

Il piano editoriale è la pianificazione dei contenuti da pubblicare sui social network ma anche sui siti internet della tua azienda. Nella sua realizzazione è importante avere in mente una precisa strategia sia sotto il profilo della contenutistica sia della grafica. Sembrano dettagli ma da questi aspetti dipende molto il successo o l'insuccesso di una strategia aziendale.

È un processo che richiede del tempo prezioso e, proprio per questo, è necessario ridurre al minimo gli errori che possono essere fatti. Ecco qualche consiglio utile.

Che cos'è un piano editoriale

Prima di mettere penna su carta e di organizzare un piano editoriale, ti consigliamo di definire una strategia di marketing valida, evitando di pubblicare contenuti senza logica o poco pertinenti. Per fare questo è necessario attraversare delle fasi precise per raggiungere la conoscenza di sé e del pubblico a cui facciamo riferimento. E non è tutto. È anche importante conoscere chi altro offre un servizio analogo al nostro attraverso un'osservazione delle strategie dei competitor, senza però "scopiazzare" ma traendo insegnamento.

Un piano editoriale valido è originale, creativo e unico perché il nostro brand deve essere riconoscibile a "un miglio di distanza" o anche a primo impatto. Va bene, quindi, il prendere spunto ma effettuare il copia incolla non è un qualcosa che va contemplato. Bisogna spiccare per la propria originalità e, quindi, far sì che le persone percepiscano subito che si tratti del proprio brand o della propria attività.

Che sia, dunque, per le tue pagine social o per il tuo sito web è importante che tu abbia bene in mente questi elementi fondamentali.

Gli elementi fondamentali per stilare un proprio piano editoriale

Ci sono alcuni aspetti da tenere bene in mente per stilare un piano editoriale che si rispetti. Ecco, quindi, cosa bisogna tenere a mente:

Conosci il tuo brand

Stabilisci degli obiettivi, solo in questo modo potrai individuare il tuo target e capire quali sono gli argomenti da trattare. Questa fase richiede molte informazioni da ricercare. Ad esempio, [se non conosci i sistemi di pagamento accettati dai casino online questa pagina puo' aiutarti](#)

Analizza i competitor

Non copiare i contenuti. Utilizza, invece, il loro pubblico per capire quali sono gli aspetti maggiormente preferiti dalla community. Studia il target attraverso le pagine dei competitor.

Analizza il target

Comprendi quali sono gli interessi di chi segue la tua pagina. Studia il tuo pubblico analizzando l'età media, il lavoro che svolge, le passioni e cosa gli piace fare nel tempo libero.

Stabilisci qual è il tuo stile

Non pensare solo alla vendita dei tuoi prodotti ma chiediti cosa può essere utile per la tua community. Cerca di dare anche delle informazioni circa i prodotti presenti in shop, rispondendo a dei veri bisogni di chi guarda o legge senza rinunciare alla creatività.

Sii creativo

L'occhio vuole la sua parte e l'immagine, a volte, può catturare l'attenzione prima ancora del contenuto. Rendi tutto molto appetibile e fai venire l'acquolina in bocca alle persone e far sì che non vedano l'ora di trovarsi davanti il tuo post.

{jcomments on}