



## Il blog come strumento di comunicazione



### Di cosa parlerò:

- Presentazioni: Chi sono?
- Cosa è un blog?
- Perché aprire un blog?
- Chi è un blogger?
- Nuovi Turismi: Esperienze ed esempi

Silvia Badriotto  
@Nuovi\_Turismi

NUOVI TURISMI

PERCHÉ IL TURISMO È CAMBIATO!

## Presentazioni: Chi sono?



### Silvia Badriotto



**Consulente di promozione e comunicazione digitale applicata al turismo e alla cultura. Blogger e content editor**  
Svolgo attività di digital PR, supporto al management di operatori turistici, alberghieri e della ristorazione nelle scelte strategiche relative alla presenza, promozione e comunicazione online.

Come consulente di comunicazione digitale svolgo anche attività di formazione riguardo l'utilizzo dei social media, strategie di contenuti e web marketing. [www.silviabadriotto.it](http://www.silviabadriotto.it)



### Il Blog Nuovi Turismi

Appassionata ai nuovi temi del turismo e ai suoi modi di comunicarlo ho aperto nel 2011 il blog **Nuovi Turismi**. Attenta e specializzata ai temi legati al turismo lento e marketing territoriale.

Viaggio molto in **Italia**, perché ci sono così tante cose da vedere e molti posti sconosciuti, ma amo tutte le destinazioni che sono attente alle tematiche di sviluppo turistico territoriale, all'eco-turismo e al turismo sostenibile.

[www.nuovi-turismi.com](http://www.nuovi-turismi.com)

## Cosa è un blog?



## Che differenza c'è tra ... Blog e Sito Web?

- sono mezzi per comunicare sul web.
- hanno il principale **obiettivo di informare** gli utenti su un determinato argomento o su un determinato servizio/prodotto.

## Entrambi:



Con l'espansione di internet nacquero le prime pagine web, costruite utilizzando l'**HTML** come **unico** linguaggio di programmazione e con **pagine statiche** dove il contenuto è fisso.



## #1 Sito Statico 1.0

- Comunicazione **unidirezionale**
- Costruzione di **vetrina su internet**, replicando in digitale le brochure cartacee.
- Chi vi accedeva poteva solo leggere le pagine realizzate.

## #2 - Nascono le pagine web dinamiche



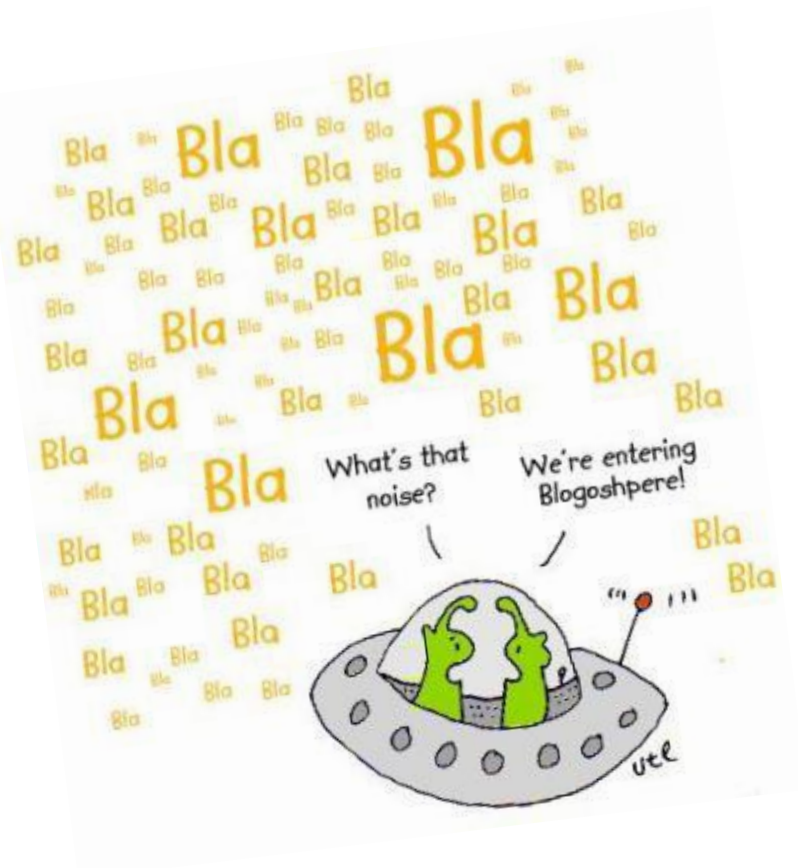
- la comunicazione cambia: da generica a caratterizzata.
- da una comunicazione unidirezionale a una bidirezionale.

Le aziende sono sempre più attente alla propria identità sul web **aprendo il contatto con la propria utenza. Le pagine dinamiche:**

- Vengono aggiornate con una maggiore frequenza e i contenuti cambiano in base alle esigenze e ai bisogni dell'utente.
- Il **web** diventava un luogo dove i navigatori iniziano a interagire con i responsabili dei siti web.

Qui si può contattare direttamente l'azienda, ricercare informazioni specifiche e personalizzate.

Il sito web dinamico apre le proprie porte all'interazione diretta **ma non basta!**



Il navigatore web ormai prende coscienza del proprio ruolo di **consum-attore**.

Smette di essere passivo e inizia a esprimere chiaramente la propria opinione, raccontare le proprie esperienze, condividere interessi e passioni.

L'utente vuole ritagliarsi il suo spazio dove poter esser lui stesso comunicare.



Il termine **blog** è una contrazione di “**web log**” (“traccia su rete”), ovvero una piattaforma web di facile pubblicazione e gestione in ordine cronologico che non necessita di particolari competenze tecniche.

## Quindi cos'è un *Blog*?

Il **blog** è quindi l'espressione di una persona individuale (**blogger**) per sé o per una azienda (nel caso di **corporate blog**) di raccontarsi. È un luogo di **interazione**, un modo per stare (virtualmente) insieme agli altri per esprimere liberamente la propria creatività e opinione sottoforma di testo, immagini e video.





## Nascono i CMS\* e la Blogsfera\*\*

Esempi di CMS (open source):

wordpress, joomla!, drupal, magento, prestashop, ecc.

Quando si decide di aprire un BLOG, bisogna scegliere un content management system (CMS) adatto per il proprio progetto

\*Il **CMS**, *Content Management System*

(in italiano *sistema di gestione dei contenuti*),

è uno strumento software, installato su un server web, il cui compito è facilitare la gestione dei contenuti di siti web. [Fonte Wikipedia]

\*\***Blogsfera** = il luogo dove le comunità di blogger si raccontano e condividono contenuti nel WEB



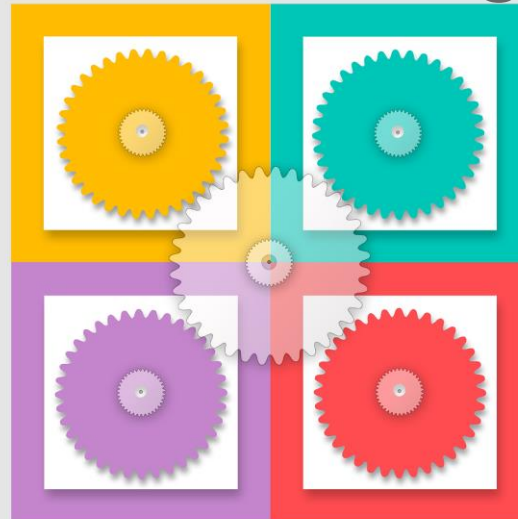
## Struttura

Il blog consiste in una **architettura schematica** dove è possibile creare pagine (di solito più statiche), articoli o post (più dinamici) suddivisi per categorie.

## Forma/Tono di voce

Strettamente legata ai contenuti  
**Ogni blog dovrebbe essere UNICO**, con un proprio stile e taglio nella scrittura.

## Cosa è un blog?



Ricordatevi di fare gli **aggiornamenti** della piattaforma, del template e dei plugin (con backup) per non essere facilmente attaccati da virus o attacchi di hacker.

## Contenuti

I post di un blog devono essere pensati per i propri lettori, per dare valore e autorevolezza del proprio brand.

**Piano Editoriale** e il **Calendario Editoriale**

## Personalizzazione

**Template, grafica, plugin** sono molte le personalizzazioni che si possono fare nel proprio blog.

# A cosa serve un blog?

Fino a pochi anni fa era uno strumento utilizzato principalmente per scrivere i propri pensieri, una specie di diario personale ma, essendo uno mezzo molto potente e versatile, da diversi anni è diventato un modo straordinario per lavorare, promuovere la propria azienda, vendere prodotti.



6 motivi per  
aprire un blog

e avviare una strategia di  
marketing dedicata.



## 1. Un blog ... per Raccontarsi

I blog somigliavano a diari sui quali appuntare pensieri, ma in forma digitale invece che cartacea.

La componente autobiografica è fortemente connessa alla personalità del blogger o della vision aziendale (es. i valori e la storia di un'azienda).



## Lascia il segno...

**Scrivere vuol dire mettere un po' di se stessi e di ciò che si fa fra le righe del testo e condividere esperienze.**

**NON fare "copia & incolla" - Sii autentico**



## 2. Un blog ... per Emozionare



- Non solo testo e parole ma anche:
- Immagini
  - Video
  - Suoni / Podcast
- compongono la **TUA storia!**

**I migliori blog sono un mix di tutto!**  
(in ottica di crossmedialità)

Racconta l'esperienza  
a 360°

Dai VALORE  
e creerai EMOZIONE

## 3. Un blog ... per offrire contenuti freschi e agevolare la SEO

Un blog viene aggiornato con più frequenza del sito internet ufficiale, fornendo a Google contenuti freschi e segnali SEO.

Aumenteranno così le tue possibilità di comparire nei risultati di ricerca, insieme al traffico verso il tuo sito.

### **I motori di ricerca sono importanti.**

Quindi se si creano e condividono contenuti originali e validi ne avranno tutti giovamento.

Una buona strategia SEO porta traffico qualificato e integra una più generale strategia di web marketing.



## 4. Un blog ... per confermare competenze e credibilità

## Sii autorevole

Uno dei migliori utilizzi di un blog, soprattutto aziendale o legato al personal branding è l'importanza e la conoscenza che potete offrire di un argomento. Stabilendo con i vostri lettori legami in base alla vostra esperienza.

Tenete informati i lettori dei nuovi sviluppi nel vostro settore.

Oltre a mostrare ai lettori che conoscete il vostro settore, questo vi servirà anche a costruire e consolidare la vostra reputazione.

**N.B.:** Scrivi di ciò che conosci e in ogni caso controlla sempre l'autenticità delle fonti



## 5. Un blog ... per aprire le porte della tua azienda al mondo "social"

Se il sito e il blog sono la nostra **casa «virtuale»** pensa ai social come a delle **agorà digitali** dove trovarsi, scambiarsi opinioni e interessi.



Le relazioni instaurate con i tuoi clienti potenziali e già acquisiti rappresentano un enorme patrimonio per la tua impresa.  
(**Lead Generation**)



I contenuti prodotti per il corporate blog sono un'ottima base di partenza per gestire anche altri **canali social indispensabili alla tua azienda**, come Facebook, Twitter, Google + e altri social di condivisione di fotografie come Pinterest e Instagram.  
(sempre in ottica crossmediale)



## 6. Un blog ... per migliorare le tue conversioni



Come abbiamo visto, il blog giova innanzitutto alla tua **reputazione online** e ti aiuta a costruire una audience. Le vendite sono una successiva opzione.

**Se riesci a guidare traffico qualificato verso il blog (anche attraverso i social media e adv) potresti provare ad incrementare le vendite.**

Potresti postare nel tuo blog consigli sul territorio, sui sapori locali e distribuire guide in formato pdf con descrizioni di itinerari in cambio dell'iscrizione alla newsletter per quindi aumentare il tuo database ed inviare offerte via email agli iscritti. (**DEM liste profilate**)

Nel caso di un hotel, anche le **vendite dirette dal proprio booking engine** potrebbero aumentare perché, se per esempio gli utenti apprezzassero i contenuti del blog con all'interno un'offerta proposta e, ritenessero di aver ricevuto utili i consigli, allora sarebbero meglio predisposti all'acquisto.

## Il cliente consumatore è diventato molto più informato e consapevole

- Pretende una comunicazione fondata sull'onestà e la coerenza del messaggio,
- Predilige l'azione, il gesto di valore,
- Non ama essere trattato da semplice potenziale acquirente o target di messaggi puramente commerciali,
- Non sopporta le molte forme di comunicazione automatizzate che invadono i canali digitali disponibili;
- Non accetta di essere confuso nella massa ma pretende una comunicazione personalizzata,
- è pronto a usare nuove tecnologie e cerca la novità se abbinata all'innovazione.

## Il blog come uno strumento di comunicazione aziendale

### Annunciare nuovi prodotti e servizi

Si può usare il blog per pubblicizzare la novità con il business. Mostra prodotti e servizi . È possibile anche usare il vostro blog per proporre offerte speciali e promozioni in esclusiva per i lettori (utilizzando promo code o simili).

### Non utilizzare il blog in esclusiva per la promozione .

### Comunica il valore del tuo Brand: Raccontati

Il blog aziendale ti dà l'opportunità di trasmettere il messaggio del marchio in tutto il mondo attraverso il web.



Il blog aziendale è un grande strumento di gestione della brand reputation.

Ricordati di **monitorare i risultati** (tramite Google Analytics) e modificare il programma di conseguenza.

Non c'è alcun dubbio al riguardo, il **blogging** richiede tempo.

Tuttavia, potrebbe diventare il compito più importante della giornata



Se proprio non hai tempo puoi farti aiutare da un blogger professionista, un copy o un content editor per il tuo progetto web.

## Chi è un blogger?

In generale un blogger è  
colui che scrive su un blog

Partendo dal concetto che la diffusione della tecnologia permette a chiunque, singoli professionisti e aziende di competere globalmente ad armi pari, con grandi aziende, sfruttando le nuove tecnologie e i suoi prodotti.

Ma **NON** basta aprire un blog o scrivere online per definirsi blogger professionisti.

## Chi è un blogger?

Ogni blogger è UNICO, ha un suo stile e taglio nella scrittura.



Per blog personali di solito si scrive in prima persona per frutto di esperienze, riflessioni e rielaborazioni personali.

Nel caso di blog aziendali o commerciali, non bisogna correre il rischio di pubblicare comunicati ufficiali o comunicati stampa, ma bisognerebbe sviluppare un progetto narrativo atto al creare valore e fidelizzazione del brand/prodotto.

## Blogger Professionista

Un blogger può quindi trasformare la propria passione in professione?  
Sì ma con **impegno, etica e competenza**.

Io sostengo che in ogni caso avere un blog sia uno strumento per raccontare qualcosa di sé o che si conosce bene.

*Non tutti gli influencer e opinion leader sono blogger mentre molti giornalisti sono anche blogger.*

### QUALI SONO LE COMPETENZE NECESSARIE?

- Stile originale e saper scrivere correttamente.
- Credibilità e autorevolezza del proprio blog.
- Concentrarsi su un settore specifico, categorizzare i settori in cui si ha una preparazione più forte.
- Una formazione costante su scrittura on line, comunicazione digitale social media e SEO

# Blogger Professionista

## QUALI SONO LE FONTI DI GUADAGNO DI UN BLOGGER?

- Pubblicità, banner pubblicitari o affiliazioni.
- Redazionali o post sponsorizzati.
- Progetti editoriali con aziende legate alla partecipazione del blogger di esperienze

Nel momento in cui l'attività di un blogger diventa continuativa è necessario si debba aprire una partita IVA. Lavorando da free lance si rischia di perdere il controllo del proprio tempo libero rischiando di non staccare mai la spina.

Infine mi permetto di dire che un buon blogger che svolge la propria attività con impegno e coerenza acquisendo esperienza e competenze trasversali può essere assimilato ad un Web Content Editor o ad un giornalista (anche se poter acquisire il titolo di pubblicista è necessario lavorare per una testata giornalistica almeno 2 anni).



## Nuovi Turismi: Esperienze ed esempi

- Copy e content editor
- Soluzioni di marketing territoriale per destinazioni e operatori del turismo
- Web marketing, digital PR, social media e sviluppo di un piano di marketing digitale
- Formazione di comunicazione digitale



## GRAZIE per l'attenzione!

**SILVIA**  **BADRIOTTO**

WEB MARKETING E TURISMO LENTO

[\*\*silvia@nuovi-turismi.com\*\*](mailto:silvia@nuovi-turismi.com)

**+39 3393587161**

[\*\*www.silviabadriotto.it\*\*](http://www.silviabadriotto.it)  
[\*\*www.nuovi-turismi.com\*\*](http://www.nuovi-turismi.com)

**NUOVI**  **TURISMI**

PERCHÉ IL TURISMO È CAMBIATO!

**@Nuovi\_Turismi**

