.

Raccolte queste informazioni e puntando su un aspetto grafico estremamente semplice e minimale, Amedeo riuscì a tirar fuori un logo che venne accolto con toni entusiasti da coloro che lo avevano messo alla prova.

Il punto fondamentale della discussione è proprio questo: per creare un logo funzionale bisogna conoscere perfettamente sia l'azienda che il target a cui essa si riferisce. Solo dopo un'attenta analisi si può realizzare un buon lavoro, in particolar modo se si riesce a fondere una serie di concetti con un'immagine semplice, di grande impatto visivo e che sia al tempo stesso in grado di comunicare un valore.

Dopotutto il nocciolo della questione è tutta qui. La fortuna di Amedeo era di aver capito per tempo quello che il processo comunicativo esige, ovvero tenere bene in considerazione il punto di vista altrui e cercare di proporre un qualcosa che possa essere utile per risolvere determinati problemi e/o esigenze.

Sullo stile grafico adottato, ogni professionista come Amedeo può avere delle idee in tal senso. L'importante è essere capaci di comunicare attraverso le immagini, creando una coesione tra i contenuti e i prodotti di un'azienda con le immagini da proporre.

# Devo mettere in sicurezza il mio lavoro sul web

Ho creato il mio sito web, ho messo su un piccolo negozietto online per poter fare affari e mettere a segno tante vendite dei miei prodotti di abbigliamento. Ormai il solo negozio fisico non basta più, serve essere presenti anche in formato digitale. Quindi, eccomi qui. Pronto a sviluppare il mio lavoro sul web.

Come creare un negozio online, scelta del piano web hosting

Le cose sono iniziate nella maniera migliore, visto che ho avuto la fortuna di trovare un web provider in grado di fornirmi un piano Hosting E-commerce adatto per quelle che erano le mie esigenze professionali.

Ho sentito dire più volte, dai cosiddetti grandi esperti del settore, che Magento è il software migliore in assoluto per poter gestire al meglio il commercio elettronico. Il problema però è che questo CMS sembra essere davvero ostico per uno alle prime armi in ambito informatico.

Il supporto dell'azienda mi ha dato però l'idea giusta: puntare su PrestaShop senza nessun dubbio, visto che si tratta di un CMS di ottimo livello e decisamente più semplice da gestire rispetto a Magento.

Questo aspetto, per uno come me che si è appena affacciato nell'infinito mondo del web, è un aspetto fondamentale. Avere un continuo supporto ti permette di avere le idee chiare in merito e di creare un progetto in poco tempo, senza bisogno di tanti approfondimenti se non alcuni utili consigli per migliorare l'attività stessa nel mio caso per esempio ho trovato molto utile la guida su come inserire la chat su PrestaShop.

La decisione di Google, il passaggio alla connessione protetta HTTPS

Tutto è filato liscio come l'olio per diversi mesi, fino al momento in cui una notizia ha creato un vero e proprio sconvolgimento nel panorama digitale: il caro vecchio Google, a quanto mi è parso di capire il carro trainante dell'intera

attività di marketing delle aziende, ha deciso di segnalare come “non sicuri” quei siti web che utilizzano il protocollo HTTP.

Potete subito immaginare il mio stato d’animo in quel preciso momento. Esatto, un vero e proprio tonfo verso la disperazione. Uno perde tanto tempo nel cercare di costruire un sito web funzionale e adatto in particolar modo alle esigenze dei clienti, poi arriva il giorno in cui Mountain View decide che il tuo è un sito non in grado di garantire la sicurezza.

In un caso come questo, con quella maledetta scritta in rosso che evidenziava l’HTTP del mio sito, i clienti hanno iniziato a chiedermi sempre più spiegazioni, spaventati dal fatto di non essere perfettamente al sicuro per pagamenti e inserimento di dati personali necessari per concludere gli acquisti sul sito.

A tirarmi fuori dai guai, per mia fortuna, è stato proprio il mio web provider. Prima ancora che io avessi avuto il tempo di inviare un ticket di assistenza, alle prime avvisaglie del fatto che i clienti erano pronti a valutare altri siti in cui acquistare prodotti di abbigliamento, ecco che l’azienda mi ha subito contattato per dirmi quello che aspettavo: il Certificato SSL (l’elemento necessario per avere la connessione protetta HTTPS) era ora incluso in tutti i piani hosting web.

Con la presenza del certificato e la presenza della dicitura HTTPS nella barra dell’indirizzo web in un verde bello splendente, ecco che il mio giro d’affari è tornato a riprendere subito la giusta direzione, se mi concedete quest’espressione.

### **La ripresa degli affari, la sicurezza come base per la fiducia**

Il mio business ha ripreso con pieno ritmo la sua attività. Il Certificato SSL è stato l’elemento necessario per mostrarmi agli utenti come un sito professionale e affidabile, cosa che ha fatto crescere la loro fiducia nei miei confronti.

Devo ammettere che anche io mi sento molto più tranquillo, visto che ora so per certo che nessun malintenzionato può infilare il naso in affari delicati. Insomma cari colleghi che vi siete lanciati in un'attività particolare come il commercio elettronico, per far crescere la Brand Reputation del vostro shop online dovete per forza di cose garantire la massima protezione agli utenti. Solo in questo modo essi si fideranno di voi e saranno ben felici di fare affari con voi.

# Gestisco un blog aziendale, quanto devo convertire?

Sono ormai un paio d'anni che lavoro a tempo pieno a un blog aziendale e ho imparato a mie spese che non si tratta per nulla di una cosa semplice. Le maggiori difficoltà, per questo tipo di attività, è comprendere quali siano i reali obiettivi da raggiungere per poter dire di aver svolto bene il proprio mestiere.

Potete immaginare le grandi difficoltà incontrate da chi si trova a dover fare un lavoro del genere, specie quando si ha una "concorrenza" di professionisti che hanno avuto un percorso di studi molto particolare. Senza però farsi prendere dallo sconforto, mi sono messo con tutto me stesso a gestire questo blog, con il tacito obiettivo di imparare quanto più possibile in merito.

Mi hanno assunto per portare visite sul blog aziendale

All'inizio di questa avventura, ho commesso un errore che secondo me è molto comune per molti blogger che oggi vengono decantati ma che avranno dovuto fare anche loro la gavetta.

Qual è l'obiettivo di un blog aziendale? Quando sono stato assunto i miei nuovi datori di lavoro mi hanno detto "Caro Amedeo, il tuo obiettivo è quello di portare quante più visite possibili. In questo modo il nostro marchio raggiungerà il più alto numero di utenti" e con questo obiettivo in testa mi sono messo al lavoro.

Portare tante visite su un blog, cosa può esserci di più facile?! Basta individuare le notizie più succose di un determinato ambito e vai sul sicuro. Che ci vuole?

Prendete il mio caso: mi hanno dato in gestione il blog che si rifà, in un certo senso, a un ambito informatico e io cos'ho fatto? Ogni giorno ho cercato notizie fresche e interessanti che riguardassero i colossi del settore, tipo Microsoft, Apple, nuovi smartphone ecc.

Semplice, acuto, preciso! Giusto? No, era tutto sbagliato.

### **Forse non erano solo le visite a interessare i miei datori di lavoro...**

Tutto trionfo e pieno di me, mi sono presentato all'annuale riunione dell'azienda, pronto a raccogliere le lodi da parte dei miei superiori. Che cavolo, portavo sul migliaia e migliaia di persone ogni giorno, scrivevo articoli di buon livello. Avevo trasformato il blog in un vero e proprio magazine d'informazione.

Immaginate quindi la mia sorpresa quanto l'azienda mi disse che io, Amedeo, non avevo portato nessun risultato utile e che dovevo per forza di cose migliorare.

Non riuscivo a capire in cosa avessi sbagliato, visto che i numeri erano tutti dalla mia parte.

Quello che mi è stato spiegato è che un blog aziendale non è un magazine, non serve ad accumulare visite su visite. Il blog è uno degli strumenti che l'azienda ha a disposizione per aumentare il traffico qualificato e fare più vendite. Era questa la realtà dei fatti.

Va bene pubblicare talvolta qualche notizia generica, ma tutto deve rientrare all'interno di una strategia ben precisa. Un blog necessita per forza di cose di un calendario editoriale ben definito, con una serie di contenuti strutturati a seconda delle esigenze degli utenti.

Poi ci si può sbizzarrire utilizzando tutto quello che si ha a disposizione per diversificare il proprio lavoro, optando per un pizzico di originalità come può essere l'utilizzo dello Storytelling. Qualsiasi cosa, ma sempre in funzione di un obiettivo che è quello dell'azienda, ovvero guadagnare di più.

In un momento del genere, la cosa più saggia da fare è affidarsi a chi ne sa più di noi, ovvero quei professionisti che hanno studiato anni e che poi hanno pubblicato libri colmi di informazioni vitali per la vita di un blogger/copywriter.

Come scrivere al meglio i contenuti di un blog? Qual'era il reale obiettivo del blog? Insomma, in cosa consisteva veramente il mio lavoro?

Mi procurai i migliori libri sul Content Marketing e mi misi a studiare come un matto, nella disperata ricerca di colmare le mie lacune.

Il vero obiettivo del blogger: le conversioni

Imparare dai professionisti è senza dubbio la scelta migliore che un novizio possa fare. Leggendo i libri che ero riuscito a procurarmi, avevo capito moltissime cose, soprattutto il fatto che stavo sbagliando il principio base per cui un blog aziendale fosse online.

Il mio reale obiettivo non erano le visite, ma le conversioni!

A questo serve un blog aziendale, a portare sempre più utenti sul sito ufficiale dell'azienda. Non solo, questi utenti che devono arrivare sul sito devono essere anche persone di un certo tipo, nel senso che devono rientrare all'interno di quello che è il target su cui punta l'azienda.

Per fare questo bisogna conoscere perfettamente quelli che sono i prodotti che l'azienda di turno vuole vendere, per poi individuare con gli strumenti adeguati (come Analytics) che tipo di utenti è interessato all'acquisto degli stessi.

È questo il lavoro del blogger che lavora per un'azienda, portare traffico qualificato sul sito web in modo da aumentare i ricavi. Tutto qui. Molto più facile a dirsi che a farsi, ma avere partire da questa consapevolezza è il punto 1 di un processo di crescita che si concluderà con la formazione di un professionista stimato e in grado di portare ottimi risultati.

### **Un'ancora di "salvataggio": le conversioni indirette**

Il lavoro di un blogger deve essere quindi valutato esclusivamente da un numero, ovvero dalla percentuale di conversioni messe a segno in rapporto con le visite giunte dal blog al sito dell'azienda? Tutto la fatica di un professionista (o aspirante tale) può essere etichettato con un paio di numeri?



Spesso tanti colleghi mi hanno detto “Caro Amedeo, le cose stanno così. Se vuoi lavorare in questo ambito, il tuo destino dipenderà solo da alcune cifre. Dentro o fuori”, una presa di posizione netta che effettivamente non può essere messa in discussione.

Per fortuna, però, ci sono specialisti di un certo spessore che sono in grado di spiegare non solo come fare un lavoro nel miglior modo possibile, ma soprattutto come valutare in maniera completa il valore dell’attività svolta. Se un blog non ha numeri eccelsi per quel che riguarda le conversioni dirette, forse non tutto è perduto o da considerare inutile. Il blog è uno strumento imprescindibile per un’azienda che deve costruire la propria Brand Reputation sul web.

# Hosting condiviso e cloud hosting, quale soluzione ti permette di crescere?

Lavoro da tanti anni nel supporto tecnico di un web provider tra i più famosi sul panorama nazionale, perciò ogni giorno mi trovo a dover fronteggiare i quesiti di tutti gli utenti che chiedono delucidazioni. Qualche giorno fa, ho risposto in chat a una persona che conosco personalmente da diverso tempo. La sua domanda era questa: il mio sito è in crescita, devo scegliere un piano Hosting condiviso o mi conviene passare al Cloud Hosting?

Questa persona, di cui ovviamente non posso fare il nome per ovvi motivi, ha lanciato il suo sito web appena un anno fa e in poco tempo si è trovato a dover valutare un'operazione di upgrade di un certo spessore.

Ma come poter effettuare un cambio così importante senza avere tutte le informazioni necessarie per non commettere errori? Il dubbio di questa persona era più che legittimo, il mio compito era quello di spazzare via ogni minima traccia di nebbia nella mente di un cliente.

## Hosting condiviso e Cloud Hosting, le differenze

Questa persona era piena di dubbi, voleva avere tutte le informazioni necessarie per non commettere un clamoroso errore. Notate bene, l'individuo in questione non era privo di qualsiasi conoscenza. Si tratta di un cliente che comunque ha una sua base teorica da cui partire e sulla quale poter intavolare una discussione.

Il punto su cui il mio cliente puntava era il tipo di cambio da effettuare. Una volta partito da un piano hosting professionale, il cliente era giunto al punto di svolta, al momento in cui il piano non era più sufficiente. Era il momento giusto per cambiare.

Chissà quanti utenti web si sono trovati nella medesima situazione, sia per quel che riguarda la nostra azienda che altri web provider.

Dopo essere partiti da un servizio hosting professionale cosa fare? Passare a un piano hosting CMS così da gestire nel miglior modo possibile un

determinato software per gestire il sito? Forse, però, questa soluzione non potrebbe essere la scelta adatta.

Per capire il perché, dobbiamo mettere in chiaro la differenza tra i piani Hosting condiviso e il Cloud Hosting, ovvero il servizio che alla fine ho consigliato al cliente.

Quando si parla di Hosting condiviso, come quello da cui è partito il cliente, si fa riferimento a uno spazio web che è ospitato su un server e che condivide (per l'appunto) le risorse della macchina fisica con altri siti web che sono hostati nel medesimo server.

Insomma, con un piano condiviso il cliente non fa altro che condividere le risorse di un determinato server con tanti altri siti web. Si tratta di soluzioni di qualità, perfetti per iniziare un progetto web, ma che inevitabilmente sono soggette a limitazioni fisiche di risorse.

Se un cliente vuole (deve) andare oltre questi limiti dei piani condivisi, deve per forza di cose valutare altre opzioni. Il cliente in chat era impaziente di sapere quale sarebbe stata la strada per far crescere il proprio business. Dopo aver valutato le sue esigenze, ecco il servizio giusto per il cliente.

Il Cloud Hosting era senza dubbio la scelta ideale per questo tipo di profilo. A differenza delle soluzioni condivise di cui abbiamo parlato in precedenza, i piani cloud sono in grado di mantenere un sito web online con una serie di risorse notevolmente superiori, sia per quel che riguarda lo spazio che il traffico web.

A differenza delle soluzioni condivise, il Cloud Hosting non è un piano fisico ma è virtuale, nel senso che il tuo spazio web non sarà ospitato su un solo server fisico ma in una serie di server collegati perennemente tra di loro grazie alla tecnologia chiamata Cloud Computing.

### **Quale scelta fare per crescere**

Una volta messa in evidenza questa grande differenza tra le due soluzioni, il cliente mi ha fatto al dunque la domanda che stavo aspettando fin dall'inizio

della nostra discussione: “Caro Amedeo, la ringrazio per il suo tempo. Mi può dire dunque quale scelta devo fare e quali vantaggi potrei ottenere?”

Il mio compito, a questo punto, è di mettere le cose in chiaro per togliere ogni dubbio al cliente a cui l’azienda tiene moltissimo.

Il Cloud Hosting è la scelta giusta perché garantisce i seguenti vantaggi:

Maggiori risorse a disposizione dell’utente

Semplicità di utilizzo, non sono richieste competenze particolari

Impossibilità di avere il sito down perché in casi di guasti a un server si sarà passati a un altro collegato

Fine di preoccuparsi del comportamento degli altri siti web ospitato sullo stesso server

Il sito web sarà ospitato su server configurati con dischi SSD

Ottimizzazione per tutti i CMS

Backup automatico

Certificato SSL incluso, questo comporta la massima protezione per il sito con il protocollo HTTPS

Dopo aver elencato tutte queste cose, il mio cliente non ha avuto più ulteriori dubbi. La scelta era fatta, il Cloud Hosting era il piano adatto per dare la svolta alla sua attività online.

### **In conclusione**

Poter essere utile a un cliente è la più grande soddisfazione per una persona che fa il mio lavoro. L’azienda mi chiede questo, dare tutte le informazioni necessarie per aiutare gli utenti a fare le scelte giuste, così da renderli soddisfatti della loro permanenza con la nostra società.

Il Cloud Hosting rappresenta una delle opzioni più vantaggiose per gestire un sito web in maniera professionale, andando oltre le limitazioni fisiche dei servizi condivisi.

# Instagram, Facebook, WhatsApp... ormai le stories sono dappertutto. Ma cosa devono raccontare?

Ne hanno parlato praticamente tutti, perché mai dovrei esimermi io dal farlo? Le Stories sono ormai ovunque, ci circondano, ci assediano. Ci guardano dritto negli occhi con tono minaccioso. Prima Snapchat con il suo tocco di originalità, poi Instagram, Facebook e anche WhatsApp.

Le storie sono ormai dappertutto, ma forse non è tutto così negativo. O meglio, bisogna cercare di capire come utilizzare queste Stories in ottica professionale visto che per lavoro mi occupo (o almeno provo a occuparmi) di Social Media Marketing e di mandare avanti un blog aziendale.

Facebook Stories, un cambiamento decisivo

La notizia ha fatto tanto scalpore e ha provocato, come sempre accade quando riguarda il leader dei social network, una valanga di polemiche e di proteste. Tralasciando per un attimo quella che può essere l'idea di base, è chiaro che l'arrivo delle Facebook Stories rappresenti un cambiamento "epocale" per l'attività sui Social Media.

Che poi la cosa funzioni è tutto da vedere nel corso del tempo, ma visto che ormai le persone sono abituate a girare brevi video in cui mostrare spaccati della propria giornata penso proprio che il successo sia assicurato.

Ce lo vedete Zuckerberg puntare tutto su un progetto fallimentare? Io personalmente no. Abbiamo fatto una scommessa in azienda, tutti mi hanno preso in giro dicendomi "Caro Amedeo, stavolta non ci becchi di sicuro"... eppure io sono convinto che il caro vecchio Facebook sia pronto a registrare l'ennesimo trionfo.

**Snapchat cannibalizzato**

Dal punto di vista “morale”, se di moralità si può parlare in un mondo così vasto come internet, la scelta di Facebook è una brutta mazzata nei confronti di Snapchat.

Vi ricordate di Snapchat, il social che alcuni mesi fa aveva fatto parlare tanto di sé per la sua crescita? Sul nostro blog avevamo pubblicato anche un’interessante articolo in cui veniva messo in evidenza come utilizzare Snapchat per il Social Marketing.

Ecco, con l’arrivo delle Stories su Facebook non resta più granché di speranza per il futuro di Snapchat, già messo duramente alla prova dalle storie implementate su Instagram.

### **Anche WhatsApp piegato alle esigenze del leader**

Snapchat messo fuori strada dalle storie su Instagram e su Facebook, tutto finito qui? Macché, il team di Zuckerberg non si accontenta e qualche giorno fa ha deciso di far sbarcare le Stories anche su WhatsApp, la chat ancora oggi più utilizzata dagli utenti.

Si tratta di un vero e proprio monopolio che, oltre a mettere fuori gioco la concorrenza di Snapchat (messa ora fuori gioco), promette di portare dei grandi cambiamenti per quel che riguarda l’attività di marketing attraverso i Social Media.

Indovinate un po’ cosa mi ha chiesto l’azienda per cui lavoro? Visto che mi occupo dei vari canali social dell’azienda, cosa potevano dirmi se non “Caro Amedeo, tutti quanti parlano delle Stories arrivate sui social. Vedi un po’ di scoprire come sfruttare la cosa per le nostre campagne di marketing”.

Come posso sfruttare le Stories in ottica professionale?

Ho ascoltato (letto più che altro) il parere di molti esperti che non hanno mancato l’occasione di scrivere articoli in merito a Facebook Stories. In effetti, i pareri dei Social Media Specialist hanno suscitato in me molti dubbi e la curiosità verso questa novità in grado, forse, di portare dei vantaggi per l’azienda.

Individuare attraverso i dati di Insights il momento “più caldi” della giornata e proporre delle storie per creare engagement? Utilizzare questi brevi video per raggiungere un maggior numero di contatti, così da avere maggiori opportunità di realizzare conversioni per i prodotti dell’azienda?

Si potrebbero fare tante cose per far sentire più vicini gli utenti e coinvolgerli ancora di più, facendoli sentire parte integrante dell’attività quotidiana dell’azienda.

Materiale utile per fare Branding e per promuovere offerte lampo, condividere giornalmente qualche contenuto per creare interazioni, proporre il parere di qualche esperto che metta in risalto la qualità e l’efficienza dei servizi dell’azienda... tante sono le idee, ma ancora non sono del tutto convinto.

Vedremo cosa succederà quando le Stories saranno disponibili anche sulle pagine aziendali.

Resta il dubbio, ma...

L’arrivo delle Facebook Stories rappresentano dunque una nuova possibilità per l’attività di Social Media Marketing, ma è davvero così conveniente? Per quanto possa sembrare strano, non è che magari il team di Zuckerberg ha commesso un clamoroso errore di valutazione?

Ci sono ancora molti dubbi in merito, cosa dimostrata anche da un interessantissimo articolo scritto dal nostro amico Angelo Cerrone che punta il dito contro questa novità. Insomma, sono stato rivestito dal compito di sfruttare la cosa per il lavoro di marketing dell’azienda.

# CeBIT 2017, mi hanno detto che devo andare in Germania

La nostra azienda è fiera di annunciare la sua partecipazione alla prossima edizione del CeBIT 2017.

Per chi avesse vissuto sulla Luna fino a questo momento, il CeBIT (acronimo tedesco di Centrum für Büroautomation, Informationstechnologie und Telekommunikation) è la più grande e importante fiera dedicata alla tecnologia.

Siamo pronti a partecipare, ma in questo pezzo vogliamo mettere in evidenza quella che è stata l'esperienza personale di un membro del nostro staff che dovrà recarsi, insieme ad altri, ad Hannover.

Possiamo dire che il CeBIT sia una base da cui fare tutte le "misurazioni" per quel che riguarda il settore digitale. È quindi un nostro grande orgoglio poter essere presenti in questa eccezionale ricorrenza. Nei paragrafi che seguiranno, andiamo a raccontare la storia di Amedeo, il nostro grafico web che partirà anch'esso in Germania con alcuni membri del team per far conoscere Keliweb ai colossi dell'intero panorama mondiale.

## Partecipazione al CeBIT 2017, un grande onore

Mi avevano accennato la cosa al momento della mia assunzione, ma devo ammettere che all'inizio ero un tantino dubbioso. Pensavo si trattasse della solita vanteria che un'azienda si concede per far colpo su un candidato che si presenta per un colloquio.

Dopo pochi mesi di lavoro, mi sono accorto che il team di Keliweb non scherzava affatto. La partecipazione al CeBIT era (è) una realtà concreta, un progetto che il provider ha messo in cantiere e a cui non ha nessuna intenzione di rinunciare.

Portare il nome della società in mezzo ai grandi colossi del web, la maniera migliore per conoscere professionisti e colleghi di grande valore e per mettersi in evidenza dinnanzi alle aziende provenienti da tutto il mondo.



Caspita, ho pensato! Questi tipi di Keliweb non scherzano mica. Credono fortemente nella qualità del loro lavoro e delle loro soluzioni web hosting da essere pronti a quest'avventura per cui bisogna sentirsi all'altezza. Una prova di grande coraggio ma anche di una sicurezza che gli fa onore.

Mi hanno chiesto di andare ad Hannover

Sono solo sette mesi che lavoro come grafico per quello che viene considerato giustamente uno dei migliori hosting italiani, perciò potete immaginare la mia sorpresa nel momento in cui mi hanno fatto presente che nel gruppo scelto per andare in Germania... c'ero anch'io.

Incredibile ma vero, i vertici della società hanno deciso che anche io devo andare ad Hannover. Una grande responsabilità che ho accettato con gioia e, non lo nascondo, con un minimo di timore reverenziale nei confronti di un'esperienza che a tratti percepisco come titanica e non alla mia portata. Se c'è però una cosa che ho imparato lavorando con i ragazzi di Keliweb è che, laddove si presentano difficoltà all'apparenza insormontabili, l'unione del team dona forza e sicurezza a ogni singolo dipendente, creando così un insieme di certezze inattaccabili.

È questo il segreto di un'azienda che vuole continuare a crescere senza fermarsi di fronte alle difficoltà. Affrontare le proprie difficoltà e cercare in tutti i modi di andare oltre, mettendo in campo tutte le competenze dei professionisti che formano il team.

Sarò io a dare informazioni presso il nostro stand

Una bella carica di fiducia e di autostima che, però, ha subito uno scossone di non piccola intensità quando mi è stato detto che non solo sarò presente ma che avrò anche un ruolo di primo piano.

Il nostro stand E48, collocato nel padiglione HALL 6, sarà visitato da un numero imprecisato di professionisti e appassionati del settore digitale.

Tra le persone adibite a presentare l'azienda ci sono io. Ecco qual è il mio compito, la mia missione in terra tedesca: parlare per conto dell'azienda e

presentare a chiunque si presenti la nostra società, cercando di mettere in evidenza in maniera professionale i punti di forza che ci contraddistinguono. Niente male, vero? Sono solo pochi mesi che lavoro qui e già mi è stato assegnato un compito non semplice. Proprio io, l'ultimo arrivato, rivestito di una responsabilità enorme. Una dimostrazione di fiducia che vale molto più di qualsiasi elogio che si possa ricevere.

Quest'azienda non è per nulla interessata alle chiacchiere, il suo obiettivo è parlare con i fatti e dare il massimo in ogni cosa. Per un evento così importante hanno pensato anche a me, la prova che il lavoro svolto in questi mesi è stato apprezzato così come ci sia la stima per me come individuo. Fidatevi di uno che ha girato tante aziende negli ultimi anni, trovare una società disposta a concedere tanta fiducia ai propri dipendenti non è semplice da trovare.

### **Una grande responsabilità**

Cosa posso aggiungere se non che finalmente mi sento pronto, almeno lo spero. A parte quelle che possono essere le sensazioni personali, il ruolo che mi è stato affidato è molto importante. I miei colleghi sono sicuri delle loro cose e daranno il massimo, ma anche io cercherò di fare del mio meglio per non essere da meno.

La responsabilità è grande, il morale è alle stelle. Siamo pronti per questa nuova avventura, la fiera dell'informazione digitale più grande del mondo ci aspetta. Non vediamo l'ora di portare Keliweb all'attenzione di tutto il mondo.

Riuscirò a essere all'altezza della situazione? Non resta altro da fare che prepararsi bene, gettare un po' di sale alle spalle e dare il meglio delle proprie possibilità.

Un nuovo livello per la nostra azienda

L'occasione è davvero eccezionale, cercherò di mettere da parte le mie "paure" e di essere all'altezza. Quello che conta, comunque, è l'importanza che la cosa ha per Keliweb.

Per la nostra azienda è un anno molto importante. Dopo aver inaugurato il nuovo Datacenter ed essere stati considerati tra come il migliore hosting italiano arriva anche l'occasione di partecipare al CeBIT 2017. L'anno lavorativo 2016/17 continua nel segno della crescita, un processo che vogliamo spingere sempre più in alto.

Riuscirò a essere all'altezza della situazione? Per quel che riguarda la mia attività di grafico non ho dubbi, senza essere troppo modesto posso dire che il mio livello di preparazione mi permette di essere una pedina importante all'interno del team.

Stavolta però sono chiamato a ricoprire un ruolo completamente diverso. Dovrò interagire con professionisti provenienti da tutto il mondo e spiegare, con il miglior inglese di cui sono capace, perché Keliweb è la soluzione perfetta per un progetto online e per quale motivo tali professionisti dovrebbe scegliere senza indugi le nostre soluzioni hosting.

# Server dedicato, la mia azienda ne ha bisogno. Ma chi lo gestisce?

Lavoro da molti anni sul web, non per vantarmi ma sono stato uno dei primi a capire l'importanza di internet e la grande opportunità della rete per ampliare il business. Ce l'ho fatta, la mia società è cresciuta. Adesso ho bisogno di maggiori performance, il servizio adatto è il Server Dedicato.

Sono certo che sia questo il tipo di servizio web di cui ho bisogno. Il problema non è quindi sapere cosa mi serve, ma trovare chi sia in grado di gestire un'intera macchina fisica interamente dedicata alla mia attività.

Server Dedicato, ecco di cosa ha bisogno la mia azienda

Non sono un novellino, come detto in apertura lavoro da diversi anni con la mia azienda e da molto tempo ho un sito online. Il funzionamento e la gestione sono perfetti come un orologio svizzero, siamo in tre a gestire il sito aziendale e non abbiamo mai avuto nessun problema.

Abbiamo iniziato con una soluzione più economica, un servizio hosting professionale che ci ha dato modo di cominciare senza difficoltà. Siamo cresciuti abbastanza in fretta, nel giro di pochi mesi questo tipo di hosting non era più sufficiente per rispondere alle nostre esigenze.

Così siamo passati ai piani Cloud Hosting, ma dopo una manciata di tempo anche queste soluzioni si sono rivelate insufficienti. Allo stato attuale, l'unica soluzione per noi è optare per un intero server a nostra disposizione, con tutte le sue risorse dedicate al nostro sito web.

Io e i ragazzi del mio staff abbiamo le idee chiare, il Server Dedicato sarà il nostro tassello decisivo per fare il salto di qualità che ci porterà al livello massimo.

Gestione del server, le competenze necessarie

Quando si decide di utilizzare un servizio come un Server Dedicato, bisogna però avere delle consapevolezza ed essere a conoscenza di ciò che bisogna fare.

Gestire un server richiede delle conoscenze particolari, in particolar modo per quel che riguarda i linguaggi di programmazione, le vere strutture che sorreggono il settore dell'informatica. Se non si hanno queste competenze, allora la cosa diventa davvero difficile.

Sapevamo quale tipo di servizio acquistare, ma non avevamo la minima idea di chi potesse occuparsene.

### **Chi si occupa della gestione della macchina?**

Vi siete mai sentiti intrappolati in una sorta di trappola da cui, apparentemente, sembra non esserci la minima via d'uscita? Ecco, così mi sono sentito in quei momenti. Bloccato per quella che poteva sembrare un'inezia ma che invece si è dimostrata una difficoltà insormontabile.

Che fare, quindi? Rinunciare ai nostri propositi di crescita?

Proprio nel momento in cui stavamo per gettare la spugna, ho tentato di discutere la cosa direttamente con l'azienda che da anni mi fornisce i servizi web con il quale ho portato avanti il mio lavoro dall'arrivo di internet.

La mia sembrava essere una mossa disperata, invece si è dimostrata essere una delle migliori idee che io abbia mai avuto.

L'aiuto del Provider: l'opzione Managed

Perché preoccuparsi di trovare chi possa gestire un determinato servizio, estremamente complicato, quando puoi contare su un'azienda che ti mette a disposizione dei tecnici super specializzati che possono fare il lavoro al posto tuo?

Mi sembrava un sogno a occhi aperti, invece era la pura e semplice verità. Il mio web provider di fiducia mi ha messo a conoscenza del fatto che, per quel che riguarda un Server Dedicato, esiste un'opzione chiamata Managed. C'ho messo meno di due secondi per capire che quella era la risposta a tutti i miei problemi, la svolta per la mia carriera, il punto decisivo per un altro passo nel processo di crescita della mia azienda. Con l'opzione Managed, lo staff tecnico messo a disposizione del provider si occupa della gestione

sistemistica della macchina dedicata, liberando me e i miei collaboratori da ogni pensiero in tal senso:

Messa in sicurezza.

Monitoraggio hardware e software.

Ripristino in tempi brevissimi di eventuali problematiche.

Controllo continuo sull'intero sistema in modo da impedire che possano esserci sovraccarichi.

Configurazioni firewall, antivirus e antispam.

Insomma, quello che il provider ha fatto per me è il sogno di ogni professionista che vuole dedicare tutto il suo tempo alla propria attività senza dover perdere tempo per gestire dei servizi di cui non è pratico.

Per concludere

Con il Server Dedicato professionale acquistato da quello che è stato definito il miglior hosting italiano, la mia azienda è giunta finalmente ai livelli che desideravo da tempo, potendo contare su un livello di risorse impareggiabile per la concorrenza.

Ho capito che la vicinanza del provider nei confronti del cliente è un fattore determinante e che può fare tutta la differenza del mondo per il successo di un'attività online.

# Guest posting, voglio far crescere il mio blog ospitando articoli dei professionisti

Migliorare la propria reputazione professionale sul web non è una cosa da poco, tutt'altro. Per quel che riguarda poi far crescere un blog, non è nemmeno il caso di tediarsi indicando le tante difficoltà che si incontrano. Oggi voglio raccontarvi (brevemente, promesso) la mia storia per suggerirvi una soluzione: il cosiddetto Guest Posting!

Far crescere il blog, cosa posso fare?

Questo è il dubbio che mi ha attanagliato per mesi. Far crescere il blog, sia a livello di reputazione che come bacino d'utenza, se così possiamo dire. Cosa inventarsi? Non sapevo davvero che soluzione adottare. Cambiare tipologia di contenuti, cercare di scrivere meglio, inserire più banner. Tante sono state le idee.

Lo ammetto, nel corso dei mesi le ho provate tutte. Prendendo spunto dai miei colleghi super esperti (penso che mi prenderebbero a schiaffi vedendo che mi considero loro pari, ma alla fine faccio il blogger anch'io) ho cercato di sviluppare nuove idee.

Una salita che non arriva mai

Ho provato di tutto ma niente, la salita non arrivava mai. Ho avuto la fortuna di avere alle spalle un'azienda che ha deciso di credere in me e di darmi fiducia, cosa che mi ha responsabilizzato ancora di più. La voglia di fare bene è sempre stata tanta, le prestazioni del blog di alto livello grazie ai piani web hosting messi a disposizione come prova della voglia di puntare forte sul blog.

Grandi performance per quel che riguarda i tempi di caricamento ma nessuna crescita. La colpa era tutta mia, toccava a me inventarmi qualcosa per dare una marcia in più al blog dell'azienda.

L'idea giusta: ospitare grandi firme

Cosa cavolo fare, quindi? Mi sono sbattuto per un numero imprecisato di giorni, girando a vuoto come una trottola. Nel momento di maggiore disperazione professionale, all'improvviso, l'illuminazione. L'idea che mi serviva: ospitare articoli scritti dai migliori professionisti del web.

In tal modo, il blog avrebbe guadagnato moltissimo come reputazione e non solo, sarebbero aumentate le fonti di traffico e di conseguenza il numero di utenti in arrivo sul blog. Questi nuovi visitatori, rientranti nel target specifico, sarebbero potuti diventare poi dei clienti dell'azienda per cui lavoro.

Cresce la reputazione del blog

Quando si parla di questo tipo di attività si fa appunto riferimento al pubblicare, sul proprio blog, articoli scritti da altri blogger. Ovviamente, per fare in modo che la reputazione del blog ne guadagni, bisogna individuare quelli che sono i migliori professionisti del proprio settore di riferimento.

Si parla anche di Guest Blogging, una delle migliori soluzioni per avere una serie di vantaggi di non poco conto:

Aumentare il traffico qualificato

Far arrivare il blog alla visione di professionisti di valore

Creare rapporti professionali

Prendere spunto per migliorare la propria scrittura

Ottenere link in entrata di qualità

Aumentare la propria Domain Authority

Una cosa da fare

Ho tentato con questo tipo di attività nel corso dei mesi e, forse non mi crederete, ma le cose sono in effetti cambiate. Non lo dico così, tanto per dire. Lo dico con cognizione di causa, con numeri alla mano che sostengono le mie parole. Ovviamente non posso riportare dati aziendali, ma le cose sono migliorate notevolmente. Maggior traffico di qualità vuol dire aumentare le conversioni, con grande soddisfazione dei propri datori di



lavoro. Possiamo quindi dire che ospitare articoli di professionisti affermati potrà solo dare benefici al vostro blog.

Non siate quindi gelosi, pubblicare articoli firmati da altri non sarà un qualcosa che diminuirà la vostra importanza. Un blog che ospita diverse firme, di cui molte di grande notorietà nel settore, sarà visto come una fonte affidabile ed estremamente professionale.

# **Smettila di specchiarti nel tuo ego, ci sarà sempre un influencer più influente di te**

Avete mai sentito parlare dei cosiddetti Influencer? Si tratta di una speciale categoria di personaggi, presenti in ogni settore, che sembrano contare più di altri. Non solo, in questa sorta di auto-affermazione sociale tali individui sono in grado di veicolare i gusti e le tendenze di un determinato pubblico. Appare evidente, quindi, che chi si occupa di comunicazione e in particolar modo di Web Marketing si troverà spesso dinnanzi a molti influencer. La loro capacità di tracciare delle strade, visto il grande seguito conquistato, li porta però spesso a fare un passo troppo lungo. Ma quand'è che si rischia di andare ben oltre?!?

Ho deciso di dedicare questo spazio per raccontare questa brillante (e al tempo stesso oscura e misteriosa) figura che appare e scompare nel web, quasi come il Megadirettore galattico di fantozziana memoria.

Chi sono questi influencer? Perché sono così importanti? Come hanno fatto a conquistare tale ruolo? Soprattutto, quali sono gli errori che possono commettere? L'utilizzo dello Storytelling, in tal senso, può essere molto utile.

Chi sono gli influencer

Come sempre accade, anche il buon Amedeo cominciò la sua carriera nel periodo in cui la figura dell'influencer ha preso forma nel panorama professionale. Ma chi è costui? All'inizio, il giovane semi-professionista non sapeva darsi risposta. Non ci volle troppo tempo però per comprendere la realtà.

Gli influencer sono quei personaggi che, col sudore della fronte e le proprie eccezionali capacità, sono giunti al successo. Sono talmente conosciuti e seguiti che riescono a delineare i gusti e le tendenze degli utenti, spingendoli così verso determinate realtà e allontanandole da altre.

Il ruolo degli Influencer: cosa fanno

Come gli venne fatto notare dai titolari dell'azienda per cui lavorava (part-time ovviamente), stringere rapporti con qualche influencer poteva dare la svolta agli affari della società. Avere relazioni con persone influenti è una delle migliori soluzioni per far crescere un business, portarlo all'attenzione di un numero incredibile di utenti potenzialmente molto interessati.

Visto che nel marketing digitale il segreto è individuare il target adatto per un determinato settore, la possibilità di lavorare con un influencer rappresenta la chiave di volta per il successo.

Se però in teoria il messaggio fila in maniera perfetta, con la certezza che questo tipo di attività possa portare vantaggi a un'azienda, il difficile arriva proprio nel momento in cui bisogna individuare l'influencer adatto per il proprio lavoro.

Ecco le prime difficoltà per Amedeo, incaricato di scegliere l'influencer adatto. Non avendo esperienza nel settore, il protagonista di questa breve storia si mise a cercare senza delle vie guida precise.

Una breve digressione: il mito di Narciso

La mitologia (in particolar modo quella greca) è da sempre fucina di significati, la forma migliore per far intuire dei significati profondi anche ai profani che hanno poca voglia di approfondire alcuni termini e tematiche. Il mito di Narciso è una delle storie più analizzate della storia dell'uomo, sia in ambito filosofico che poetico che psicologico. L'ossessione di Narciso verso il proprio aspetto e la propria bellezza lo porterà a una fine tragica. Morire per inseguire l'inafferrabile oggetto del desiderio, ovvero la perfezione.

L'ossessione di Narciso, individuo vuoto ed egoista che rifiuta l'amore di Eco per l'eccessivo amore provato verso se stesso, porterà alla vendetta della dea Nemese che escogiterà lo stratagemma che porterà alla drammatica fine del protagonista di questo mito.

L'eccessivo amore verso se stessi e l'egoismo portato a livelli estremi, fino al punto in cui l'esistenza degli altri non diventa altro che mero riflesso della propria persona. Un atteggiamento che denota una scarsa predisposizione

verso le altre persone, una chiusura in se stessi che (come insegna il mito) non porta ad altro che all'abisso.

Il termine narcisismo nasce ovviamente da questo racconto. L'adorazione morbosa di se stessi crea una barriera invisibile ma, allo stesso tempo, invalicabile.

Specchiarsi nel proprio ego, un pericolo anche al giorno d'oggi

Cosa c'entra il discorso sugli influencer con il mito di Narciso? Per quanto le due cose sembrano così distanti e inconciliabili, esiste in realtà una stretta correlazione.

Nella scelta dell'influencer giusto in grado di dare un contributo importante a un'attività web, bisogna valutare diversi aspetti. Amedeo capì ben presto che uno degli elementi su cui basarsi per la scelta dell'influencer da contattare è l'affinità tra le parti.

Per quanto spesso ci si nasconde dietro dei nomignoli e delle cariche, dietro un influencer ci sta sempre una persona come me, come te e come l'ingenuo Amedeo. Se non c'è un'affinità a livello emotivo e personale, la collaborazione sarà impossibile e il lavoro ne risentirà.

Se l'influencer scelto non rispecchia in toto quella che è la filosofia aziendale, così come il modo di comunicare, il progetto di utilizzare l'Influencer Marketing sarà destinato a fallire, anche se il professionista scelto è un punto di riferimento del settore.

Bisogna fare i conti quindi soprattutto con l'aspetto personale, con i modi di fare di questo grande specialista e con il suo carattere. Amedeo comprese che molti di questi grandi "influenzatori" sono in realtà persone difficili con cui tessere rapporti professionali e personali.

Persone troppo prese da loro stesse, eccessivamente ossessionate dal ruolo e dalla notorietà raggiunta. Insomma, se con l'influencer non scatta quell'alchimia nel rapporto umano, allora il volume d'affari potrebbe andare incontro a un clamoroso flop.

## **Morale della storia**

Ecco quindi che il legame tra la storia di Narciso e la figura dell'influencer trova fondamento. Non basta solo la competenza e la fama raggiunta, se non si riesce a creare un rapporto umano sarà difficile portare avanti un percorso professionale.

Molti di questi grandi nomi spesso si rivolgono ai semplici utenti con aria saccente, fieri della propria posizione privilegiata di professionisti affermati. Bene, a questo punto comportati come Amedeo: evita come la peste questi individui ossessionati dal proprio nome e poco propensi al lavoro di squadra.

Difficile creare un progetto vincente se non si percorre lo stesso sentiero, impossibile sviluppare campagne efficaci se il modo di comunicare dell'influencer differisce così tanto rispetto ai tuoi. Se il grande nome che hai contattato è troppo preso da se stesso, cercane un altro. Questa è la morale di questa breve "storia" che ho voluto raccontarti.

# Consigli da blogger: come superare il blocco creativo

Chi fa il blogger per professione, che si tratti di un freelance o di un dipendente di una particolare azienda, conosce perfettamente quel momento in cui il foglio elettronico diventa un muro invalicabile. Quel bianco immacolato resta bianco, le idee scarseggiano. È lui, il blocco creativo, lo spauracchio di tutti i blogger.

Se fino a qualche anno fa è stato l'incubo peggiore degli scrittori, oggi giorno sono i famigerati blogger (come il sottoscritto) devono purtroppo fare i conti con questo problema di non poco conto.

Sei un blogger e hai il blocco dello scrittore. Sono guai

Il tuo lavoro è quello di gestire al meglio delle tue possibilità un blog, cercando di creare contenuti di qualità che possano accontentare gli utenti e Google. Ovviamente, se si tratta di un blog aziendale, i tuoi articoli dovranno portare conversioni, il parametro che determina tutto il nostro lavoro.

Il nostro obiettivo, cari colleghi, è quello di portare traffico qualificato verso il sito web della società che ci sta pagando. Se non riusciamo a fare questo, il nostro lavoro è praticamente inutile. Quando poi sei al soldo di un'azienda che ti ha messo a disposizione un blog perfettamente funzionante con un servizio web hosting di grande qualità, allora non puoi proprio permetterti di toppare.

Per fare il proprio lavoro e portare questo benedetto traffico sul sito dell'azienda bisogna essere sempre pronti a inventarsi qualcosa, avere le idee giuste per dare in pasto ai visitatori qualcosa di valido e possibilmente di interessante. Credetemi, un'impresa di non facile compimento.

Perché hai perso l'ispirazione

Che succede quando il famigerato blocco si presenta alla nostra "porta"? Succede che siamo nei guai seri, ecco la verità. Perdere l'ispirazione, non riuscire più a creare dei contenuti, non essere più capaci di articolare un

ragionamento che possa spingere l'utente a compiere una determinata azione. Un guaio enorme per un blogger.

I perché di questo calo e della perdita di ispirazione possono essere tanti:

Stanchezza mentale

Stress

Scarsa conoscenza del proprio settore

Incapacità di individuare le necessità del proprio target

Risultati insoddisfacenti

Sfiducia nelle proprie capacità

Nessuna voglia di tenersi aggiornati

Mancanza di studio

Insomma, le cause possono essere tantissime. Il risultato, purtroppo, è il medesimo. Quel foglio elettronico resta bianco. Siamo noi che dobbiamo inzepparlo di contenuti di valore. Quello che dobbiamo fare è uscire da questo stato di impasse, a tutti i costi.

Come fare per ritrovare l'ispirazione perduta

Caro collega che stai vivendo questo momento di tremenda difficoltà, non disperare. Ci siamo passati tutti da questi momenti bui, ma alla fine in un modo o nell'altro se ne esce. Quello che ci vuole è una bella iniezione di energia, un pizzico di autostima in più e... sapere cosa fare.

Se mi permetti vorrei suggerirti alcune cosette (5 per la precisione) che puoi fare per superare il blocco dello scrittore/blogger, per tornare così a creare articoli a ritmo continuo, con piena soddisfazione di tutti, soprattutto di chi ti paga e che pretende da te risultati.

### **Racconta una storia**

Se non sai come uscire dal blocco, se il contenuto proprio non ti viene fuori in nessuna maniera, perché non racconti una storia? Invece di scrivere un articolo, nel senso più classico del termine, racconta qualcosa ai tuoi lettori.

Ne avrai di storie da raccontare, anche guardando nel tuo passato. Ecco, scrivi una storia.

Attenzione, però! Non devi scrivere una storiella tanto per non lasciare il foglio bianco. Quello che devi fare è costruire una storia in cui i tuoi lettori possano riconoscersi, in modo che le soluzioni che andrai a suggerire nel tuo racconto possano essere davvero utili agli utenti. Non per niente si parla di Storytelling, attualmente una delle tecniche più utilizzate dai grandi professionisti del settore.

### **Prendi spunto da altri blogger**

Uno dei più gravi errori che un blogger/copywriter può commettere è rubare articoli (o parti di esso) da altri siti web. Ecco, allontana subito da te questa malefica tentazione che nei momenti difficili viene a farti visita. Possiamo trovare una comoda via di mezzo, così da avere nuovi spunti senza giocarti la reputazione online.

Prendi spunto dai tuoi colleghi, dai un'occhiata al loro modo di strutturare gli argomenti e valuta la scelta degli stessi. Dare una sbirciatina al lavoro di chi fa il tuo stesso lavoro può essere un ottimo metodo per superare il blocco, a patto che tu abbia rispetto per te stesso e per il lavoro altrui. Prendi spunto, cita se vuoi, ma non rubare contenuti. Mai!

### **Dai un'occhiata ai trend**

Quando sei in una situazione difficile, la cosa peggiore che puoi fare è chiuderti in te stesso. Gli stimoli per ritrovare l'ispirazione perduta sono lì fuori, nel mondo esterno. Perciò esci dal tuo guscio di malinconia e dai un'occhiata a ciò che ti circonda.

Oltre a dare uno sguardo a quello che combinano i tuoi colleghi, un'altra cosa che puoi (devi) fare è essere aggiornato sui trend del momento. Si tratta di una delle migliori soluzioni per sbloccare la mente e riprendere a produrre articoli a getto continuo. Approfitta dei trend del momento



ma utilizza solo quelli che puoi utilizzare a tuo vantaggio, ovvero quegli argomenti che puoi veicolare e piegare alle tue esigenze.

### **Calendario editoriale, questo sconosciuto**

Capisco il blocco del blogger, ma se parliamo di una sfera professionale il problema dovrebbe essere facilmente risolvibile a priori, se mi concedi la citazione kantiana. Per gestire un blog aziendale è necessario sviluppare un calendario editoriale in cui sia appuntata tutto il lavoro da svolgere nel corso dei mesi.

Se avrai sviluppato al meglio il calendario, il problema del blocco sarà ridimensionato. Il tuo calendario editoriale saprà dirti cosa pubblicare, dando così al tuo lavoro un ordine e una regolarità necessari alla stabilità e alla reputazione del blog stesso.

### **Parti dalle keywords**

Sei seduto davanti il PC e non hai la minima idea di cosa scrivere. Bene, non perderti d'animo, puoi uscirne in modo semplice e veloce. Se non hai ispirazione (e se il tuo calendario editoriale tace in tal senso), parti dalla tua base, dalle fondamenta del tuo lavoro: le keywords principali.

Sarai sicuramente a conoscenza delle parole chiave su cui si sviluppa il tuo lavoro, ovvero quelle keywords che utilizzi e che stai monitorando. Si tratta di quelle paroline che stai cercando di ben posizionare su Google. Se sei a corto di idee, parti dalle keywords. Osservale. Soppesale. Pensa a un possibile argomento da trattare. Riflettici sopra, vedrai che qualche buona idea verrà fuori.

# Mi hanno incaricato di far crescere la brand awareness, cosa posso fare?

Sono stato assunto da uno dei web provider più famosi e stimati del panorama italiano, un grande orgoglio ma anche una responsabilità di notevole peso. Mi hanno incaricato di far crescere la Brand Awareness dell'azienda, ovvero far crescere il livello di notorietà di questa società, ovviamente per il target di riferimento.

In cosa consiste quindi il mio lavoro? Difficile dirlo in poche parole, ma diciamo che il mio compito è quello di mettere in pratica tutte quelle operazioni che possono aiutare l'azienda a diventare sempre più famosa per quegli utenti che sono potenzialmente interessati alle proposte commerciali.

Brand Awareness, tocca a me...

Credetemi, non è per niente un lavoro facile quello che mi hanno detto di fare. Da me e dai contenuti che sarò in grado di produrre dipenderà gran parte dei destini dell'azienda. Si tratta di un lavoro delicatissimo e ad alto rischio di fallimento.

L'obiettivo è quello di portare il livello di notorietà ai massimi livelli. Mi hanno messo a disposizione un blog funzionale e veloce grazie al piano Hosting WordPress che rappresenta il cavallo di battaglia dell'azienda. Non mi resta altro da fare che convincere gli utenti che per avere un sito e/o un blog con questo livello di performance dovranno scegliere i nostri servizi. Ce la farò a essere convincente? Tutto (o quasi tutto) dipenderà dalla mia capacità di far recepire in maniera corretta questo messaggio.

Devo scalare la famosa piramide

L'obiettivo di chiunque si occupi di un'attività del genere è arrivare al punto più alto della famosa piramide di Aaker, una scala di misura che determina il livello di popolarità di un particolare Brand. Il mio obiettivo è quello di far arrivare il livello al Top of Mind, ovvero la quota in cui gli utenti pensano

subito alla nostra azienda nel momento stesso in cui valutano l'acquisto di un servizio web.

Quando si raggiunge il punto massimo significa che se un utente vuole acquistare dominio e hosting penserà in automatico alla nostra azienda, senza nemmeno prendere in considerazione altre possibilità. Riuscite a immaginare la crescita del volume di affari di qualsiasi attività se si riesce ad arrivare al punto massimo della piramide?

Come far crescere la Brand Awareness

Mi sono messo di impegno e ho deciso di assolvere al meglio il mio compito. Bene, ma come cavolo si fa a far crescere questa Brand Awareness? Scartabellando in giro su internet si trovano tantissime guide, tutorial e articoli di approfondimento scritti dai migliori professionisti del web.

Secondo questi grandi specialisti, il modo migliore per aumentare la popolarità di un brand è creare dei contenuti di qualità utilizzando tutte le forme che si possono usare per differenziare la propria comunicazione e renderla efficace.

Posso dunque dar sfogo alla mia creatività, utilizzando poi i canali social dell'azienda per creare engagement e raggiungere le persone che rientrano nel target. Per conquistare queste persone l'unico modo è dar loro contenuti di qualità e soprattutto utili.

### **L'utilizzo dello Storytelling come arma vincente**

Uno dei modi migliori per differenziare la produzione dei contenuti è far uso di discipline particolari che permettono al web writer di turno di ampliare il proprio lavoro. L'utilizzo dello Storytelling rappresenta una delle armi vincenti che ancora in pochi utilizzano ma che rappresenta quello che gli utenti vogliono.

Le persone che navigano in rete e che cercano contenuti non si accontentano più di articoli scritti in maniera asettica. No, le persone vogliono sentire e percepire emozioni, comprendere che i contenuti sono figli del lavoro di

esseri umani che in tal senso sono in grado di comprendere le esigenze e le sensazioni delle persone.

Ecco quello che ho deciso di fare per conquistare gli utenti: raccontare storie e attraverso questi racconti cercare di veicolare messaggi e soluzioni di un certo spessore che possano essere d'aiuto agli utenti.

### **Attività SEO, keywords e campagne di marketing**

Ovviamente lo Storytelling deve essere utilizzato in maniera corretta, cercando cioè di strutturare i contenuti in un certo modo. Sia quello che viene pubblicato sul blog che i testi inseriti nelle pagine del sito web devono essere ottimizzati al massimo delle possibilità.

Quello che devo fare è mettere in atto un'attenta ricerca sulle parole chiave da utilizzare, così da poter realizzare dei contenuti chiari e che rispettino quelle che sono le indicazioni che l'attività SEO ci dà. A tal proposito, l'utilizzo di uno strumento come SEMrush è assolutamente necessario per individuare i termini su cui lavorare.

Che dire poi delle campagne pubblicitarie da impostare su AdWords e su Facebook Business... insomma, c'è un bel po di lavoro da fare. Sono curioso di vedere fino a che punto riuscirò a trainare il brand, sperando di arrivare ben presto alla cima della piramide.

## **Poter contare su un servizio di assistenza professionale, la salvezza...**

Me ne hanno dette di tutti i colori, i cari santoni del web sono sempre pronti a dirti quello che devi fare, come lo devi fare e in caso anche perché devi o non devi fare una determinata cosa. Ma io non ho voluto sentire ragioni, per scegliere l'azienda da cui acquistare i servizi per il mio sito web ho puntato soprattutto su una cosa: l'assistenza professionale prevista.

Parliamoci chiaro, per quel che riguarda la qualità dei servizi ci sono molte aziende che promettono grandi cose. Non voglio mettere in dubbio quanto detto da questi gentili signori, ma se dovessimo credere a tutti saremmo su un altro pianeta. Visto che ancora siamo con i piedi ben piantati su questa bistrattata Terra, non resta altro che fare buon viso a cattivo gioco.

Assistenza professionale, la salvezza di noi comuni utenti

La qualità del servizio sarà sicuramente ottimo, ma quello che per me conta maggiormente è l'assicurazione che questa azienda mi starà vicino per ogni problematica dovessi io incontrare durante il mio lavoro. Non sono un informatico, non capisco granché di codici e di linguaggi di programmazione. Per questo vado sulla fiducia. Il piano hosting acquistato sarà sicuramente di valore, ma la differenza nella mia scelta l'ha fatta le rassicurazioni datemi dal supporto tecnico. Una qualità di questa società che viene sottolineata anche (soprattutto) dalle recensioni degli utenti lasciate in giro per il web che mettono sempre in risalto l'alto livello dell'assistenza.

Lavorare quotidianamente per un obiettivo preciso

Una volta scelta l'azienda e i servizi adatti, ecco che è possibile iniziare l'attività online. Devo dire la verità: il mio blog è cresciuto rapidamente, si vede che forse non facevo così schifo come "produttore" di contenuti. Lavorare da freelance ti dà l'opportunità di occuparti (se sei fortunato) di diversi ambiti professionali.

Mi sono fatto un nome in poco tempo, sono stato contattato per scrivere articoli su vari siti web ma l'attività sul mio blog è sempre rimasta la mia attività principe. I problemi ci sono stati, inutile nascondere. Come fare a risolvere i guai informatici se non si hanno le giuste competenze?

Ecco che è il servizio di assistenza del provider ha fatto il suo trionfale ingresso nella mia vita. Gentilezza e disponibilità, 24 ore su 24, attenzione e pazienza nell'ascoltare le mie necessità. Problemi risolti nel giro di poco tempo. Che dire, chapeau!

Andare oltre le feroci critiche

Pensi che i problemi per un blogger siano finiti nel momento in cui risolvi i tuoi problemi tecnici?! Ah, sarebbe davvero una cosa splendida.

Purtroppo il più delle volte le più grandi difficoltà per un emergente sono rappresentate dalla cattiveria umana, in particolar modo da chi svolge lo stesso lavoro e che gode già di una certa riconoscibilità.

Hai mai provato a condividere un tuo post all'attenzione dei maggiori specialisti di un determinato settore? Prendiamo magari l'esempio di uno di quei gruppi Facebook altamente specializzati, con regolamenti che ti vietano anche di starnutire senza permesso con la scusa di non volere spam. Provaci un po', vedrai i commenti che arriveranno.

"Fuffa" is the new "Voglio umiliarti per sentirmi meglio con me stesso"

Se hai fatto il tentativo di cui sopra, come ho fatto io diverse volte (soprattutto i primi mesi della mia attività), sarai a conoscenza del fatto che una volta condiviso il tuo pezzo sarai travolto da un'ondata di engagement. È una cosa positiva? No, per niente. Bisogna dare un'occhiata attenta al tipo di commenti arrivati.

Troverai scritto di tutto, dai consigli di andare a raccogliere la cicoria a chi (spinto dalla propria auto-conclamata superiorità) arriva addirittura al punto di sbeffeggiarti di fronte a tutti i membri del gruppo. L'epiteto più ricorrente, in questi casi, è "fuffarolo". Il termine "Fuffa" è diventato il

simbolo di questa chiusura dei grandi specialisti che invece di aiutare chi ha appena iniziato a migliorare pensa bene di affondarlo definitivamente. Un atteggiamento che denota un'insicurezza personale davvero imbarazzante. Alla fine però quello che conta è il risultato. Lo specialista sarà sempre ammirato e seguito da una serie di leccapiedi, mentre il malcapitato che ha scatenato l'ira dell'Influencer sarà messo alla berlina e condannato all'esilio, ovvero a essere bannato dal gruppo.

In conclusione

Insomma caro lettore, se vuoi creare un blog e/o un sito web devi necessariamente puntare su un'azienda di valore, una società che però sia in grado di garantirti anche una grande vicinanza per risolvere i tuoi problemi. Per quel che riguarda gli attacchi dei cacciatori di fuffaroli, decidi tu quale atteggiamento può essere il più indicato.

# Cosa fare con il blog in un periodo di ferie?

Dopo un anno di duro lavoro finalmente è giunto il momento di una piccola vacanza, un breve periodo di stop che utilizzerò per ricaricare le batterie. Il punto di domanda che si pone ogni blogger è questo: cosa devo fare con il blog mentre sono in ferie? Devo lasciare tutto fermo?

Sono certo che questa è una domanda che ha fatto passare ore difficile a molti dei miei colleghi, ma forse posso darti una mano caro lettore/amico/blogger che mi stai leggendo. Vedrai che con un po' di organizzazione riuscirai a farti la tua bella vacanza con il lavoro già bello e programmato.

Vado in vacanza, cosa faccio con il blog?

Un evento molto bello e significativo si staglia all'orizzonte, ne seguirà un periodo di un paio di settimane di stop.

Cosa faccio con il blog?

L'azienda mi paga anche durante le ferie, ciò significa che non posso bloccare tutto e andare a fare i miei comodi senza mettere le cose in ordine.

Il blog che mi ha messo a disposizione l'azienda va una cannonata, prestazioni eccezionali grazie al servizio web hosting e grafica eccezionale (tutto merito del nostro web designer di fiducia). Tocca a me fare in modo che il blog continui a funzionare anche ora che per una decina di giorni non avrò possibilità di non metterci mano.

Organizza al meglio il tuo calendario editoriale

Il segreto di tutto è sapersi organizzare in anticipo e fare in modo che il blog non si fermi. Individua quelli che sono i temi più trattati nell'ultimo periodo e cerca di strutturare dei contenuti che possano legare le tendenze del momento con quello che i tuoi utenti si aspettano.

L'unica maniera per organizzare il lavoro in modo corretto è organizzare al meglio il calendario editoriale, così da coprire con i tuoi post programmati (da scrivere e programmare in precedenza, ovviamente) i giorni in cui sarai fisicamente lontano a goderti il riposo.



Queste sono le grandi possibilità che internet ci offre, poter lavorare sfruttando le capacità degli strumenti che utilizziamo. Perché non usufruire di queste comodità?!

Il Blogging non dorme mai

Non ci sono alternative per organizzare l'attività al meglio. Devi partire da un presupposto basilare: il Blogging non dorme mai, l'ho imparato a mie spese con l'esperienza. Fermarsi è impossibile, i tuoi concorrenti non staranno di certo a guardare ma anzi continueranno a pubblicare contenuti giorno dopo giorno.

Se non sei in grado di tenere il passo allora non puoi fare questo lavoro.

Se sei uno di quelli che vogliono avere giorni di totale distacco dalla tua attività non puoi fare questo lavoro.

Se pretendi di avere i tuoi spazi a discapito del blog, non puoi fare questo lavoro.

Vuoi fare il blogger professionista? Bene, allora sappi che non esistono vacanze in senso assoluto. O meglio, tutto dipende dalla tua capacità di organizzare il lavoro e di programmare tutto in anticipo.

Programmazione e buone idee

Programmare tutto così da poter poi partire per la propria meta senza nessuna preoccupazione, difficile ma non impossibile. Se conosci bene il tuo lavoro puoi farlo perché conosci i tuoi lettori e sai quali contenuti dare loro in pasto.

Non credo che ci siano regole fisse per poter fare questo tipo di attività, qui gran parte della differenza la fa la creatività del singolo blogger e la sua capacità di creare qualcosa di originale e che sia utile. Individua i giorni in cui il blog registra un maggior traffico utilizzando strumenti come Google Analytics e gli Insights di Facebook, dopodiché scrivi i tuoi articoli e programmali nei giorni e negli orari con maggior flusso.

Così facendo, la tua assenza sarà coperta alla perfezione e sarà come se tu non fossi mai mancato. Ora che sono in procinto di partire, sappi che ho già impostato tutto il lavoro delle prossime due settimane.

# La (s)fortuna di essere un blogger freelance, lavori trovati e lavori persi...

Con lo sviluppo delle diverse tecnologie e la diffusione dell'informatica come base fondamentale su cui si poggia l'intera società, ecco che sono venute fuori tante nuove professioni e lavori. Fare il blogger freelance è una delle nuove figure professionali più diffuse attualmente.

Figura apprezzata e/o disprezzata a seconda degli ambiti di riferimento, i blogger fanno ormai parlare di sé e sono diventati una parte importante di quella che è l'informazione su internet. Fare questo lavoro però non è semplice come può sembrare a un occhio esterno, ve lo posso garantire per esperienza personale.

Sono un blogger freelance

Ho deciso di fare questo lavoro, o forse sarebbe più onesto dire che mi sono riciclato in questa veste per sfuggire a un atroce destino fatto di abominevoli call center, nel disperato tentativo di inseguire un'indipendenza economica che per la stragrande maggioranza di noi resterà per sempre una mera illusione.

Essere un blogger freelance ti porta a non essere apprezzato praticamente mai. Per gli addetti ai lavori sei solo uno sciacallo e una pallida imitazione di un giornalista, mentre per coloro che non sono addentrati in questo mondo sarai sempre un disoccupato che inganna il tempo scrivendo cazzate sul computer invece di cercare un vero lavoro.

Chi te la fa fare quindi a riciclarci in questa veste così scomoda? Non ti conviene assolutamente, ma se proprio non puoi farne a meno... lascia che ti sveli il lato positivo (che è anche quello oscuro) di questo tipo di attività.

## **Ti contattano per lavorare...**

Lo ammetto, io sono stato molto fortunato. Non ho dovuto faticare per creare un mio blog e iniziare la mia attività di Blogging da zero. Sono stato contattato da un'azienda che ha deciso di puntare su di me per la gestione

del proprio blog, uno spazio già conosciuto e con contenuti ben posizionati sul motore di ricerca.

Un inizio che in pochi hanno avuto, soprattutto tenendo in conto delle incredibili prestazioni del blog stesso (dovuto a un Hosting WordPress di livello assoluto) che non sono paragonabili a quelle di un blog alle prime armi o a quello di chi decide di utilizzare risorse ultra-economiche e di bassa qualità.

Visto che il mio lavoro per il blog dell'azienda è solo per mezza giornata, sono sempre disponibile a valutare proposte lavorative che possano incrementare le mie entrate per affrontare meglio la vita quotidiana. Nel corso di qualche mese, dopo che i miei articoli hanno iniziato a trovare maggiore spazio, sono stato contattato per lavorare ad alcuni progetti molto interessanti.

Ho accettato subito e mi sono messo al lavoro con grande entusiasmo, mettendo tutto me stesso per creare contenuti di spessore anche se non avevo conoscenze nel settore di riferimento. Studi approfonditi e una gran voglia di fare possono però colmare tutte le difficoltà che si possono avere. Ecco il lato positivo dell'essere un blogger freelance. La possibilità di trovare nuovi lavori, quindi nuove fonti di guadagno, sono sempre molto alte a patto che tu sia in grado di farti apprezzare per i tuoi articoli. Visto in questa ottica, il lavoro di blogger sembra essere la migliore soluzione possibile.

Ti sembra troppo bello per essere vero? Se hai sentito puzza di bruciato dietro l'apparente luminosità, allora hai c'hai "visto" giusto.

### **... e come d'incanto spariscono**

Qualcuno potrebbe dire "dipende dalle tue capacità il poter tenere un posto" e magari avrebbe anche ragione, ma sta di fatto che la maggior parte dei lavori che vengono proposti a un blogger freelance dopo un po di tempo sembrano svanire nel nulla come per magia.

Vieni contattato ed elogiato per le tue grandi capacità di sintesi e di linguaggio, poi queste stesse persone ti fanno lavorare per poco tempo

e poi svaniscono in una nube di vapore. Bizzarra questa cosa visto che se non ti piace il mio modo di scrivere o di lavorare vuole dire che:

a. Non hai prestato particolare attenzione a valutare i miei contenuti prima di contattarmi.

b. Non hai il coraggio di dirmi in faccia che la mia scrittura non è adatta per il tuo blog.

Si nota un'evidente contraddizione che mette in risalto l'enorme vacuità di questo settore. Gli imprenditori che gironzolano sul web per andare a caccia di professionisti semi-disperati e che sono sempre pronti a elargire lavori per poi sparire da un momento all'altro, magari dopo 2-3 mesi di collaborazione.

Ecco mio caro amico qual è il lato oscuro dell'essere un blogger freelance. Troverai tante opportunità di lavoro, molte di più rispetto a quanto tu possa pensare, ma di persone davvero serie e in grado di essere chiare in ogni singolo momento della collaborazione ce ne sono ben poche.

Valuta per bene le opportunità che ti vengono proposte ma resta con le antenne ben dritte, la fregatura è sempre dietro l'angolo. Perciò sì, puoi fare il blogger freelance e per alcuni periodi di tempo può essere anche conveniente, ma fai attenzione perché tutto può finire da un secondo all'altro, magari vieni mollato da quei datori di lavoro che ti hanno ripetuto per mesi "faremo questo, faremo quello, aumenteremo la produzione di contenuti" per poi perdersi nel dimenticatoio.

C'è futuro per questo tipo di attività?

Caro collega blogger, c'è futuro per individui come noi che si ammazzano di fatica ogni giorno nel tentativo di creare contenuti di spessore per diversi ambiti? Difficile rispondere a questa domanda.

Senza dubbio i blog sono sempre più importanti e sono diventati sempre più influenti nell'informazione sul web.

Il problema è che, oltre alle promesse non mantenute e alla follia di chi promette e poi sparisce, i blogger più famosi e apprezzati tendono a

chiudersi in una sorta di delirio elitario che li porta a costruire una casta a cui tu non potrai mai arrivare.

Facci caso, quando si parla di blogger (sempre differenziando le cose per il settore di riferimento) girano sempre gli stessi nomi, quasi come se dietro quella schiera di grandi firme non ci fosse più nessuno. Invece nell'enorme ombra creata dallo smisurato ego dei professionisti pubblicamente elogiati si nasconde una schiera infinita di persone pronte a farsi il culo (perdonami il francesismo) per un guadagnare qualcosa.

# La dura realtà dei blogger alle prese con l'oscuro “grande fratello digitale”

Da quando internet ha conquistato un ruolo di primissimo piano nella vita di tutti noi, sono nate diverse discipline che hanno permesso a molte persone di costruirsi una carriera professionale. Di queste, il Blogging merita sicuramente un ruolo di primo piano.

Da qualche anno a questa parte i blog sono passati dall'essere dei semplici spazi con pochi contenuti a delle vere e proprie fonti di informazioni paragonabili ai siti web dei grandi quotidiani. Gli utenti ormai si servono dei blog per accrescere le proprie conoscenze su un determinato argomento o per avere dettagli sul perché acquistare qualcosa.

Insomma, i blog sono ormai delle realtà davvero importanti nel panorama digitale. L'esistenza di tanti blog significa che su internet ci sono un numero imprecisato di blogger, tra freelance e dipendenti, che si sbattono ogni giorno nel tentativo di creare contenuti aggiornati, scritti in un determinato modo e che rispondano alle esigenze di un pubblico preciso.

Il lavoro del blogger non è così semplice come sembra, anzi esso è più difficoltoso di chi scrive articoli sui grandi giornali. Se il giornalista punta alla massa, il blogger professionista deve colpire l'attenzione di un target ben definito. Occorre quindi conoscere non solo le esigenze ma anche il tipo di linguaggio che questo pubblico dimostra di apprezzare e di comprendere meglio.

E non è finita qui. Il pubblico da conquistare vuole contenuti aggiornati, scritti come si deve, ricchi di approfondimenti e che siano anche fruibili al meglio con bassissimi tempi di caricamento delle pagine web. Un bravo blogger deve anche preoccuparsi delle performance del proprio blog WordPress (il CMS più utilizzato per questo tipo di attività), cercando quindi di individuare il piano Hosting WordPress adatto.

Tutto questo cosa comporta, dunque? Spesso si assiste a scenari poco edificanti, tipo le classiche battaglie tra colleghi che vogliono imporre la propria visione delle cose a qualcun altro. Che dire poi dei professionisti più affermati che passano il tempo a distruggere il lavoro altrui?

Caro amico/lettore/collega, il Blogging è una giungla e i blogger sono i primati che si danno mazzate per conquistare un piccola fetta di territorio da difendere poi a costo della vita.

Hai mai fatto caso al fatto che a volte l'astio tra i vari blogger (soprattutto da parte dei più famosi verso quelli che godono di meno visibilità) sembri più una mossa ad hoc per costruirsi addosso un personaggio che possa conquistare l'attenzione del grande pubblico di utenti.

Non siamo forse tutti alla ricerca di visibilità? Non siamo sul web per raggiungere un grado di autorevolezza tale che ogni cosa detta sia in grado di influenzare le scelte degli utenti? Non facciamo gli ipocriti, il lavoro è lavoro. Ciò però non toglie il fatto che non si debba esagerare ed esasperare i toni, solo per dimostrare di essere migliori di altri e presentandosi come Influencer de noantri.

A me il dubbio che le polemiche e le diatribe siano congegnate ad arte, di volta in volta, da parte di un oscuro Grande Fratello digitale incarnato nell'animo di qualche blogger famoso, mi si insinua spesso nella mente. Sarò io che penso male o forse non sono il solo a pensarla così?!



# Nuove estensioni dominio, l'opportunità che stavo aspettando

Sono un professionista che, come tantissimi altri miei colleghi, è sempre alla ricerca di nuove soluzioni per fare in modo che il mio lavoro si distingua e spicchi per originalità. In tal senso, le nuove estensioni dominio rappresentano una delle occasioni migliori da cogliere.

Anche se tanti colleghi sono ancora restii ad abbracciare queste novità, occorre mettere da parte i paletti mentali che ognuno di noi ha nella sua mente e cercare di portare avanti un processo di evoluzione che trasporti il lavoro verso una nuova fase.

Voglio essere diverso: le nuove estensioni dominio sono l'opportunità giusta. Una volta presa coscienza del fatto che il mio lavoro non riusciva a spiccare rispetto a quello fatto da un numero imprecisato di colleghi, mi sono guardato allo specchio e mi sono posto una domanda basilare:

“Allora Amedeo? Che vogliamo fare? Cerchiamo di stravolgere la situazione?”

I grandi cambiamenti possono spaventare e dare una sensazione di instabilità, ma a volte sono necessari. Ho deciso così di abbracciare il cambiamento e di ripartire da zero, cercando così di ripropormi in una veste completamente diversa... a partire già dal nome.

Ecco perché ho deciso di cambiare tutto a partire già dalla registrazione dominio, puntando con decisione (al di là dei dubbi e delle incertezze) sulle nuove estensioni dominio.

Perché puntare sui nuovi gTLD

Perché dover puntare sull'instabilità rappresentata dai nuovi gTLD rispetto alle estensioni classiche dei domini internet come il .COM o il .NET? Una domanda a cui sembra impossibile dare una risposta convincente, ma per fortuna io ci sono arrivato e so cosa dire.

Le nuove estensioni dominio sono il futuro! Gli utenti hanno sempre meno tempo per navigare e cercare soluzioni online, perciò è fondamentale

riuscire a individuare le risorse che sono in grado di trasportarci in una nuova fase.

In quest'ottica fatta di velocità e fretta, riuscire a dare indicazioni chiare già a primo impatto diventa basilare. Con i nuovi gTLD riusciamo a definire l'ambito professionale che trattiamo, così da fornire agli utenti indicazioni utili senza fargli perdere tempo. Una presa di posizione che sarà molto apprezzata.

Tutto parte dal dominio web

Come si suol dire "non lavoriamo per la gloria". La nostra gloria e soddisfazione sono date dai numeri, inutile negarlo e fare gli ipocriti. Lavoriamo duramente per raggiungere dei risultati e guadagnare sempre di più, così da poterci permettere di fare una vita quantomeno dignitosa. Ovviamente bisogna fare i conti anche con la soddisfazione personale e con la voglia di sentirsi realizzati.

Vogliamo quindi raggiungere i nostri obiettivi? Bene, occorre cambiare le cose partendo già dalla base. Nel mondo del business, le fondamenta sono rappresentate dai domini web. Si parte proprio da qui, dal nome del nostro sito web che definisce l'attività e dà agli utenti un'idea ben precisa sulla nostra identità e su cosa possiamo fare.

La necessità di essere riconoscibili

Quello di cui mi sono accorto una volta preso il coraggio di effettuare questo grande cambiamento, è che evolvere il proprio lavoro non è solo un'opportunità ma una necessità in senso letterale.

Un professionista, così come un'azienda, non può sopravvivere nel business se non è in grado di dimostrare di essere al passo coi tempi. Fornisci la prova definitiva che non sei ancorato al passato ma che sei un lavoratore dinamico e sempre pronto alle novità e a soddisfare le esigenze in continuo mutamento di un pubblico sempre più preparato ed esigente.

Dobbiamo quindi cercare di costruire la nostra identità online e di diventare dei punti di riferimento all'interno del nostro settore. Essere

riconoscibili e apprezzati dal nostro pubblico non potrà far altro che avere un risultato: maggior traffico qualificato sul sito web, con tutti vantaggi che ne conseguono.

Occhio alle performance

Tutto bello, tutto perfetto, ma non scordarti che stiamo parlando della base. Anche in questo caso, l'esperienza mi ha insegnato che si commette un grave errore se si presta attenzione al nome del tuo progetto web tralasciando poi il passo successivo che riguarda le prestazioni del sito.

Vuoi che il tuo sito web sia in grado di fornire performance di alto livello, così da permettere agli utenti di navigare tra le pagine in modo comodo e veloce? Bene, non c'è altra strada che scegliere un servizio web hosting di qualità. Caro amico/collega, dalla scelta del dominio e dell'hosting dipenderà gran parte del destino del tuo lavoro online. Dopo aver definito in maniera forte le fondamenta, ecco che potrai concentrarti su come affrontare quello che devi fare nel miglior modo possibile.

In conclusione

Ci siamo capiti allora, mio caro amico?! Restare ancorati al passato è un errore, per farsi notare occorre andare oltre le proprie convinzioni per lanciarsi nel futuro e portare il proprio lavoro a un altro livello. Un tocco classico può dare un'idea di certezza e stabilità, ma al tempo stesso può apparire stantio.

# Ho osservato il traffico web su “in tempo reale” di Analytics e ho capito che...

Alcuni giorni fa ho letto un articolo davvero molto interessante scritto da un professionista che apprezzo molto, uno specialista che conosce il modo di lavorare online e di come sia inutile sparare nel mucchio senza una precisa analisi dei dati.

Quel pezzo è stata l'ennesima conferma che per ottenere risultati su internet non basta produrre contenuti, bisogna sapere a chi rivolgerli e poi seguire con pazienza il flusso di traffico web. Nel corso dei mesi ho capito tante cose seguendo il comportamento dei visitatori.

“In Tempo Reale” di Analytics, osservare per comprendere

Per monitorare l'andamento di un sito web, così come di un blog, è necessario utilizzare strumenti di spessore che (per fortuna) sul web sono disponibili e anche semplici da utilizzare. Nel corso degli ultimi anni mi sono servito soprattutto di due eccezionali software: SEMrush e il sempreverde Google Analytics.

Si tratta di due software eccezionali che ti danno tutti i dati che ti servono per capire se il tuo lavoro sta raccogliendo frutti o se stai commettendo qualche errore di troppo. Il passo in più è quanto inizi a guardare con sempre maggiore attenzione alla sezione “In Tempo Reale” di Analytics.

Capire le abitudini degli utenti

Devo dire la verità, i primi tempi non avevo per niente intuito quale poteva essere l'importanza di questa particolare funzione di Analytics. Guardavo al numero delle visite e alla frequenza di rimbalzo, tutto tranne che la sezione città nel paragrafo precedente.

Che grave sciocchezza! Per ottenere risultati su internet è necessario capire il comportamento degli utenti e raccogliere varie informazioni, così poi da potersi muovere di conseguenza e creare contenuti di qualità e soprattutto

sapere quando e come “distribuirli” sui vari canali utilizzati per aumentare la visibilità.

Da dove arrivano i miei visitatori?

Tra le varie sottosezioni della sezione (perdona l’abominevole gioco di parole) una molto interessante riguarda per l’appunto la sorgente del traffico, ovvero da dove stanno arrivando gli utenti che stanno visitando e leggendo i nostri contenuti.

Arrivano da Facebook? Da Twitter? Oppure stanno arrivando direttamente da Google? Questa informazione può apparire poco interessante ma ti garantisco che, se hai la pazienza di monitorare la cosa giorno per giorno, ti farai un’idea chiarissima su quali siano i canali migliori e quali orari siano più indicati di altri.

Le metriche che otteniamo da questa particolare sezione ci danno delle informazioni vitali per la nostra attività, cosa che ho imparato nel corso dei mesi mettendo mano lì dove le cose non funzionavano a dovere. Quali sono i canali che funzionano meglio e quali invece non portano traffico al sito web?

Con Analytics siamo in grado di trovare le risposte a qualsiasi domanda, basta sapere dove andare a guardare.

Individua le località più calde per definire promo ad hoc

Sai, dopo qualche mese che lavoravo al blog dell’azienda ho avuto uno scambio di opinioni con il webmaster. La mia idea era quella di creare delle promozioni territoriali, ovvero sviluppare sconti e promozioni in quelle zone del mondo più calde a livello di traffico.

Facciamo un semplice esempio, in modo ch’io riesca a spiegarvi per bene quelle che erano le mie intenzioni: se la maggior parte del traffico arriva sul sito da utenti di Roma, con ogni probabilità potrebbe essere conveniente realizzare delle campagne pubblicitarie esclusive per il territorio in questione. Perché quindi non fare una bella offerta settorializzata esclusivamente per la regione del Lazio? Questa la mia idea, il mio personale progetto per

ampliare il bacino d'utenza del sito, dare fondamenta più stabili al Brand e fidelizzare in qualche modo quegli utenti che ci avevano dato tanta fiducia. Vuoi sapere una cosa, mio caro lettore? Alla fine la cosa ha funzionato. Ovviamente non posso darti statistiche precise ma di certo posso consigliarti di prendere spunto dalle mie parole, osservare il traffico e individuare zone e canali da sfruttare maggiormente, riuscendo al tempo stesso a portare alla luce quelli che sono i punti deboli della tua comunicazione digitale.

Non so tu, ma io un'occhiata la do sempre...

Non conosco le tue abitudini in merito al monitoraggio dei dati e delle statistiche del tuo lavoro, magari sei uno di quelli che preferisce dare un'occhiata una volta ogni tanto perché tanto gli strumenti sono in grado di darti tutte le informazioni necessarie.

Personalmente, preferisco dare ogni tanto un'occhiata anche alla situazione del momento, captare i momenti da sfruttare maggiormente per poi avere una completa conferma dagli strumenti che conosciamo. Con "In Tempo Reale" di Analytics il mio lavoro è cambiato e, a livello di risultati, notevolmente migliorato.

Osservare, analizzare, valutare, percepire anche emotivamente quali possano essere i momenti e i temi giusti, entrare in qualche modo nella testa degli utenti e riuscire a costruire contenuti in grado di dare risposte ai loro bisogni professionali. Sempre che il tuo sito funzioni come si deve, altrimenti me li saluti gli utenti. Ricordati quindi di scegliere un hosting di qualità per non far scappare via gli utenti dopo una manciata di secondi.

# Vagavo senza punti di riferimento, poi ho scoperto Google Search Console

Ebbene ragazzi, sono pronto ad ammetterlo senza remore: all'inizio non capivo perfettamente dove fossi finito.

(Anche ora però eh)

Lo so che l'hai pensato mio dolce amico/lettore, ma non me la prendo per nulla. Come accennato in un nostro recente articolo in cui si tentava di ripulire la figura del cuggino, tutti siamo stati dei dilettanti allo sbaraglio all'inizio. Poi abbiamo scoperto gli strumenti che ci hanno salvato la vita professionale.

Ecco, io devo dire grazie alla console di Big G che ancora qualcuno chiama Google Webmaster Tools.

Google Search Console, la scoperta di un Nuovo Mondo

Per la mia dignità personale e, in particolar modo, per non far arrivare i soliti commenti acidi dei perfettini che devono mettere i puntini sulle i, chiamerò lo strumento Google Search Console.

Per me la scoperta di questo servizio online ha rappresentato quello che a Colombo deve aver significato il posare il piede sul Nuovo Mondo (ammesso che sapesse dove in effetti fosse, ma questa è un'altra storia).

Essendo partito come un novellino, non avevo idea dell'esistenza di questo strumento che mi è stato segnalato dal webmaster (lui sì che aveva le idee chiare fin dall'inizio). Mi ha spiegato per bene a cosa servisse, mi ha fatto vedere come controllare i dati, come leggere le statistiche e quali sono le più importanti per il mio lavoro di copywriter.

Lo strumento che ti consente di osservare tutto

Forse devo tutto al webmaster, non ho difficoltà ad ammetterlo, ma dalla conoscenza della Console la mia vita professionale è completamente cambiata. Adesso non passa giorno senza che io dia un'occhiata a tutti gli strumenti che ho imparato ad apprezzare e di cui sono ormai dipendente.

Per creare testi per le pagine di un sito web, in particolar modo per un sito aziendale, abbiamo bisogno di indicazioni precise.

Il punto fondamentale è sapere attraverso quali keywords gli utenti raggiungono una determinata pagina. Una volta avuta questa informazione, è possibile strutturare i testi in un certo modo, così da portare ancora più traffico alla pagina e migliorare nell'indicizzazione sul motore di ricerca.

Analytics e la Search Console, il binomio fondamentale

Ovviamente solo la Search Console non basta, infatti prima ho fatto riferimento a diversi strumenti da utilizzare e idolatrare per migliorare il proprio lavoro e non commettere gravi errori. Il binomio perfetto, almeno per quel che mi riguarda, è quello composto da Google Analytics e dalla suddetta Search Console.

Chi di voi non conosce o non ha mai dato un'occhiata ad Analytics? Qui c'è davvero tutto il tuo lavoro, tutto il tuo mondo professionale, ogni statistica possibile sul comportamento degli utenti che arrivano sul sito. Quanto tempo passano sul sito, quali contenuti osservano, chi sono, da dove vengono, cosa hanno comprato (ammesso che l'abbiano fatto), quali sono le pagine "deboli" che li fanno andar via...

Insomma, se la Console riesce a darci tutte le informazioni in merito al traffico e alle keywords, Analytics ci dice chi sono gli utenti, cosa fanno e come lo fanno.

Un terzo strumento e non ci saranno più punti oscuri: ecco SEMrush!

Attenzione però, il mio mondo di osservatore dei dati non finisce qui. La mia azienda, infatti, mi ha dato modo anche di utilizzare un altro strumento davvero eccezionale. Hai mai sentito parlare di SEMrush? Ecco, se non lo conosci inizia subito a informarti, ti posso garantire che entro poco tempo lo userai anche tu.

Con questo strumento disponibile sul web (ti consiglio la versione a pagamento completa per lavorare al meglio) puoi sapere davvero tutto del



tuo sito e, soprattutto, puoi fare il confronto con i tuoi diretti competitor. In questo modo potrai renderti conto di cosa fare per batterli.

### **Si apre una nuova fase**

Amico mio che magari fai il mio stesso mestiere, è giunto il momento di mettere le carte in tavola e di ammettere che senza alcuni strumenti non andiamo da nessuna parte. Senza l'ausilio dei dati, e la loro analisi, l'attività procederà a rilento o ancora peggio alla cieca.

Il nostro compito è quello di creare contenuti di qualità, perciò non possiamo improvvisare ma dobbiamo conoscere a menadito quello che gli utenti fanno e cercano. Un lavoro difficile e a volte anche noioso, ma vuoi mettere la grande soddisfazione di diventare un elemento di fondamentale importanza all'interno del tuo team.

### **Conclusioni**

Utilizziamo gli strumenti partendo dalla Search Console e da Analytics, senza dimenticarsi del sempiterno AdWords. Dopodiché individua software, tool e chi più ne ha più ne metta per ottimizzare al meglio il tuo lavoro. Io ti consiglio di iniziare con SEMrush.

# Quando un blogger non fa ancora parte della “casta degli eletti”

Alcuni mesi fa ho scritto la breve storia di Amedeo, un giovane professionista che aspirava a far parte di quella che definivo la Café Society dei web specialist, prendendo chiaramente spunto dal film di Woody Allen. Una breve vicenda che, in realtà, rispecchia la vita professionale di molti blogger le cui aspirazioni vengono frustrate da un atteggiamento esterno.

Freelance o al soldo di un'azienda, tu povero blogger...

Che si tratti di un freelance o di un impiegato (part-time) presso qualche azienda, la vita del blogger è spesso avara di serenità. Vivi sempre sul filo del rasoio, cercando nei numeri la maniera migliore di poter dire “Il mio è un vero lavoro, guardate qui quanto vale l'attività che svolgo quotidianamente”. Essere giudicati solo per numeri e statistiche, brutta sensazione vero?! A parte quest'aspetto, il lavoro del blogger ti permette di esprimere parte della tua creatività e della tua conoscenza linguistica, a patto che tu sappia veicolare il tutto verso un interesse superiore.

Insomma, se proprio dovessi stilare una lista di professioni consigliate con ogni probabilità non inserirei il termine blogger. L'attività di Blogging è molto più complessa di quel che può apparire a un profano, ma le maggiori difficoltà non finiscono qui.

Oltre alle normali complessità del mestiere, un blogger deve anche combattere l'ostracismo dei colleghi.

Non far parte della casta, spazi limitati

Come accade per ogni singolo settore della nostra società odierna, le cose vengono organizzate e viste in ordine gerarchico: dal più importante a quello che conta meno di zero. In questo quadro desolante possiamo trovare la maggiore difficoltà per un blogger professionista, ovvero l'essere tagliato fuori da quella che viene giudicata la “casta degli eletti” o, se preferisci, la Café Society in stile alleniano.

Mettiamo subito in chiaro una cosa: i membri di questo gruppo di élite hanno conquistato questo ruolo in primis per le proprie eccelse qualità, su questo non ci piove. Oltre a questo, però, emerge la classica simpatia personale che preclude ad alcuni un posto nell'Olimpo dei migliori.

Il povero blogger ostentato dai grandi nomi, sia per questioni di antipatia sia perché magari non ritenuto all'altezza, deve solo osservare la casta da fuori e disperarsi.

Come comportarsi se i "grandi" ti snobbano

Se ti trovi in tale situazione, sappi che il tuo lavoro non è così inutile come vogliono farti credere. La maniera migliore per comportarsi nei confronti dei super esperti che ti guardano dall'alto in basso è... andare avanti, abbozzare, pensare al proprio lavoro e cercare di migliorare sempre di più. Inutile piangersi addosso e chiedersi cosa si abbia di sbagliato per non far parte di questa cerchia di amiconi che si condividono contenuti a vicenda, aumentando così la visibilità dei contenuti dei propri amici e schiantando ogni minima possibilità di chi resta fuori.

In un mondo ideale queste cose non sarebbero possibili, ma come sai meglio di me viviamo in un mondo altamente competitivo. Nel mondo dei blogger, poi, i cattivi pensieri e il risentimento è sempre dietro l'angolo pronto a balzare fuori per afferrarti alla gola.

### **Testa bassa e pedalare**

Dunque caro amico/collega, basta con i piagnistei e mettiti sotto. Studia per migliorare il tuo lavoro (ti consiglio di iniziare leggendo qualcuno dei 10 libri sul Content Marketing che ho messo in evidenza, prendi spunto da chi è più bravo di te e abbi pazienza. Prima o poi le cose cambieranno anche per te. Sfrutta le opportunità di lavoro per specializzarti e per essere in grado di creare contenuti di qualità per qualsiasi settore, dal Web Marketing all'E-Commerce fino ad arrivare all'abbigliamento, alla cosmetica e alla

riparazione auto. Se impari a gestire un blog WordPress (o di qualunque altro CMS tu utilizzi) sarai in grado di lavorare alla grande per qualsiasi progetto. Chissà, magari tra un po di tempo (meno di quello che pensi) sarai tu a creare una tua nicchia che includerà solo coloro che stimi di più da un punto di vista professionale e umano.

# Instagram advertising: perché fare marketing con Instagram

“Caro Amedeo, benvenuto nella nostra azienda. Il tuo compito sarà quello di creare contenuti sul nostro blog e di gestire i canali social. A tal proposito, stavamo pensando di lanciare il nostro canale Instagram”.

Avete presente quando un fulmine squarcia un cielo azzurro e sereno?! Ecco, questo è quello che ho provato quanto l'azienda mi ha annunciato l'idea di lanciare Instagram. Non avevo idea di come utilizzare questo piccolo social, non sapevo quali vantaggi potesse portare all'azienda.

Col tempo ho imparato diverse cose.

Fare advertising su Instagram, l'opportunità da non perdere

E io che pensavo che Instagram fosse una sciocchezza per ragazzini. Che errore che avevo commesso, se penso alle opportunità perse mi verrebbe voglia di tirare testate al muro. Per fortuna, però, prima di craniare le pareti dell'ufficio mi sono messo in moto e in poco tempo ho capito come utilizzare Instagram.

Certo, per imparare a usare al meglio un determinato Social Media conviene prendere spunto da chi ne sa più di noi. A tal proposito, ho cercato sul web articoli e opinioni dei Social Media Manager che si sono specializzati in particolar modo su Instagram e su come fare affari con questo particolare canale.

## **Perché devo usare questo social?**

Devi utilizzare questo Social Media, il perché è estremamente semplice: oggi giorno un numero incredibile di utenti è iscritto e attivo su Instagram. Quando leggiamo alcune statistiche che mettono in evidenza come Instagram venga subito dopo Facebook (leader irraggiungibile) per numero di utenti attivi, allora appare chiaro di come non si possa mettere in disparte.

Certo, in molti affermano come Instagram non sia adatto a tutte le attività. Essendo un social che funziona per immagini, si dice che solo le aziende che possono mettere in mostra i propri prodotti dovrebbero lavorare su questo social.

Per me, ormai, il fare queste differenziazioni tra social lasciano il tempo che trovano. Ormai un'azienda che vuole conquistare una fetta sempre più grande di pubblico dovrebbe essere presente su tutti i maggiori social network disponibili su internet. Anche se non puoi scattare foto dei tuoi prodotti, con l'ingegno puoi sfruttare Instagram alla grande.

### L'importanza del Visual per il Social Marketing

Forse non lo sai, ma ormai non si può più vivere di soli contenuti testuali. Siamo nell'epoca dei video, delle gif, delle foto ad altissima risoluzione, delle dirette live girate direttamente dai social.

Per fare Social Media Marketing in maniera efficace, al giorno d'oggi, devi ragionare in termini visual. Si parla infatti di Visual Marketing, ovvero utilizzare contenuti visuali per aumentare la visibilità del tuo Brand, imponendo all'attenzione degli utenti un tuo stile personale.

In questo modo, riuscendo a comunicare la tua identità su piattaforme come Instagram e anche Pinterest (per non parlare di Facebook), aumenterai a dismisura il traffico qualificato verso il sito web dell'azienda. Maggiori visite da parte del target corretto porterà, inevitabilmente, a un aumento dei guadagni.

### Inizio a impostare le mie campagne Instagram

Dopo tutte queste considerazioni ho creato il profilo aziendale su Instagram e ho iniziato subito a fare attività di advertising. Volete sapere una cosa? I risultati sono stati davvero eccezionali. Da letture dei dati di Analytics, pare proprio che gran parte del miglior traffico in arrivo sul sito dell'azienda provenga proprio da Facebook e Instagram.

Per fare Instagram Advertising in maniera efficace devi quindi imparare a utilizzare Instagram al meglio, puntando l'attenzione sui contenuti visuali e

sulla proposizione di Stories interessanti e che siano in linea con il servizio e con il pubblico presente sul social.

# Local SEO, la mia idea per conquistare un determinato target

Avere a che fare con un lavoro così delicato come il creare campagna pubblicitarie di un certo spessore non è cosa facile. Le campagne devono portare risultati, garantire entrate all'azienda di turno. Nel mio caso, il problema è stato difficile imparare. Per garantire risultati concreti ho avuto a un certo punto un'idea: puntare sul Local SEO.

Local SEO, la mia idea

Caro lettore, lascia che ti spieghi la mia idea. Non sarò eccessivamente prolisso, te lo prometto.

Hai mai sentito parlare di Local SEO? Si tratta di una sorta di sotto-categoria di quel grande calderone che viene definito SEO, spesso preso però sottogamba. A volte, addirittura, alcuni professionisti non vogliono nemmeno prendere in considerazione un tipo di lavoro di questo genere. Si tratta a parer mio di un errore, perché facendo attività local è possibile avere successo per determinate attività.

Chiunque lavori in ambito digitale è perfettamente a conoscenza del fatto che targettizzare il pubblico è basilare per costruire campagne efficaci. Se quindi siamo al lavoro per targettizzare, perché non andare ancora più a fondo creando (di tanto in tanto) offerte e promo solo per un il target di un determinato territorio?

## **Il webmaster non era d'accordo, ma...**

Devo dirlo subito: ho dovuto sudare le proverbiali sette camicie per convincere i capoccia dell'azienda a fornirmi un budget per questa attività. Chi proprio non voleva saperne era il webmaster, colui che sembra vivere esclusivamente con i dati di Analytics e della Search Console.

Lui webmaster, io copywriter. Lo scontro ideologico è inevitabile. Lui vive sui dati, sulle statistiche, sui numeri. Basa il suo lavoro solo su quello che è



certo, che è già stato testato. Io rappresento la parte creativa, quello che ogni tanto vuole andare oltre le statistiche per provare qualcosa di innovativo. Si tratta di due posizioni spesso inconciliabili, ma in realtà alla fine basta solo trovare un punto d'incontro. Non si può restare fermi senza proporre nulla di nuovo, allo stesso tempo basare un lavoro solo sulla creatività di uno senza l'ausilio dei dati può essere un salto nel buio.

### **... alla fine ce l'ho fatta**

Alla fine ho vinto io, o per dirla meglio abbiamo trovato questo punto d'incontro con il benessere di chi deve mettere i soldi.

Una volta avuto il permesso e un discreto budget a disposizione, mi sono subito attivato per creare una campagna pubblicitaria basata su un territorio preciso. Le campagne da sviluppare (sia su AdWords che su Facebook) non sono state realizzate senza criterio ma dando uno sguardo approfondito sui dati di Analytics, così da fare contento anche il webmaster.

I vantaggi di una buona strategia Local SEO

Ma perché ho insistito così tanto per creare una strategia Local SEO? Vediamo di entrare nel dettaglio, così da farti capire il perché ho voluto fortemente questo tipo di attività.

In realtà, parlare di local è ormai indispensabile. Ti spiego il perché. I risultati di ricerca di Google non sono sempre gli stessi ma differiscono a seconda del luogo in cui viene inserita la query di ricerca. In tal senso, se il nostro target più attivo (in termini di acquisti) appartiene a una determinata zona, allora bisogna fare in modo che nella prima pagina del motore di ricerca appaiano i nostri prodotti.

Come strutturare al meglio una strategia di Local Marketing? Bisogna partire dalla base, ovvero da permettere agli utenti di trovare tutte le informazioni necessarie sul nostro negozio. Orari di apertura e chiusura, indirizzo dell'attività, qualche costo in promozione per attirare l'attenzione delle persone.

Quello che bisogna fare (che ho fatto) è creare un profilo aziendale su Google My Business, cercando di inserire tutte le informazioni e i dettagli più importanti.

In questo modo, l'azienda di turno apparirà nei risultati di ricerca a seconda della localizzazione del dispositivo con cui l'utente si collega. Ecco perché creare ogni tanto (o sempre, dipende dal tipo di attività) delle offerte territoriali può rappresentare l'arma decisiva per battere la concorrenza.

### **Morale della favola**

Insomma caro lettore/collega/amico, se fai il mio stesso lavoro devi essere pronto a combattere contro coloro che non vogliono fare Local Marketing e portare i tuoi argomenti. Cerca di spiegare le tue idee, il tuo piano e il perché sei tanto deciso a seguire questa strada.

Il Local SEO deve essere fatto. Se ti occupi della parte marketing di un negozio, di un'azienda che vende beni e servizi, allora sarà importantissimo dare l'occasione a chi sta intorno a te di usufruire di sconti e promozioni. In questo modo attiri l'attenzione e la stima del tuo territorio.

Io ho vinto la mia battaglia. Ho convinto l'azienda, ho creato strategie local ad hoc e i risultati sono arrivati nel giro di poco tempo.

# Ho creato il mio sito con un hosting gratuito, le conseguenze parlano chiaro

Ebbene sì, lo ammetto. Sono un povero pellegrino, una persona che ben poco conosce di internet e delle sue risorse. Devo dire però che negli ultimi mesi sono migliorato tanto, ho studiato e individuato quelle che possono essere le soluzioni adatte per creare il mio piccolo progetto online.

Sembra un controsenso ma è vero. Non ho una grande competenza ma ho deciso, qualche mese fa, di creare il mio primo sito web così da poter fare un po' di pratica. Se ti racconto questa mia piccola avventura è perché ho commesso un errore clamoroso.

Leggi ed eviterai di commettere anche tu lo stesso sbaglio.

Hosting gratuito, la scelta che ho fatto

Cerca di capirmi. Ero bombardato su Facebook da continui post sponsorizzati di varie aziende che annunciavano sconti eccezionali, occasioni imperdibili, servizi web hosting inclusi di qualsiasi cosa (anche di macchinetta del caffè) a prezzi imbattibili.

Imbattibili o no, perché dovrei spendere qualcosa quando sono disponibili soluzioni gratuite, pensai io.

La tenera ignoranza di uno alle prime armi. Ero convinto di far bene, di non farmi prendere per i fondelli da tutti questi sapientoni che si presentano come se stessero per regalarti il Santo Graal. Con un hosting gratuito non mi facevo fregare e realizzavo il mio progetto a costo zero.

Idea eccezionale?! No, di fatto mi sono fregato da solo.

Un errore clamoroso, una valanga di limitazioni

È bastato ben poco tempo per capire di aver fatto una grossa str... cavolata. Affidarsi a un hosting gratuito significa accettare, col sorriso sulle labbra, una serie di limitazioni che rendono il tuo lavoro online praticamente invisibile. Mi sforzo tanto per imparare a creare contenuti di spessore, a strutturare le pagine del sito nella maniera migliore possibile, a creare un logo come

si deve e tutto quello che dovevo fare. Ma se poi mi servo di una soluzione gratuita, tutto diventa inutile.

Adesso l'ho capito, scontando sulla mia pelle il costo di una scelta sballata. Le limitazioni sono molte e coinvolgono qualunque tipo di risorsa, dallo spazio web al database MySQL per non parlare delle prestazioni del sito scadenti.

### **Ho capito il mio sbaglio, devo rimediare**

In pratica, un vero e proprio disastro! Ma come si suol dire, commettendo errori si capiscono molte cose. Io ho capito. Per fortuna sono riuscito a porre rimedio alla disastrosa situazione che avevo creato, scegliendo una delle tante opportunità che i web provider mettevano a disposizione.

È il momento di scegliere un vero servizio professionale

Una volta presa consapevolezza del mio errore, mi sono messo subito alla ricerca di un servizio professionale low cost che mi consentisse di mettere una pezza.

Attenzione però, 'cca nisciunu è fesso diceva il grande Totò. Ho messo subito da parte tutti quei piani super performanti che i provider mettevano in primo piano (non è ancora il momento di pensare a servizi del genere), puntando invece l'attenzione su un hosting economico.

Un buon numero di risorse adatte per iniziare a fare le cose sul serio, lontano dalle tremende limitazioni dell'hosting gratuito.

Insomma, caro lettore, permettimi di darti questo saggio suggerimento: diffida da questi servizi gratuiti! Meglio spendere qualcosina (in realtà ben poco, visto che parliamo di soluzioni economiche) ma almeno funzionale per iniziare bene a lavorare su internet.

# Il blogging e il paradigma di Andy Warhol

Permettimi di rivolgermi a te, caro lettore, come se fossimo amici di vecchia data. Immagina di aver condiviso insieme esperienze, viaggi, riflessioni, tormenti e ora siamo legati anche dal lavoro. Ci occupiamo entrambi di Blogging, quello che per molti non è manco un mestiere ma che ci costa tanta fatica.

Attività di Blogging, in cerca di spunti

Occuparsi di un blog WordPress non è una cosa tanto semplice, in particolar modo se si tratta del blog di un'azienda che pretende da noi risultati concreti. Il nostro lavoro, quindi, è quello di trovare soluzioni per conquistare gli utenti giusti. Un blogger professionista sa perfettamente che è inutile sparare nel mucchio.

Pensi che questo sia un articolo fuori target? Non penso, io sono certo che i nostri lettori/clienti sono persone piene di interessi e passioni, non solo una serie di nomi e di statistiche di Google. Il Blogging è smuovere emozioni, creare rapporti umani, fare in modo che un perfetto sconosciuto arrivi a fidarsi di noi.

Per far questo, la cosa più malsana che puoi fare è cercare di copiare gli altri o peggio ancora voler apparire super-professionali non dando un briciolo di spazio alla propria fantasia. Ecco, permettimi di dire che sono in totale disaccordo con questo tipo di approccio che ci rende tutti uguali l'uno all'altro.

## **Trovare idee originali per battere la concorrenza**

Per distinguerti dai colleghi, molti di loro magari impegnati a conquistare la stessa fetta di mercato che hai puntato tu, hai solo un'arma a disposizione: la creatività!

Qualunque discorso fatto sull'utilizzo delle keywords e dei canali social viene dopo. Se prima non hai lavorato sodo per costruire un tuo stile ed essere

originale allora tutto sarà inutile. Perché un utente dovrebbe leggere i tuoi contenuti se in giro ne può trovare mille come il tuo? Semplice, perché si è affezionato al tuo modo di descrivere e raccontare le cose.

È questo il segreto

Con il passare del tempo la tua nicchia continuerà a crescere sempre di più, le visualizzazioni saliranno e il volume di affari (AKA conversioni) aumenterà di pari passo, con soddisfacimento reciproco sia tuo sia di chi ti paga lo stipendio.

Ecco perché è importante che le tue fonti di ispirazione siano diverse, originali, magari anche avulse dal settore. Se per la stesura dei contenuti puoi dare una sbirciatina a quello che fanno i blogger più affermati, dall'altra puoi cercare modelli impensabili per costruire un tuo linguaggio e uno stile completamente nuovo.

Andy Warhol, l'arte come prodotto

Sono sicuro che appena letto il titolo di questo pezzo ti sei chiesto "Ma che cavolo c'azzecca Warhol con il Blogging?!?"

Beh, caro lettore, non si parlava forse di trovare modelli e spunti interessanti e originali?

Andy Warhol è stato uno dei personaggi più eccentrici (e originali) della cultura statunitense del secolo scorso. Il suo lavoro artistico ha stravolto il significato stesso di arte, trasformando l'opera da un unicum riservato ai pochi (e ricchi) fortunati a un vero e proprio prodotto materiale realizzato in serie.

Rifacendosi al concetto di riproducibilità del filosofo Walter Benjamin, il geniale Warhol capì come l'arte fosse in realtà un prodotto di consumo che doveva essere dato in pasto alle masse. Un concetto del tutto nuovo e rivoluzionario, basta dare un'occhiata alle sue opere più famose come quelle che ritraggono il volto di Che Guevara o di Marilyn Monroe ripetuto più volte.

Con questa ripetizione, Warhol spogliava di significato l'immagine originale donando però nuovi orizzonti di senso a ognuna di essa.

### **I tuoi contenuti sono le tue opere, rendili fruibili per gli utenti giusti**

Come legare tutto questo con il tema del Blogging? La grande lezione di Warhol di spogliare l'arte del suo essere unica e di renderla proprietà di tutti, mette in atto una rivoluzione aristocratico-proletaria che può cambiare le carte in tavola anche per il tuo modo di lavorare sul blog.

I tuoi contenuti devono infatti essere come delle opere d'arte fruibili per un preciso profilo di utente, che ovviamente corrisponde al target di riferimento della tua azienda. Crea quindi dei contenuti originali che non siano solo testi freddi e asettici, ma impegnati nel creare un qualcosa che comunichi anche emotivamente qualcosa ai lettori.

Spogliando il singolo contenuto del concetto di unicum, fruibile esclusivamente da un pubblico di élite, riuscirai a imporre uno stile che si avvicina in modo particolare agli utenti che non per forza devono essere dei super professionisti del settore.

### **Lo spunto adatto per la tua scrittura**

È questa la grande lezione che possiamo attingere dall'attività artistica di Andy Warhol e del movimento passato alla storia come Pop Art, punti di riferimento adatti anche per stravolgere l'attività di Blogging.

In molti storceranno il naso e ti spingeranno a consultare modelli più attinenti, come i colleghi che si occupano su per giù delle stesse tematiche che affronti ogni giorno sul blog. Seguendo l'esempio artistico che ti ho indicato, sarai però in grado di andare oltre e sviluppare contenuti in grado di colpire davvero l'interesse delle persone, proprio perché sarai in grado (a differenza di molti altri) di produrre qualcosa di diverso, di originale, di speciale.

Perciò, mio caro amico/collega, segui il mio consiglio e vedrai come le cose cambieranno per il tuo lavoro. Andy Warhol è un'icona che può rappresentare

semplicemente un nuovo approccio nei confronti dell'attività, la maniera migliore per definire la tua identità online.

Dai ai lettori qualcosa di utile e che sia originale nella forma e approfondito nel contenuto, fai in modo che la tua firma sia vista come un sigillo di qualità e di originalità per il lettore.



# Sii te stesso in un mondo “piatto e monotono”

Lavorare su internet comporta una gran mole di fregature (ma chi te lo fa fare). Sei sempre esposto dinnanzi a un pubblico enorme, formato da utenti pronti a criticarti per ogni cosa.

Se hai creato un sito o un blog e lavori nell'ambito della comunicazione digitale, quello che devi fare è dare colore alla tua voce. Il segreto però è distinguersi rispetto ai colleghi. Se non riuscirai a far questo, il tuo lavoro sarà inglobato in un gigantesco calderone colmo di blogger, marketer et similia.

### Mettersi in mostra sul web

Per essere in grado di lavorare sul web devi essere pronto a metterti in gioco, puntando tutto sulla qualità del tuo lavoro. Non ci sono vie di mezzo, qualunque cosa tu faccia sarà l'attività svolta a parlare per te. Così si formerà la tua reputazione online, che dovrai difendere a tutti i costi.

Mettiti in mostra quindi, ma ovviamente in modo positivo. Svolgi al meglio il tuo lavoro e cerca di garantire contenuti di qualità per gli utenti, null'altro. Attenzione però: non sei solo tu a cercare di realizzare al meglio questo lavoro. Hai una vaga idea di quanti altri professionisti o pseudo-tali ci siano in giro? Sei consapevole della quantità di persone che cercano di emergere facendo le stesse cose che fai tu?

Si rischia di restare in una situazione di impasse, quindi che fare?

### Essere se stessi

Che si tratti di Web Marketing, Copywriting, SEO, commercio elettronico e molto altro ancora, devi inventare qualcosa per non scomparire nel calderone di cui sopra. Non disperare, una soluzione c'è, ma dovrai essere disposto a dare tutto te stesso e a metterti in gioco al 110%.

Insomma caro collega, devi essere pronto a essere te stesso. Sempre, anche (e soprattutto) nel tuo lavoro.

Essere se stessi nel panorama digitale significa saper unire quelli che sono i punti fermi di ogni singolo settore con il proprio stile. Si tratta di un lavoro

molto difficile, in cui il singolo professionista deve accettare il rischio di essere giudicato per lo stile messo in campo.

Hai il coraggio di essere te stesso? Sei pronto a far sentire la tua voce, o quella del progetto che stai gestendo, con il tuo stile?

### **Una marea di web specialist, uno identico all'altro**

Il rischio che ognuno di noi corre è quello di appiattirsi, di annullare la propria personalità comunicativa in nome del rispetto delle regole. È innegabile che ogni singolo settore sia soggetto a regole da seguire per ottenere risultati concreti, ma se tutti ci limitiamo a seguire in modo asettico le regole la comunicazione diventerà piatta, monotona, senza note di colore.

In uno scenario così grigio e spento, gli unici a emergere sono:

Chi ha già un nome affermato

Chi ha alle spalle una grande azienda che mette a disposizione canali e strumenti di notevoli dimensioni

Chi ha la possibilità di investire budget importanti per campagne pubblicitarie

Chi è amico degli specialist più affermati, facendo così parte della Café Society del web

Per fortuna, le cose non funzionano esattamente in questo modo. Hai (abbiamo) la possibilità di diversificare le cose dando libero sfogo a ciò che sei, alla tua interiorità, al tuo modo di comunicare, al tuo linguaggio.

La tua voce... con uno sguardo a Google

Se non hai grandi budget per investire in campagne di marketing e se non hai alle spalle una società che ti mette tutto a disposizione, così come se non sei amico dei leader del settore, allora devi rimboccarti le maniche. Metti in moto la fantasia, sviluppa strategie in linea con le regole del settore ma che vadano anche oltre.

Osa. Rischia. Tenta. Buttati.

Non sono solo gli utenti che devi conquistare, devi tener conto che c'è sempre Google che ti tiene d'occhio. Anche Big G scruta i contenuti in giro per il web, decidendo in base alla qualità e all'attinenza del singolo contenuto quale premiare in SERP.

Proprio per questo, il tuo lavoro dovrà essere ben realizzato e approfondito ma poi dovrai mettere in gioco la tua creatività per distinguerti.

Sei pronto a mettere tutto te stesso nel tuo lavoro?

# I provider sono tutti uguali fin quando non arrivano i problemi

Vi dico la mia, sono un po' stufo di leggere a destra e a manca annunci pubblicitari uno praticamente identico all'altro. A dar retta alle pubblicità, tutte le aziende sono le numero 1 in qualcosa, i leader di un settore, il meglio del meglio ecc. Questo accade sia con le tradizionali attività così come anche per quel che riguarda gli hosting provider, le aziende che vendono servizi web.

Hosting provider, sono tutti il top

Sono certo che non sono il solo ad averne abbastanza ma che anche tu che stai leggendo sei arrivato al limite della tolleranza. Per carità, tutti sono liberi di presentarsi come meglio credono e di creare annunci pubblicitari seguendo le proprie idee. Per quel che mi riguarda, però, il tutto comincia a diventare ripetitivo.

Non sto dicendo che le aziende del settore non devono fare campagne, ci mancherebbe altro. Dico solo che è nata in me la sensazione che le idee inizino un po' a scarseggiare. Questo porta a una sorta di appiattimento dell'intero settore che non deve certo eccellere per creatività ma, insomma, necessiterebbe di una bella rinfrescatina.

Insomma, ormai tutti quanti hanno la tendenza di presentarsi come i migliori e come quelli in grado di soddisfare appieno le esigenze degli utenti.

Beh, vuoi sapere una cosa in merito agli hosting provider? In realtà sono (siamo) tutti uguali.

Slogan pubblicitari per servizi "unici", ma alla fine...

Cosa voglio dire con il "siamo tutti uguali"? Semplicemente che tutte le aziende del settore (e non solo) hanno ormai trovato un proprio linguaggio e sembrano essere in difficoltà nell'elaborare nuove espressioni da porre all'attenzione delle persone.

Facciamo un esempio pratico che può esserti di grande aiuto. Se stai pensando di creare un tuo sito web, passerai in rassegna diverse aziende per valutare quale di essi possa offrirti i migliori servizi hosting in circolazione. Valutare solo la qualità dei servizi può essere però un grave errore che molto spesso gli utenti poco esperti commettono.

Dico questo perché i nostri diretti competitor vendono servizi di scarsa qualità? Assolutamente no, sto dicendo l'esatto contrario. Tutte le aziende, compresa la nostra, sono in grado di offrire servizi web di un certo spessore e di qualità. A volte, riusciamo anche a proporre delle offerte davvero molto vantaggiose che consentono ai clienti di portare a casa un servizio di qualità a poco prezzo.

Ma come scegliere allora quale hosting provider possa essere adatto per le tue necessità?

Arriva qualche problema, il supporto dell'azienda

Se posso permettermi di darti un consiglio, mio buon amico, cerca di valutare le cose con calma e con la massima attenzione. Come si usa dire "i veri amici si vedono nel momento del bisogno", e più o meno allo stesso modo deve basarsi la tua scelta del web provider a cui decidi di affidarti.

Detto che sono molte le aziende che possono garantirti servizi di qualità (ovviamente ci sono delle differenze), il vero elemento che deve farti riflettere è sulla vicinanza che l'azienda avrà nei tuoi riguardi.

Ormai le distanze tra azienda e fruitore dei servizi si sono notevolmente assottigliate, ed è per questo che ormai lo staff di un hosting provider rappresenta una sorta di "gruppo di amici virtuali" con la quale costruire un rapporto di fiducia per poter lavorare insieme senza problematiche.

L'azienda che ti sta vendendo il piano hosting che hai scelto sarà poi in grado di starti vicino, di aiutarti nei momenti di difficoltà, di essere sempre disponibile 24 ore su 24 per darti una mano a superare le difficoltà e a risolvere possibili problemi?!

Da questo deve soprattutto dipendere la tua scelta. Vada per le performance del servizio, ma se lo staff tecnico non mostra la massima disponibilità nei tuoi riguardi allora le cose potrebbero non andar bene.

### **Sono i dettagli a fare la differenza**

Caro lettore, se non ti ho annoiato troppo e hai avuto la bontà di giungere fino a questo punto, allora sappi che innanzitutto te ne sono grato e in secondo luogo devi imparare a valutare i dettagli. Proprio quegli elementi a cui magari uno non vuole dare importanza, quelle piccole cose che dai per scontate... ecco, la partita si gioca lì.

# Ero in cerca di idee per migliorare la SEO, per fortuna c'è Semrush

Gironzolavo sul web, in cerca di qualcosa che potesse essermi utile. Per cosa? Prova un po' a indovinare? Sì, esatto, per la SEO. Riuscire a indicizzare contenuti di un sito sul motore di ricerca è la grande ossessione di questo inizio del nuovo millennio, l'attività su cui alcune dei migliori specialisti si spremono le meningi per individuare trucchetti e strategie sicure ed efficaci. Devo dire che ho trovato molto poco in giro, non accorgendomi che la soluzione era già sotto i miei occhi.

Cercavo buone idee per la SEO

Trovare idee per la SEO è una cosa davvero semplice. Ormai esistono un numero spropositato di siti web e di blog che trattano l'argomento, con articoli ben scritti e pieni di informazioni utili. Il problema però è che ormai sembra che si ripetano sempre le stesse cose.

Un cane che si morde la coda. Un girare intorno alle solite tesi che magari vengono espresse in maniera originale, ma che al succo puntano sempre sulle stesse cose.

Insomma, sembra che la SEO sia un settore che ristagna in una sorta di immobilismo. Una volta letto questi articoli e aver messo in atto, alla meno peggio e con le proprie capacità, gli accorgimenti che vengono consigliati... a quel punto, cosa fare?

## **Strategie non adatte o pericolose**

Lo ammetto, ho vissuto momenti di grande difficoltà. Vorrei utilizzare il termine disperazione, ma sono consapevole del fatto che sia non congruo all'effettiva importanza della cosa ma mettiti un attimo nei miei panni: ti mettono in mano un progetto importante, con l'indicizzazione dei contenuti del sito tutto sulle tue spalle.

Beh, consentimi di dire che il termine disperazione sarà sì esagerato ma ben si presta per spiegare come mi sono sentito in quei momenti bui.

Non lo nego, ho pensato anche a utilizzare qualche trucchetto. Devi sapere che gironzolando su internet puoi trovare tanti contenuti che ti consigliano di fare cose fuori dagli schemi e abbastanza originali. Risultati garantiti, ti assicurano (posso citarti l'esempio di utilizzare un Exact Match Domain per indicizzare una precisa keyword).

Qual è il problema? Il fatto che Google è sempre pronto a penalizzare il tuo lavoro. Quindi, che fare?

L'aiuto di SEMrush, le idee giuste per migliorare

Alla fine ho trovato le soluzioni e le idee giuste per risolvere la situazione e dare una svolta. La cosa da fare era tra le mie mani. Conosci SEMrush? A parer mio, si tratta del miglior software tra quelli disponibili su internet per valutare i risultati del tuo lavoro online.

Oltre al paragone con i competitor, al monitoraggio delle keywords, alla fine SEMrush ha inserito una sezioncina eccezionale chiamata SEO Ideas. Ecco, qui i miei problemi sono finiti. Vabbè, magari non posso darmi delle arie perché non si tratta di tutta farina del mio sacco, non ho problemi ad ammetterlo. Ma alla fine dico chi se ne frega, la cosa importante è cogliere risultati concreti senza perdere tempo in cose inutili.

SEMrush mi ha dato tutte le informazioni che stavo cercando. Le ho seguite scrupolosamente e... vuoi sapere una cosa? Il posizionamento delle singole pagine è migliorato tantissimo.

### **Suggerimenti per l'ottimizzazione: informazioni dettagliate**

Consigli per la strategia da mettere in atto, a seconda della situazione attuale del tuo sito, le idee semantiche, backlink, esperienza utente, eventuali problemi tecnici sul sito di cui non ti sei accorto. Oltre a tutto questo, SEMrush ti offre anche dei consigli dettagliati per migliorare i contenuti del tuo sito web.



Grazie a questa sezione (credimi, una manna dal cielo) hai la possibilità di migliorare il sito in ogni singolo elemento. L'analisi del software è completa, totale e tocca ogni elemento.

Informazioni dettagliate per ogni singola sezione, espresse per altro con grande semplicità.

Insomma caro amico, posso garantirti che anche se non sei un grande specialista i consigli dati da SEMrush sono espressi in maniera talmente chiara che saprai cosa fare senza alcuna difficoltà, in particolar modo per quel che riguarda i contenuti presenti sulle pagine.

Per concludere

Mi sono trovato in un momento di enorme difficoltà, non mi vergogno di dire che non sapevo più dove sbattere la testa per migliorare le cose. Alla fine mi sono fidato completamente di SEMrush, e senza entrare nel dettaglio per ovvie ragioni posso dire che le cose sono migliorate tantissimo.

Provare per credere, segui le indicazioni del software e vedrai come la tua SEO prenderà un'altra piega.

# L'importanza della formazione per migliorare il tuo lavoro

Si parla sempre di strategie SEO, di cosa fare per ottenere risultati nel marketing digitale, incrementare le visite, le conversioni e chi più ne ha più ne metta. Ogni giorno sui social network veniamo inondati da un numero imprecisato di articoli scritti da professionisti che ci consigliano cosa fare, cosa non fare e (soprattutto) perché fare.

Si rischia di andare in grande confusione.

Il ruolo della formazione

Attenzione, non sto dicendo che non sia importante leggere articoli e libri di specialisti per approfondire alcune tematiche. Quella è la base fondamentale, ma non possiamo star fermi solo con questo studio, per quanto esso possa essere stato approfondito al massimo.

Nella mia esperienza nel panorama digitale ho capito che il rapporto umano è ancora la cosa più importante in assoluto, e che la formazione fatta face-to-face è la migliore soluzione per imparare sul serio qualcosa. Proprio per tale motivo posso dire che la formazione è importantissima per crescere, migliorare e ottenere davvero qualche buon risultato con il proprio lavoro.

SEO, SEM e Social Media: tenersi sempre aggiornati

Che cos'è la SEO, quali sono le migliori strategie, che differenza c'è tra SEO e SEM e molto altro ancora. Solo un pallido riflesso dei quesiti che ogni novizio deve porsi. Per imparare a lavorare sul web in ambito marketing, e ottenere buoni risultati su Google, non puoi esimerti dallo studio di queste discipline.

Stessa cosa per quel che riguarda i Social Media, quelle piattaforme che ci divertivamo tanto a utilizzare per uso privato ma che presi professionalmente diventano improvvisamente poco accattivanti, complicati e ricchi di funzionalità di cui non sospettavamo l'esistenza ma che sono necessarie.

Insomma caro amico, qui è davvero un gran casino. Ho avuto la tentazione di mollare tutto dopo pochi mesi, visto che avevo perfettamente intuito che i grandi specialisti ti spiegano le cose in articoli e libri ma poi, alla fine dei conti, tengono sempre nascoste le loro formule segrete per raggiungere il successo.

Ti racconto la mia esperienza

Ebbene, ci ho messo un po' pure io a capire che per migliorare sul serio dovevo frequentare qualche corso di formazione. Una volta capita l'amara verità, ovvero che questi maledetti specialisti non ti svelano i loro segreti, bisogna mettersi in moto e individuare un buon corso.

È quello che ho fatto io. Ho cercato, mi sono dato da fare e alla fine ho trovato l'occasione giusta.

Posso garantirti che dopo aver frequentato il corso di formazione le cose sono cambiate notevolmente nel mio lavoro. Sono migliorato nella scrittura dei contenuti, ho affinato le strategie, ho capito quali erano gli errori più gravi che tenevano a freno il mio lavoro.

Soprattutto, ho avuto l'opportunità di confrontarmi con una persona (di cui non faccio il nome) che oltre a essere una grande specialista si è dimostrata pronta e disponibile per farci capire meglio i concetti, a costo di ripeterli continuamente.

### **Eccellenze in digitale, in giro per svelare i segreti di Google**

Devo ammettere di essere stato molto fortunato. Solitamente, corsi di formazione fatti da grandi professionisti del settore hanno dei costi davvero proibitivi, almeno per me. Una volta, mi sono stati chiesti anche 700 € per un corso online di ben 4 ore su Skype!!!

Se questi sono i costi, ho pensato, non ci sarà mai occasione per me di farne uno. Per fortuna sono arrivati quelli di Eccellenze in digitale che hanno risolto la cosa.

Grazie alla partnership tra Google e Unioncamere, questo gruppo di “eccellenze” svolge corsi di formazione su e giù per tutto lo stivale. Sì, lo ammetto, ne ho approfittato biicamente. Appena saputa la cosa, mi sono fiondato per completare l’iscrizione e seguire le prime giornate di formazione, cosa che ripeterò nei prossimi mesi.

La specialista che tiene il corso è stata in grado di farmi capire tante cose che, sui libri e negli articoli, venivano descritte come cose complicate. La mia formatrice, invece, ha snellito le cose in maniera incredibile.

In conclusione

A cosa può esserti utile questa mia breve storiella? Semplice, a capire che la formazione è fondamentale per svolgere davvero bene il tuo lavoro. Leggi pure gli articoli e i libri, ma poi cerca anche qualche buon corso in giro per l’Italia (magari proprio uno di Eccellenze in digitale) così da poter far crescere le tue conoscenze.

# Voglio fare il social media manager, quali competenze devo avere?

Parliamoci chiaro, in un periodo storico come questo (in cui la società garantisce scarse opportunità) occorre farsi da soli. Ognuno di noi deve scegliere una strada e fare di tutto per intraprenderla al meglio. Io ho deciso di voler fare il Social Media Manager... cavolo, ce ne sono così tanti. Si vede che è un lavoro redditizio.

Ho un obiettivo: fare il Social Media Manager

Visto che ormai internet è diventato il macrocosmo in cui si concentrano tutte le attività, e su cui è possibile quindi trovare un'occupazione abbastanza stabile, conviene addentrarsi in questo mondo. Questa è la decisione che mi ha spinto a tentare la strada di propormi alle aziende come un Social Media Manager, un professionista affermato (non so bene da cosa) e in grado di rispettare scadenze e lavori.

Il mio obiettivo era quindi ben chiaro, senza tanti giri di parole. Mi sono messo a seguire su Facebook tanti professionisti del settore, e francamente nessuno di essi mi sembrava una cima. Se possono farlo loro, pensavo, posso farlo benissimo anche io.

L'errore che sta dietro questo ragionamento è questo: senza le dovute competenze non si va da nessuna parte!

## **Ma in pratica, cosa fa un Social Media Manager?**

Mi sono fatto prendere troppo dall'entusiasmo, cosa che mi ha portato a propormi come specialista quando non lo ero per nulla. Se non si ha un'idea precisa del tipo di lavoro che si deve andare a fare, le figuracce saranno dietro ogni angolo. Ecco il motivo per cui nei primi tempi non ho fatto altro che raccogliere figure di m\*\*\*a.

Devo ammetterlo, non avevo la benché minima idea di cosa facesse un vero Social Media Manager. Vedevo questi specialisti pubblicare post su

Facebook a nome di diverse aziende, ma francamente non avevo idea di come impostavano il loro lavoro e come facevano a ottenere dei risultati.

Quali sono le competenze necessarie per fare questo lavoro?

Stanco di racimolare brutte figure, mi sono deciso di imparare. Non era possibile nessun'altra soluzione. Per fare bene un lavoro bisogna per forza di cose informarsi su quali siano le competenze necessarie per poter raggiungere determinati obiettivi.

Ho studiato, ho letto diversi libri, ho chiacchierato con grandi specialisti, ho seguito la loro attività sui diversi social. Alla fine sono giunto alla conclusione che ci sono delle competenze specifiche che devono per forza far parte del bagaglio culturale dell'aspirante Social Media Manager.

### **1. Essere creativo**

Nel paragrafo finale di questo pezzo viene messa in risalto l'importanza del saper essere sé stessi nel proprio lavoro. Ecco, oltre a questa breve anticipazione di quanto leggerai dopo, nel corso della mia esperienza professionale ho imparato che la creatività è molto importante... a patto di porla in funzione di un obiettivo.

Questa è, secondo me, la prima competenza che un buon Social Media Manager deve avere: essere creativo! Saper realizzare contenuti originali, sia per quel che riguarda la parte copy che la scelta delle immagini, è l'ago della bilancia che determina la differenza tra un professionista affermato e uno poco considerato.

### **2. Conoscenza del target**

Hai presente la pubblicità che gira di questi tempi in televisione in cui Christian De Sica pronuncia "ma dove vai se la Simmenthal non ce l'hai?!". Bene, prendo a prestito la frase del buon Christian trasformandola in questa nuova formula: ma dove vai se la conoscenza del target non hai?

A seconda del settore trattato, conoscere il pubblico è fondamentale per poter svolgere il lavoro al meglio. Attraverso i dati e le statistiche dei social

saprai quali post attirano di più l'attenzione, a che ora sono online gli utenti ecc. Perciò, inizia a dare un'occhiata a Facebook Insights e via via a tutti gli altri canali.

### **3. Essere aggiornato sulle novità dei vari social**

Caro amico/lettore, non sto dicendo che per fare questo mestiere bisogna vivere costantemente sui social ma insomma, se posso essere franco, questi canali dovrebbero essere sempre sotto il nostro sguardo. Tutti i social network, e in particolar modo Facebook, vengono aggiornati di continuo. Ebbene, il compito di un vero Social Media Manager (come io volevo fortemente essere) è quello di non restare mai indietro. Essere sempre aggiornato sulle ultime novità dei social, sfruttare subito le nuove funzionalità per rendere ancora più sofisticata l'attività online.

### **4. Capacità di relazionarsi**

Guarda, detto francamente io sono il primo dei musoni e degli introversi. Se però vogliamo fare questo lavoro non possiamo permetterci il lusso di starcene per gli affari nostri. Un bravo specialista dei social basa il proprio lavoro su una grande capacità di relazionarsi e di instaurare rapporti con tantissime persone.

Questi rapporti professionali (che a volte diventano anche amichevoli) ti aiuteranno a creare la tua identità digitale e a dare fondamento alla tua reputazione. Affina le tue abilità di comunicatore, impara a relazionarti in modo professionale senza però disperdere gli aspetti positivi della tua personalità.

### **5. Sapere come targettizzare il pubblico nei post sponsorizzati**

L'ultima competenza che ho capito deve far parte per forza di un professionista social, è il sapere come impostare una sponsorizzazione. Prendendo sempre Facebook come punto di riferimento, ormai il traffico organico per ogni singolo post pubblicato da una pagina è sempre più basso.

In poche parole, il social di Zuckerberg obbliga le aziende a investire in advertising per trasformare il social in un mezzo utile per ottenere risultati concreti. Ecco, sapere come impostare una campagna, come definire il target a seconda degli interessi e di altre caratteristiche. Col tempo ho capito che un Social Media Manager deve essere in grado di fare queste cose a occhi chiusi.

Un salto nel buio sconsigliato... no preparazione, no party

Quale vuole essere la morale di questa storia? Semplice, il fatto che senza un'opportuna preparazione non si va da nessuna parte. Lanciarsi in un settore senza conoscere per bene quelle che sono le dinamiche, senza avere idea del comportamento e delle esigenze degli utenti... senza tutto questo, il lavoro sarà per forza di cose deficitario.

Il mio consiglio quindi è quello di metterti l'anima in pace e iniziare a raccogliere appunti per raccogliere materiale utile per migliorare il tuo livello di preparazione. Se parti come sono partito io, cioè da zero, allora avrai parecchio lavoro da fare. Tante saranno le cose che dovrai leggere e assimilare.

Muoversi all'interno del marketing digitale non è per niente facile, te lo posso garantire. Con costanza e impegno, però, i risultati si possono raggiungere. L'importante è cercare di non copiare lo stile degli altri, quello che devi fare infatti è prendere spunto ma non tentare mai di emulare qualcun altro.



# Abbiamo deciso di “premiare” i nostri lettori con un bel regalo

Siamo in pieno agosto, fa un caldo boia, le forze sono al limite... ma noi siamo ancora qui. Chi come me sta passando l'estate scrivendo quotidianamente sul blog (nel Copywriting non ci sono pause) approfitta di questo momento di “basso traffico” per ragionare su alcune cose e riflettere su come migliorarne altre.

L'obiettivo di ogni professionista è sempre lo stesso: conquistare una posizione di primo piano nel cuore degli utenti.

Il Copywriting e l'arte di creare un rapporto con i lettori

Come può un copywriter raggiungere i propri risultati tramite il suo lavoro? Secondo il mio parere e la mia esperienza, cercando di costruire intorno al proprio nome una reputazione degna di tal nome. Una volta che sei visto come un professionista valido, le cose vanno come devono andare in maniera del tutto naturale.

Ecco perché scrivere e cercare di migliorare ogni giorno che passa è il segreto per far andare bene il lavoro online.

Ma tutto questo potrebbe non essere sufficiente. È vero che questi settori vengono spesso presentati come ricchi di regole infrangibili, ma per quelli che come me desiderano infilare sempre un pizzico di anarchia nella vita il consiglio è questo: non mettere mai da parte la tua creatività. Il tuo lavoro può migliorare non solo grazie alla preparazione ma anche per una felice intuizione.

## **Gestione di un blog aziendale, l'importanza della tua reputazione online**

Caro amico/lettore/collega, il punto è proprio questo: ormai siamo in tanti a fare questo lavoro, perciò non possiamo più permetterci di seguire in maniera precisina le regole. Il rischio è quello di appiattirci tutti a un livello

mediocre, per lo meno per quel che riguarda il modo di comunicare e il linguaggio utilizzato.

Visto che io ho sempre pensato che gli utenti non sono delle spugne pronte ad accettare qualunque cosa in maniera passiva, occorre riflettere su un modello comunicativo che esuli dal contesto. Solo in questo modo saremo in grado di porre i mattoncini per costruire la nostra identità online.

Fare regali ai lettori per cementare i rapporti

Ogni giorno diamo in pasto ai nostri lettori contenuti freschi, aggiornati e utili (almeno si spera). Ma tutto questo ormai non basta più. La cosa importante è essere riconoscibile, avere uno stile che sia in grado di costruire un legame tra il copywriter di turno e il lettore.

Secondo me è questo il segreto per creare, oggigiorno, un rapporto reale con gli utenti.

Smettila quindi di porti in alto come una sorta di guru che si rivolge alla plebaglia. Il rapporto con i lettori deve essere paritario, senza distinzioni di classe. Ecco perché, rivolgerti alle persone in maniera umile e poco altezzosa, devi essere in grado di pensare di tanto in tanto a qualcosa di nuovo che possa porre fondamenta solide a questo rapporto.

Il dono giusto per gli utenti: la mia idea

Cosa fare di originale per stringere ancora di più questo cordone ombelicale che lega ogni copywriter ai suoi lettori? Io ho avuto un'idea che magari non sarà originalissima ma che può essere estremamente utile allo scopo: fare dei regali agli utenti che passano il loro tempo leggendo i tuoi contenuti.

Quale può essere un dono gradito ai lettori di un determinato blog? Ho pensato che sarebbe una cosa molto carina realizzare un ebook che gli utenti possono scaricare gratuitamente. In questo libricino digitale saranno raccolti contenuti, suggerimenti o ancora potrebbe essere una buona idea inserire dei racconti in cui il narratore, mettendosi nei panni dell'utente medio, cerca di proporre e suggerire soluzioni per risolvere alcune problematiche.

Puoi fare la stessa cosa anche tu. Realizza un tuo ebook e regalalo ai tuoi lettori, invialo via newsletter ai clienti... insomma, inventati qualcosa. Chiamala se vuoi un piccolo atto rivoluzionario che scardina un po' le rigide regole del Copywriting.

## Sinossi

L'azienda Keliweb, provider hosting attivo dal 2009 che nel corso degli anni è diventata una delle società di riferimento sul territorio nazionale, ha deciso di fare questo piccolo omaggio ai suoi clienti e a coloro che seguono il blog ufficiale.

Nei racconti di Keliweb hai a che fare, quasi sempre, con un personaggio (inventato) di nome Amedeo che, in un certo senso, racchiude tutte le sfaccettature del classico professionista che lavora sul web. In ogni storia viene messo in primo piano un problema in merito al sito web o a un'attività correlata. Alla fine di ogni storia, il nostro protagonista si ingegna per trovare una soluzione efficace. Così facendo, siamo in grado di fornire qualche consiglio indiretto per gli utenti.

Ci siamo messi nei vostri panni e abbiamo immaginato alcune delle difficoltà che potrebbero capitare.



[www.keliweb.it](http://www.keliweb.it)

[blog.keliweb.it](http://blog.keliweb.it)

© 2017, Keliweb SRL • Tutti i diritti riservati.