

Il blog

Nel gergo di Internet, un blog è un particolare tipo di sito web in cui i contenuti vengono visualizzati in forma cronologica. In genere un blog è gestito da uno o più blogger che pubblicano, più o meno periodicamente, contenuti multimediali, in forma testuale o in forma di post, concetto assimilabile o avvicinabile ad un articolo di giornale. [definizione di wikipedia]

I vantaggi dell'aver un blog:

1. Creare un rapporto con i clienti
2. Aumentare il traffico
3. Migliorare le tue competenze

Gli svantaggi dell'aver un blog

1. Non puoi abbandonarlo
2. Non puoi postare troppo spesso cose di infimo valore
3. Rappresenta un costo per la azienda

Un blog è comunque uno strumento molto potente sia per conquistare nuovi clienti che per fidelizzare quelli acquisiti. Un blog genera credibilità e aiuta a rendere popolare il brand. In poche parole potremmo definirlo uno strumento chiave nella strategia di web marketing aziendale

Vediamo i punti uno alla volta:

[+] rapporto umano

un blog prevede la pubblicazione di post, in forma di articoli, con approfondimenti che siano in grado di dare qualcosa a chi li legge. Ovvero siano post di valore.

Inoltre un blog prevede una interazione con il tuo pubblico, rappresentata da commenti e risposte ai commenti. Ciò umanizza il rapporto con i navigatori (clienti anche solo potenziali) ed aumenta la fiducia del pubblico nell'azienda.

I contenuti di un blog si prestano ad essere facilmente condivisi su molti social network, amplificando così sia la visibilità che la popolarità dei post e con essa quella della nostra azienda.



Stefano Torre

Seo and social network specialist.
Infonet srl Ceo

[+] Traffico

Inevitabile è che i post del blog con approfondimenti seri, aumentino la forza seo del sito. Infatti sono soprattutto i post dei blog ad essere condivisi sui social ed a raccogliere i like che fanno salire il sito nelle serpi.

Sui post del blog è sensato usare gli author snippet, ovvero lavorare sul trust dell'autore. In questo modo si aumenta progressivamente la autorevolezza della persona (o delle persone) che l'azienda ha scelto di utilizzare come volti pubblici.

Un blog, con i suoi continui aggiornamenti rende "vivo" il sito aziendale ed inevitabilmente migliora il suo rank.

[+] Ti migliora

Scrivere post di qualità significa non improvvisarli, quindi ricercare, informarsi, confrontarsi. Ovvero significa diventare sempre più competenti sull'argomento che si sta trattando, da un lato, e sul modo con il quale trattarlo dall'altro.

[-] Abbandono

Un blog senza post freschi diventa controproducente. Non serve né a migliorare il rapporto con il pubblico né a migliorare il trust seo del sito.

Se sul seo, un blog abbandonato, può non avere effetti negativi, può essere devastante nel rapporto diretto con la clientela. Non vagliare i commenti, non rispondere alle domande può influire in modo molto negativo sulla nostra immagine.

[-] Scarso valore

Postare cose di scarso valore, che non siano in grado di arricchire realmente il tuo pubblico, può avere un impatto molto negativo sulla credibilità tua e della azienda.

In altre parole, presidiare un blog dedicandogli poco tempo non è il modo giusto per farlo diventare importante. Anzi!! Poco per volta lo fa scendere di credibilità trascinando con sé il sito aziendale.

[-] Costo

Fare un blog costa molto poco, Gestire un blog invece ha un costo elevato. Infatti la attività che richiede un blog non è poca, scrivere un articolo spesso richiede ore di lavoro, rispondere ai commenti, sul blog o sui social, significa presidiare costantemente il web.

Dall'altro canto un blog può produrre ottimi risultati tanto sul fatturato quanto sulla popolarità del nostro brand.

La gestione di un blog e di una buona presenza social richiede uno staff di persone dedicate a farlo.

