

Scrittura SEO: scrivere per farsi capire, scrivere per farsi trovare

Si impara a scrivere a scuola, ma nonostante questo, in ufficio, sul sito aziendale, nelle caselle email, nei canali online è facile trovare messaggi incomprensibili, fuorvianti, dannosi per l'azienda. Un messaggio mal scritto rende difficili i rapporti con i clienti e tra i dipendenti.

L'obiettivo di questo corso è imparare a scrivere testi efficaci, sia quando sono progettati per un sito e quindi ottimizzati per i motori di ricerca, sia quando servono alla comunicazione interna.

OBIETTIVI

- Comprendere come funziona e come si progetta un testo scritto tenendo conto di mittente, destinatario, messaggio, canali, codice, contesto
- Progettare testi per i canali digitali: si terrà conto non solo dell'utente e delle sue intenzioni, ma anche di come funzionano i motori di ricerca, come vengono selezionate e ordinate le informazioni
- Acquisire consapevolezza sulla scrittura come strumento di relazione: un messaggio scritto in maniera chiara facilita i rapporti e la gestione del tempo.

PROGRAMMA

Com'è fatta la comunicazione, come funziona la scrittura

- Cos'è la comunicazione?
- Come funziona un testo scritto?
- Chi è il mittente? Come si individua il destinatario?
- Quali sono le tecniche per rendere un messaggio più efficace?

La scrittura come strumento di relazione

- Dire di no senza chiudere porte, raccontare storie per coinvolgere chi legge, usare linguaggio e tono giusti per predisporre l'utente
- Un solo approccio per molte case history di successo
- Lo storytelling come dispositivo fondamentale per differenziare i propri prodotti e servizi attraverso strategie commerciali avvincenti e memorabili.

Le basi della SEO e l'importanza del posizionamento online

- Come funzionano i motori di ricerca
- Perché il posizionamento sui motori di ricerca è così importante.

Scrittura in chiave SEO per emergere nel web

- La scrittura in chiave SEO per posizionare i propri contenuti non solo in un blog ma anche sui canali social e su tutte le attività digital.

DESTINATARI

Imprenditori, dipendenti, Responsabili Comunicazione e Marketing, produttori di contenuti.

METODOLOGIA

Case history, esercitazioni, redazione di testi, confronto con gli altri partecipanti, applicazione di strumenti e tool utilizzati realmente nella progettazione di testi.

DURATA

Corso in presenza di 2 giornate o in modalità webinar.