



## I contenuti nel web

Oggi giorno nel web esistono miliardi di pagine che racchiudono i [contenuti](#) più svariati. Tali contenuti vengono implementati, modificati e cancellati ogni istante. Attraverso l'utilizzo di un motore di ricerca è sempre possibile raggiungere le informazioni che stiamo cercando.

Queste, a seconda dei siti web, vengono proposte e presentati in modalità sempre differenti. Se tutto questo è vero, d'altra parte però è altrettanto vero che non sempre capitiamo all'interno del sito giusto, oppure (più frequentemente) che le **informazioni** che essi forniscono sono insufficienti a soddisfare le nostre esigenze di conoscenza. Cosa significa tutto ciò? Significa che non sempre la quantità di informazioni di una pagina web fa la differenza sulla qualità dei contenuti che stiamo cercando.

I navigatori web non si accontentano più di quattro righe, o al contrario di lunghi testi che non portano a nessuna soluzione. La verità è che il contenuto delle pagine web è il vero elemento che nel business, come nelle ricerche web, può fare davvero la differenza. E' sempre più frequente infatti, trovare in diversi siti internet le stesse soluzioni per risolvere lo stesso problema; ciò accade perché i contenuti sono copiati o non studiati per le esigenze aziendali. Mentre prima tutto ciò poteva passare inosservato, adesso ha acquistato molta più importanza. Una buona definizione dei contenuti delle pagine web porterà sicuramente ad una espansione del business ed a riflessi positivi nelle [campagne di web marketing](#).

Al fine della stesura di buoni contenuti bisogna prendere seriamente in considerazione il **target di riferimento**, la **struttura del linguaggio** e la **pertinenza dei contenuti**. In base a ciò possiamo elencare alcuni suggerimenti per la stesura di contenuti che funzionano.

Bisogna ben comprendere qual è l'**audience** che è destinata alla lettura dei nostri testi; ogni prodotto o servizio pubblicato in rete è destinato ad un'utenza specifica. Nulla toglie che essi verranno letti da persone che sono estranee al nostro sito internet, ma qualora venissero letti (e questo è il vero obiettivo) dagli utenti target per i quali è stato creato, possiamo stare ben sicuri che questi arriveranno fino in fondo a tutte le pagine. In quest'ultimo caso infatti, avremo richiamato perfettamente la loro attenzione, li avremo divertiti e coinvolti anche e soprattutto a livello emotivo!

Il **linguaggio** deve svilupparsi strutturalmente come un "white paper", ossia una volta fatto presente il problema, o manifestata l'esigenza, bisogna far comprendere all'utente l'importanza del perseguimento di una specifica procedura, esaltandone i vantaggi. L'utente alla fine del discorso deve rivedersi perfettamente nella situazione esposta, aver esaurito la sua sete di conoscenza in riferimento alla situazione e adottare le soluzioni proposte con la sicurezza di risolvere tutti i problemi.

Se l'obiettivo di un sito web è quello di generare un solido **rapporto a lungo termine** con i clienti, bisogna creare dei presupposti simbiotici, che vanno a vantaggio del sito e dei potenziali clienti. Il materiale deve essere utile al pubblico di riferimento, deve essere pertinente in quantità e qualità, e deve mettere in assoluta evidenza le maggiori utilità proposte. Le persone hanno una vita frenetica, e non hanno tempo da perdere leggendo inutili contenuti che non portano a nessuna soluzione.

Oltretutto produrre contenuti chiari, pertinenti allo scopo, e perfettamente targettizzati produce risultati infinitamente positivi all'interno delle serp dei motori di ricerca. Deve essere buona abitudine quindi quella di tener particolare attenzione alla stesura dei testi informativi... non possiamo altro che guadagnarci!