



# ***Alessandro Bagnato***

## ***Blogger/Digital Content Creator***



### **CEO di [blogalmente.blog](http://blogalmente.blog)**

(se ancora non l'hai fatto, iscriviti gratuitamente alla mia newsletter, e avrai aggiornamenti, consigli, news, risorse gratuite sulla tua mail)



## Crea il tuo piano editoriale

*Il piano editoriale è la tua strategia di azione.*

Ti lascio alcuni consigli per iniziare a scrivere, nero su bianco il tuo piano editoriale che ti permetterà di avere una visione completa del tuo progetto, e ti darà modo di focalizzare l'attenzione sugli obiettivi che ti sei prefissato.



*Prima di svelarti i consigli su cosa devi focalizzare la tua attenzione, ti spiego brevemente cos'è un piano editoriale!*

**Spesso** il piano editoriale viene confuso con il calendario editoriale. Le due cose, anche se hanno un obiettivo unico, si differenziano per aspetti e funzionalità.

Il **piano editoriale**, non è altro che la strategia, gli obiettivi, le finalità che un brand, un'azienda, cercano di ottenere dal momento che viene lanciato un loro progetto editoriale.

Il **calendario editoriale** è invece il file che permette di coordinare il lavoro giornaliero e settimanale o mensile. Infatti, puoi decidere autonomamente le finalità del tuo calendario, anche se, io consiglio sempre l'utilizzo di un calendario settimanale.

In **soldoni**, il piano editoriale è lo strumento che permette di stabilire i temi che vuoi trattare nei tuoi contenuti. Quindi il piano, consiste nella scelta degli argomenti da trattare ed anche le azioni che vuoi usare per compierle. Infatti, puoi indicare anche le sorgenti dei tuoi contenuti, come **blog o profili social**. Scegliendo ogni passo, vedrai che otterrai risultati più visibili e il tuo sforzo, sarà ricompensato sicuramente.

Anche quando si tratta degli articoli per il tuo blog, quelli che in gergo sono chiamati **“blog post”** è preferibile avere una strategia per la pubblicazione e una per condivisione che ti permetta di ottimizzare del tempo in modo produttivo.

Quindi, prenditi due minuti del tuo tempo e inizia a scrivere il tuo **“Piano Editoriale”**, ma non farti prendere dalla fretta. Studia tutti gli argomenti che vuoi trattare e analizza ogni minima posizione. Scrivilo con il tempo giusto e vedrai che interrogandoti riuscirai a trovare delle risposte che ti aiuteranno a stilare la tua strategia ufficiale.



## Ma cos'è un piano editoriale?

**I**l piano editoriale è la tua strategia di azione.

Ovviamente si rifà alle logiche che si riferiscono anche all'editoria in generale. Quindi con il piano editoriale, diventi l'editore di te stesso e programmi il tutto seguendo quelle logiche che nel tempo ti daranno risultati reali e certificati.

Ricordati che il lavoro ripaga sempre, soprattutto, quando si tratta di un lavoro che viene organizzato sin dalle sue prime battute.

**Ora sei pronto a leggere i miei consigli per scrivere un piano editoriale adatto alle tue esigenze!**



**Ti farò focalizzare la tua attenzione su alcuni aspetti che reputo fondamentali e suddivideremo i consigli in fasi di sviluppo.**

## **1° FASE DI SVILUPPO**

**Claim:** ossia il tuo messaggio pubblicitario che metterei come messaggio di testo, in ogni post sui social. (**quello di blogalmente è: L'innovazione con gli occhi di ieri e lo sguardo verso domani**).

**Vision:** scrivi in breve l'obiettivo che ti sei prefissato con il tuo progetto e il messaggio che vuoi lanciare. (**quello di blogalmente: Migliora il tuo uso del digitale è migliora te stesso**).

**Nicchia:** a quale pubblico ti riferisci per far arrivare il tuo messaggio, ossia il target di persone a cui ti devi rivolgere.

## **2° FASE DI SVILUPPO**

### **Punti focali:**

“Soluzioni digitali per migliorare il tuo rapporto con la comunicazione”

I migliori 5 prodotti digitali per avviare un percorso di crescita in questo settore.

Come crearsi un blog partendo da zero per far crescere la propria popolarità.

Perché usare piattaforme Seo Tool e a cosa servono.

### **Programmazione articoli e post:**



- a) Un articolo a settimana sul blog
- b) Tre post alla settimana sui social (di cui uno un post, un articolo già pubblicato nel sito)
- c) Interviste massimo due giorni dopo dell'invio risposte
- d) Interviste condivise subito sulla community e il giorno dopo alle 9.00 su facebook sulla pagina ufficiale e una stories su instagram, con grafica personalizzata.

### **Giorni di pubblicazione:**

**Articoli:** Gli articoli del blog verranno pubblicati ogni venerdì alle 11.00 sul sito e verranno poi condivisi su Facebook e Pinterest.

*Su Instagram solo stories con grafica personalizzata per promo nuovi articoli.*

**Su Instagram:** solo post nel feed che riflettono la capacità aziendale e la sua crescita. **(Non tutti i post della pagina facebook)**. Massimo due post alla settimana fidelizzati all'obiettivo. Stories con pillole motivazionali e video giornalieri.

**Su Facebook:** nella community tutti i post che riguardano il sito senza remore. Sulla pagina ufficiale, tre post alla settimana con sequenza, lunedì, mercoledì e venerdì. **Venerdì** è il giorno del **Realoted** post con un post di un'intervista o di un articolo o pagina dal sito. Il venerdì si pubblica alle ore 19.00.

**Lunedì e martedì post alle ore 9.00** un post sulla pagina ufficiale riferente a guide o consigli, tutorial, su come muoversi nel settore.

**Dirette social:** una diretta alla settimana su instagram e una su facebook.

### **Condivisione sui social degli articoli blog:**



L'articolo verrà pubblicato ogni venerdì alle 11 sul blog e verrà condiviso subito sulla community di facebook e creata una grafica per le stories di instagram.

Poi, sabato verrà promosso alle ore 9 sulla fanpage di Facebook e fatto girare su gruppi pertinenti.

La mattina di sabato alle 8.00 verrà inviata una mail agli iscritti alla mail list con riferimento all'ultimo articolo pubblicato nella sezione "blog" del sito.

***Su Instagram non è prevista la condivisione di immagini che indirizzano verso l'articolo, nella sezione feed.***

### **Obiettivi:**

Dare più spazio alle dirette su instagram e facebook e realizzare video su come si può crescere nel settore. Interviste video con gli ospiti e la creazione di contenuti utili alla tipologia di prodotto.

Studio attento e curato dei contenuti da proporre e massima fidelizzazione degli obiettivi.

Crescere su Pinterest!