

Content Marketing: in che modo la creazione di contenuti web può aiutare un'azienda

Date : 22 Luglio 2021

Visibilità sui motori di ricerca e creazione di contenuti vanno di pari passo, tanto che oggi è impossibile pensare di migliorare il proprio posizionamento su Google senza produrre contenuti ad hoc. Chi ha un'azienda, molto probabilmente ne avrà già sentito parlare: il [Content Marketing](#) è un'attività fondamentale e deve essere prevista all'interno di qualunque strategia.

Indice contenuti

1. Cos'è il Content Marketing
2. Cos'è la Content Strategy

2.1 Caratteristiche di una buona Content Strategy

2.2 Vantaggi di avere una Content Strategy

3. A chi serve il Content Marketing
4. I canali migliori
5. Le figure professionali che possono aiutarti

Cos'è il Content Marketing

Gli utenti cercano continuamente informazioni sui motori di ricerca, per informarsi su un'azienda o un prodotto, leggere recensioni e capire se fidarsi o meno di un determinato brand. Queste ricerche fanno parte del funnel decisionale d'acquisto. Durante le ricerche entrano in contatto con i contenuti che, come si può facilmente immaginare, hanno un grande peso nella decisione che li porterà a diventare clienti oppure no.

Il Content Marketing è, letteralmente, il "marketing dei contenuti" ma pensare che per farlo sia sufficiente scrivere qualche articolo e pubblicarlo sul proprio blog aziendale significa essere sulla strada sbagliata.

Infatti, avere un blog non è sufficiente per ottenere risultati. Se si ha un'azienda e si desidera migliorare i propri affari sarà possibile farlo seguendo una strategia, detta anche Content Strategy. Sarà necessario **pianificare** con cura e attenzione **i propri contenuti**, che dovranno essere **realizzati seguendo le varie tecniche SEO**.

Grazie al Content Marketing, e quindi alla produzione di contenuti realizzati ad hoc su alcuni temi utili e mediante l'uso attento di determinate **parole chiave**, sarà possibile intercettare gli utenti. Le persone che cercheranno su Google argomenti o risposte a dubbi e domande arriveranno sul

contenuto che è stato realizzato e, da qui, si dirigeranno verso il sito. Sul sito web potrà avvenire la conversione vera e propria oppure no, ma i contenuti potranno comunque rivelarsi utili per la decisione finale presa dagli utenti. Questo processo però non è possibile, se non si ha una strategia.

Cos'è la Content Strategy

Alcune aziende si ostinano a realizzare contenuti, anche di buona qualità, senza una strategia a sostenerli. Questo purtroppo non permette di raggiungere i risultati sperati. La Content Strategy, così come qualunque altra strategia, è fondamentale per ottenere risultati sul web. Senza avere una strategia non si va da nessuna parte.

Il primo passo è fissarsi degli obiettivi da raggiungere, poi analizzare il segmento di mercato della propria azienda e le risorse che si hanno a disposizione. Inutile porsi obiettivi irraggiungibili, se si hanno risorse limitate. Seguendo un vecchio adagio: chi va piano va sano e va lontano.

L'importante è quindi porsi sempre obiettivi realistici e compiere un passo alla volta.

Poi si dovrà **analizzare il proprio pubblico** per trovare i migliori argomenti da trattare. È importante che i contenuti siano utili soprattutto per le persone, ancor prima che per i motori di ricerca, quindi non si devono trascurare le problematiche del pubblico.

Caratteristiche di una buona Content Strategy

I contenuti devono essere pianificati, quindi gioca un ruolo importante il **piano editoriale**, ovvero un documento che contiene i temi che verranno trattati dagli articoli, eventuali proposte di titolo, data di pubblicazione, canali e keywords utilizzate.

Il piano editoriale SEO sarà utile sia per realizzare **contenuti originali** che per darsi una **continuità con le pubblicazioni**. Infatti, il pericolo maggiore, quando ci si occupa della creazione di contenuti, è *rimanere senza parole*. Con un piano editoriale SEO questo non accadrà. Alcuni contenuti avranno una "scadenza", soprattutto quelli legati alle novità di settore, altri invece potranno essere utilizzati più a lungo. Queste due tipologie di contenuto vanno alternate.

Inoltre, una buona Content Strategy prevede obiettivi chiari, precisi. Un esempio? Dall'aumento di traffico o di conversioni, alle vendite sul proprio shop fino ad arrivare alle iscrizioni alla newsletter.

Infine, qualunque strategia deve essere misurabile. Solo così sarà possibile capire cosa ha funzionato e cosa no. E agire di conseguenza.

Vantaggi di avere una Content Strategy

Avere una Content Strategy ha diversi vantaggi. Uno dei principali è che i contenuti sono amici della SEO, quindi faciliteranno il posizionamento di un'azienda nelle prime posizioni della SERP. Avere azioni programmate, anche sul lungo termine, garantirà una crescita del traffico e una scalata delle posizioni su Google.

In secondo luogo, avere una Content Strategy aiuta la brand awareness. Questo significa che gli utenti, leggendo contenuti positivi che parlano di un brand o approfondimenti realizzati dall'azienda stessa, saranno portati ad avere una buona considerazione e quindi a fidarsi e ad acquistare i suoi prodotti. Inoltre, contenuti ben scritti differenziano dalla concorrenza. Questo significa che per un'azienda sarà più facile emergere rispetto ai competitors.

A chi serve il Content Marketing

L'errore più comune è pensare che il marketing dei contenuti riguardi solo ed esclusivamente alcune tipologie di imprese. In realtà non è così, perché tutte le aziende hanno bisogno di essere sostenute da contenuti utili e originali che possano piacere a motori di ricerca e pubblico. L'importante è adottare una strategia, e quindi compiere azioni pianificate su misura per il proprio business e pensate ad hoc per il pubblico.

La creazione di buoni contenuti, ben scritti e ben strutturati, è utile alla SEO. Infatti, Google si nutre di contenuti e premia quelli di qualità maggiore, che rispondono ai requisiti richiesti e che possono essere un buon risultato da offrire agli utenti nelle varie query di ricerca.

I canali migliori

Quando si fa Content Marketing non si devono trascurare i canali. Quelli che a prima vista possono sembrare migliori magari non lo sono per il proprio pubblico. Anche per questo motivo avere una strategia è importante: occorre investire sui canali giusti, quelli dove si può trovare il pubblico di un'azienda.

Tra i canali migliori per ottenere visibilità, e quindi visite, c'è ovviamente il blog aziendale. Ma aprire un blog aziendale e scrivere una volta ogni tanto un articolo non porta alcun risultato. Sono tanti infatti gli imprenditori delusi che speravano di migliorare la propria visibilità in questo modo. Se non si ha una strategia di contenuti difficilmente si potranno ottenere risultati. Ovviamente il blog non è l'unico canale disponibile. Ci sono i social, le newsletter e tanto altro.

Se si vogliono ottenere risultati concreti è importante adottare una strategia omnicanale, che contribuirà a coinvolgere l'utente a 360°. In questo modo l'esperienza che precede l'acquisto sarà ancora più completa e utile. Infatti con l'omnicanalità l'utente viene messo al centro del processo decisionale e informativo, mentre intorno a lui viene sviluppata una strategia che gli permetterà di passare da un'attività all'altra, da un canale all'altro, senza interruzioni.

Le figure professionali utili

Se non si sa come iniziare, portare avanti questa attività in completa autonomia potrebbe non essere la decisione migliore. Le figure interessate da una Content Strategy sono tante: copywriter, content manager, grafici, web designer, webmaster, SEO specialist. Tutte queste professionalità, in concerto, possono aiutare un'azienda a raggiungere i propri obiettivi. Per questo consigliamo di rivolgersi a un'agenzia di Content Marketing come [Become Yes](#).

Questa agenzia di creazione contenuti, web e social, lavora a Milano, Monza e Brianza e in tutta la Lombardia, forte di una lunga esperienza sul campo e con una specializzazione in alimentazione naturale e biologica, prodotti green e real estate.

Al suo interno lavorano professionisti diversi che svolgono varie mansioni affinché i propri clienti possano raggiungere l'obiettivo prefissato. Il percorso da compiere deve essere chiaro e una visione esterna, come quella che può offrire una Content Agency, potrà aiutare a impostare il lavoro o, addirittura, a realizzare i contenuti. In quest'ultimo caso saranno uno o più professionisti a trovare gli argomenti da trattare e a scrivere articoli approfonditi su questi temi.