

Piano editoriale: la bussola per il tuo progetto di digital marketing

Pubblicato: Lunedì 4 Ottobre 2021



Quante volte ti è capitato di andare a fare la spesa senza aver fatto una lista dei prodotti che ti servono e, puntualmente, tornare a casa con la metà di ciò che ti occorreva? Quando si parla di progetti di digital marketing, avere un elenco completo di quello che occorre fare è ancora più importante. Il **piano editoriale** svolge esattamente questa funzione: è la mappa che guida il tuo progetto.

Vediamo cosa significa avere un piano editoriale SEO e perché è così importante.

Identikit del piano editoriale SEO

Quando si sente la parola “**piano editoriale**” si pensa a un documento cartaceo, datato e che veniva usato nelle redazioni degli anni ‘80. Niente di più sbagliato: il piano editoriale è uno strumento che si è evoluto e che è approdato nel mondo digitale dimostrando la sua importanza tra gli strumenti di digital marketing.

Il piano editoriale è un **documento digitale**, usualmente in formato excel, che contiene al proprio interno un elenco dei contenuti che possono essere pubblicati sul sito. In linea di massima il PED può essere creato anche intorno alla programmazione social, ma qui è più utile parlare della sua funzione in relazione al sito internet.

Quando il piano editoriale viene realizzato per ospitare i titoli di articoli da creare e pubblicare nella pagina del blog o magazine del sito è fondamentale che siano **SEO Oriented**. Cosa significa? Che per realizzare un elenco esaustivo degli argomenti è necessario non solo un'attività di scouting delle tematiche più apprezzate nel web, ma che è necessario uno studio delle abitudini di ricerca degli utenti.

Parole chiave e piano editoriale

Le cosiddette **parole chiave** non sono altro che sequenze di termini che gli utenti inseriscono con maggiore frequenza su Google per ricercare un prodotto e un servizio. Utilizzando, in maniera strategica, specifiche parola chiave, è possibile migliorare il posizionamento del sito internet in questione.

Volendo quindi fare un **identikit del piano editoriale**, potremmo dire che:

- è un documento digitale, modificabile e in continuo aggiornamento.
- richiede una fase di analisi dei trend del momento.
- presuppone uno studio delle parole chiave con cui gli utenti ricercano con maggiore frequenza un servizio o un prodotto per cui il sito si vuole posizionare.
- serve per creare un gruppo di titoli sui quali scrivere dei contenuti da pubblicare sul sito stesso.
- viene redatto preferibilmente da professionisti del settore (Consulenti SEO, SEO Specialist o esperti di Content Marketing).

Cosa succede quando non hai un piano editoriale

Il **piano editoriale SEO** è uno strumento fondamentale per poter portare avanti un progetto online che abbia soluzione di continuità e, soprattutto, preveda la pubblicazione continuativa e coerente di argomenti.

Quando non si vuole investire nel piano editoriale – magari per risparmiare o perché viene considerato inutile – si possono correre alcuni rischi, tra cui:

- **eseguire attività disordinate**: il rischio maggiore è quello di realizzare contenuti per la pagina dedicata che non siano coerenti tra loro, creati “a sentimento” e senza che sia sottesa la ben che minima strategia di promozione.
- **dispersione delle energie**: come naturale conseguenza del punto precedente, il team di lavoro potrebbe occupare troppo tempo o tempo non necessario ad una specifica attività di creazione contenuti. Al contrario, con un piano editoriale tutte le attività previste possono essere calendarizzate anche con ampio preavviso.
- **impossibilità di esternalizzare**: quando viene realizzato un calendario delle pubblicazioni, estrapolandolo dal piano editoriale SEO, è possibile esternalizzare questa attività a dei professionisti. In caso contrario, nella maggior parte dei casi, si è costretti ad occuparsi personalmente di questa attività che diventa poco scalabile.
- **perdita di budget**: nelle aziende il tempo è denaro. Occuparsi della promozione del proprio sito attraverso i contenuti senza il piano editoriale implica una perdita di tempo e – di conseguenza – di denaro. Inoltre, anche altre attività di marketing, se non supportate da un piano editoriale che lavora sinergicamente con esse, potrebbero risultare molto meno efficaci.

SEO Leader è esperto di piani editoriali SEO

Come hai potuto vedere, non avere un piano editoriale SEO Oriented gioca a sfavore del successo del tuo progetto imprenditoriale. SEO Leader, grazie alla propria esperienza in questo ambito, può offrirti un supporto qualificato per redigere il piano editoriale che ti occorre: oltre ad aver realizzato un Ebook su questo tema, ha già completato numerosi progetti di successo. Tu potresti essere il prossimo, cosa

aspetti?

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it