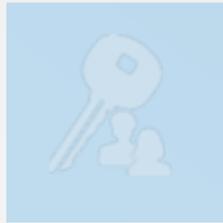


# La seconda differenza: I contenuti di valore

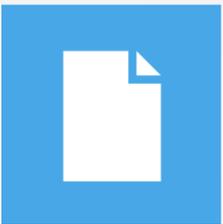


con Ryuichi Sakuma  
@posizionamentom  
[facebook.com/posizionamentomotori](https://facebook.com/posizionamentomotori)  
[www.posizionamentomotoridiricerca.com](http://www.posizionamentomotoridiricerca.com)

# 3 Fattori fondamentali per il posizionamento



1) La scelta delle parole chiave con cui posizionarsi



2) Il contenuto



3) La strategia

# Ogni contenuto ha uno scopo



Esci dal concetto di “pagina testuale”.  
Ogni sito web può contenere svariati  
contenuti di valore.

Ogni contenuto ottiene un effetto  
diverso sul pubblico.

# Ogni contenuto ha uno scopo



Riassumendo, possiamo definire 4 scopi differenti per ogni contenuto:

1. Divertire
2. Ispirare
3. Educare
4. Convincere



# Content Marketing Matrix

Qual è lo scopo di ogni contenuto creato nel sito?

Un brand deve possedere tutte e quattro le caratteristiche indicate per essere vincente nel web.







# Content Marketing Matrix

Qual è lo scopo di ogni contenuto creato nel sito?

Un brand deve possedere tutte e quattro le caratteristiche indicate per essere vincente nel web.

# Esci dagli schemi.



I contenuti che ti ho proposto devono essere creati con nuove strategie, sia a livello SEO che a livello di marketing.

Ti consiglio di partire, come base, dalla creazione di un articolo SEO.



Tutti i contenuti in breve

# Video Virali



**Contesto:** video che lasciano il segno ed aumentano la brand reputation.

**Scopo:** Percezione emozionale. Divertire.

# Quiz



**Contesto:** creare un quiz per guidare il visitatore verso un prodotto o servizio, raccogliere dati sugli interessi utenti.

**Scopo:** Percezione emozionale. Divertire.

# Contest



**Contesto:** concorso a premi con lo scopo di farti conoscere ed apprezzare.

**Scopo:** Percezione emozionale. Divertire.

# Content rewriting



**Contesto:** come trovare contenuti che già hanno avuto successo e proporli in una nuova veste con un sicuro impatto.

**Scopo:** Percezione emozionale. Divertire.

# Articoli



**Contesto:** classico articolo di blog, pagina generica del sito.

**Scopo:** Percezione razionale. Educare.

# Ebook



**Contesto:** Ebook con una o più guide specifiche.

**Scopo:** Percezione razionale ed emozionale. Educare, divertire.

# Infographic



**Contesto:** Trasformare informazioni “noiose” in grafica.

**Scopo:** Percezione razionale. Educare.

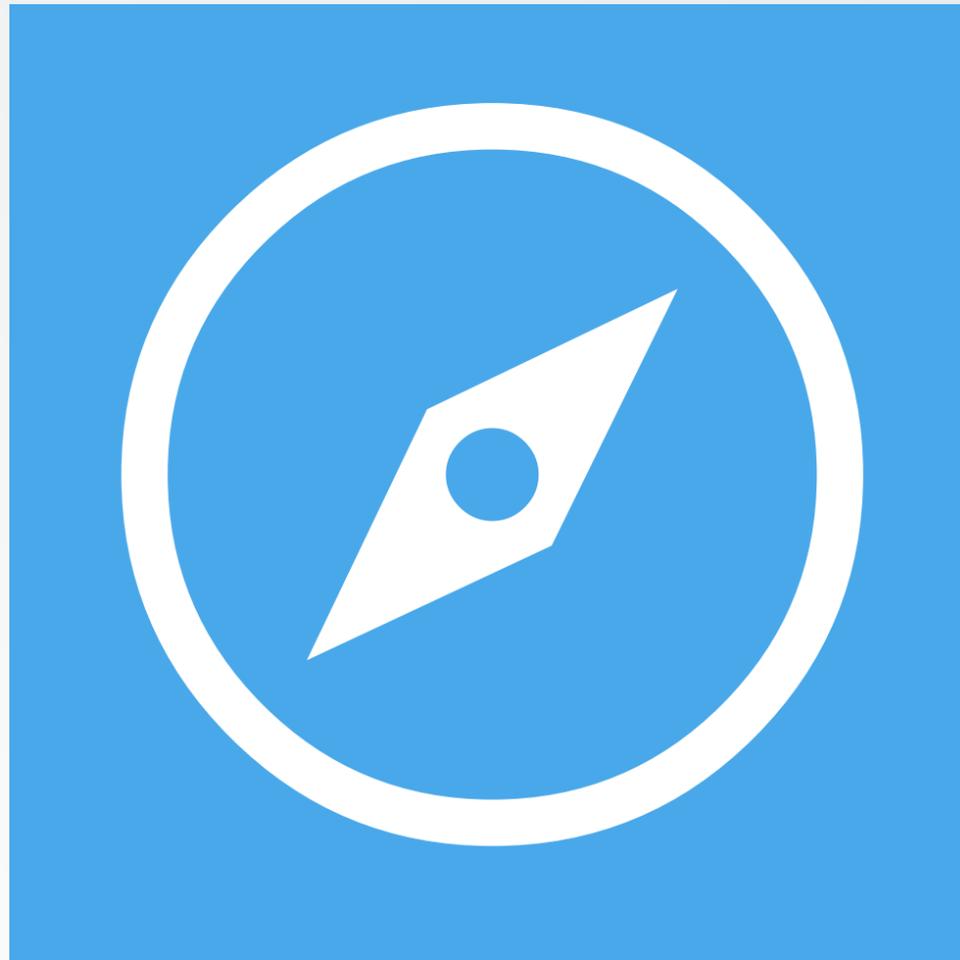
# Storia e Mission



**Contesto:** trasmettere i tuoi valori e raccontare la tua storia emozionando.

**Scopo:** Percezione razionale. Educare.

# Guide



**Contesto:** spiegare un concetto e aiutare l'utente a raggiungere uno scopo.

**Scopo:** Percezione razionale. Educare.

# Lista di Risorse



**Contesto:** creare un elenco di risorse utili intorno ad un tema specifico.

**Scopo:** Percezione razionale. Educare.

# Video di Prodotto o Servizio



**Contesto:** Presentare il proprio prodotto o servizio con un video, non con semplici testi o fotografie.

**Scopo:** Percezione razionale. Educare e convincere.

# Video Presentazioni



**Contesto:** creare un video registrando lo schermo del PC, come i video che stai vedendo.

**Scopo:** Percezione ed acquisto Emozionali e razionali.  
Divertire ed ispirare.

# Eventi Online



**Contesto:** creare un meeting online aperto a molte persone, per dialogare, presentare prodotti e servizi.

**Scopo:** Acquisto emozionale e razionale.  
Convincere.

# Testimonial Celebri



**Contesto:** come gestire e presentare testimonial celebri nel tuo settore.

**Scopo:** Acquisto emozionale. Ispirare e convincere.

# Referenze



**Contesto:** come trovare le referenze e come presentarle nel tuo sito.

**Scopo:** Acquisto razionale. Ispirare.

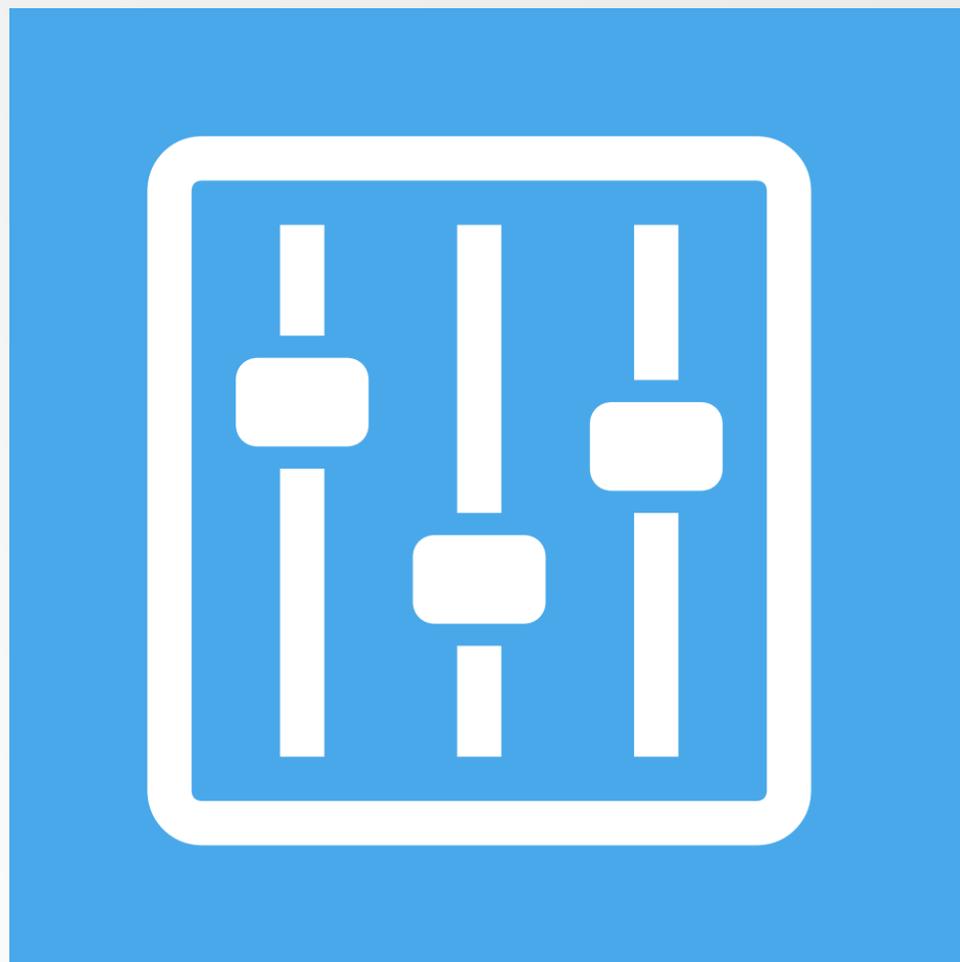
# Newsletter



**Contesto:** come gestire e creare una newsletter. Come trasformare gli iscritti in potenziali clienti offrendo valore.

**Scopo:** Acquisto emozionale. Ispirare.

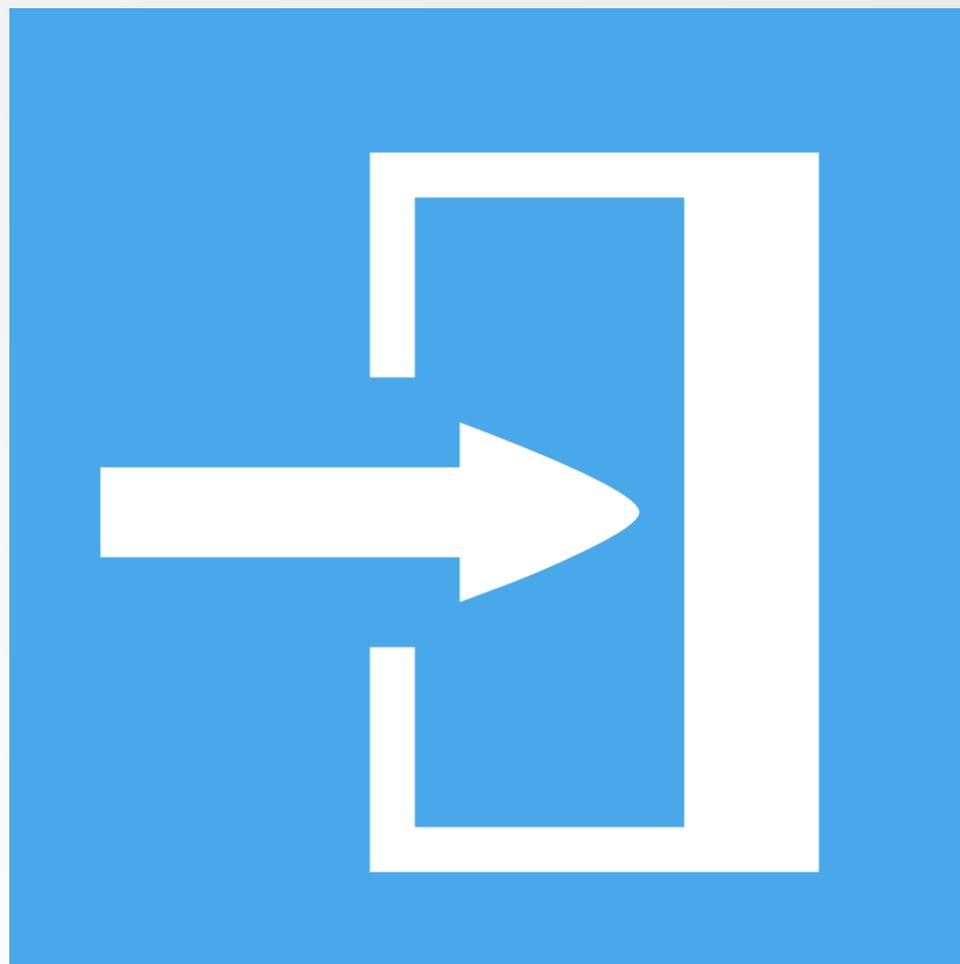
# Prodotti o servizi su misura



**Contesto:** come scoprire cosa vogliono gli utenti e creare di conseguenza prodotti su misura.

**Scopo:** Acquisto razionale. Convincere.

# Landing Page



**Contesto:** pagina di vendita adatta a convincere l'utente all'acquisto.

**Scopo:** Acquisto razionale. Convincere.

# Testimonial Esperti



**Contesto:** come gestire e presentare testimonial esperti nel tuo settore.

**Scopo:** Acquisto razionale.

# Rating utenti



**Contesto:** come dare agli utenti la possibilità di votare i tuoi servizi, prodotti e contenuti.

**Scopo:** Acquisto razionale ed emozionale. Ispirare e convincere.

# Contenuti e Keyword

# Compila la tabella editoriale

Keyword	Ricerche	Difficoltà	Dove?	Descrizione
Vendita scarpe on line	3600	47%	Home Page	Offrire sconto 23%, reso gratuito, vasta scelta, mostrare le guide
Vendita scarpe online firmate	260	35%	Catalogo scarpe firmate	Catalogo scarpe firmate, vendita su ecommerce, con mini guida e video
Scarpe moda giovani	10	25%	Guida	Guida alla moda giovane, per i teenagers.
Pulire scarpe in pelle	110	16%	Contenuto su misura	Scegli il tuo stile, quiz con le scarpe in pelle.
Come scegliere le scarpe da running	260	20%	Video + Guida	Fare un video dove mostriamo le scarpe e un articolo con testo e foto



Ricorda

# Qualsiasi sia il contenuto che vuoi creare...



Offri del reale valore, sempre.

Il contenuto va creato secondo le regole SEO ma te ne parlerò nel prossimo video.



Nella prossima lezione

# 3 Fattori fondamentali per il posizionamento



1) La scelta delle **parole chiave** con cui posizionarsi



2) Il **contenuto**



3) La **strategia**

