

## NON SOLO LAVORO

---

### ***La scrittura sui social e sul blog come strumento di business***

di **Michela Trada** - Esperta in Brand Journalism e strategie editoriali

E' possibile generare *business* attraverso la scrittura sui *social* e sul *blog*?

Non solo è possibile: è doveroso.

Noi, infatti, non siamo solo il **brand di noi stessi** (come asserisco da tempo sui miei canali *online* e nel mio libro "*Scrivere per fare business, dal personal branding al brand journalism*") ma anche i **media di noi stessi**.

Ciascuno di noi ha a disposizione almeno 4 canali attraverso i quali far sentire la propria voce (ho preso in considerazione 2 *social network*, il *blog* e il *podcast*).

Per essere acquistati e, di conseguenza, generare *business* dobbiamo iniziare a scrivere dei **contenuti significativi**.

Quando un contenuto può dirsi significativo? **Quando riesce a influenzare le decisioni prese da uno stakeholder, un consumatore, un utente.**

In questo processo diventa, quindi, fondamentale scegliere accuratamente le parole da utilizzare nei nostri canali di comunicazione; solo in questo modo possiamo dare vita a una strategia di *marketing* (prima) e di vendita (poi) vincente. Il tutto senza tralasciare il famoso rafforzamento della *brand identity* e della *brand reputation*.

Scrivere per fare *business* vuol dire, quindi, eliminare dai nostri contenuti i tecnicismi e i paroloni altisonanti dal dubbio significato; **basta frasi standardizzate** e generaliste: solo in questo modo possiamo arrivare al cuore del destinatario della nostra comunicazione. Perché il *focus* di quanto scriviamo non siamo noi, ma il nostro lettore. È in questo cambio di prospettiva che si trova la vera forza di una scrittura per il *business*.

**Chi sono i nostri lettori? Qual è il nostro pubblico? A chi ci vogliamo rivolgere?**

Queste le domande a cui dobbiamo sempre saper dare risposta prima di metterci davanti alla tastiera. Altrimenti ci troveremo a produrre "*contenuti a 360 gradi*" che mettono "*il cliente al centro*" ed esaltano "*innovazione e tradizione*" attraverso "*materie prime di ottima qualità*".

La scrittura deve essere **chiara, semplice e diretta**; partire da un *claim* per costruire un messaggio significativo si rivela spesso una tecnica vincente.

Questo perché il nostro messaggio deve essere riconoscibile, il nostro *tone of voice* anche; dietro a ogni nostro contenuto scritto deve percepirsi la nostra firma ancor prima che il nostro utente finale legga l'autore di quel *post* o di quell'articolo.

Ecco, quindi, 5 regole da tenere presenti per realizzare un contenuto scritto significativo:

1. **scrivere non per tutti, ma per un determinato pubblico.** In questo caso dobbiamo rispondere alla domanda "a quale bisogno informativo posso rispondere?";
2. **essere semplici, ma non semplicistici;**
3. **essere riconoscibili** (attraverso *hashtag* e *claim*);
4. **eliminare** le frasi fatte dal nostro vocabolario;
5. **focalizzarci sul risultato** per portare a una *call to action* finale.

