

COME PARLARE DI CULTURA ONLINE

Consigli per gestire contenuti e pubblico
creando un magazine di successo



TIPS&TRICKS DI SIMONE SBARBATI

INDEX

- 3 Introduzione
- 5 Senza nome resta (sempre) un sogno
- 8 Contenuti per un blog di successo
- 13 Blog & Social media
- 15 Far crescere il proprio blog

Intro

Introduzione

Chi è Simone Sbarbati?

Io sono innanzitutto papà, o meglio bis papà perché ho due bimbe. Ogni tanto lavoro come consulente, scrivo per alcune riviste (quando me lo chiedono) e insegno alla Luav Moda a Venezia. Da quasi 10 anni ho fondato FrizziFrizzi, magazine online che tratta di design, moda e cultura pop in generale. Nel corso degli anni è cambiato il peso dei vari argomenti all'interno del sito: all'inizio era molto più focalizzato sulla moda mentre adesso è molto più bilanciato sui vari temi tra cui l'editoria, il mondo delle illustrazioni e delle autoproduzioni.

1

Senza nome resta
(sempre) un sogno

Senza nome resta (sempre) un sogno.

Scegliere un nome "giusto" è molto importante per distinguersi e avere successo in rete perché, oltre al contenuto di un sito web, l'utente deve ricordarsi qualcosa che lo identifichi chiaramente, come il nome, l'estetica o il logo.

"Frizzifrizzi" è un nome molto particolare che è nato in modo bizzarro da un'idea mia e della mia compagna. Al momento di lanciare il nostro magazine, che avrebbe parlato di moda e design, abbiamo scelto come colore di sfondo una tonalità particolare di rosa il cui codice esadecimale è #FF3366: visto che stavamo anche cercando un nome frizzante, il codice ci ha aiutato ed è nato Frizzifrizzi.

Come scegliere un nome che sia più engaging possibile?

Di consigli che valgano oro non ce ne sono, la cosa più semplice è cercare un nome che non esiste già, che sia "orecchiabile" e almeno un po' strano. Se la vostra motivazione è già abbastanza particolare, il nome giusto uscirà presto, mentre se vi fermate troppo a lavorarci su correte il rischio di scegliere un nome che sa di falso. Personalmente vado contro le cose troppo studiate, quindi vi consiglio di dar voce alla sincerità.

Riassumendo in cinque suggerimenti:

1. Siate spontanei

2. Non cercatelo disperatamente. A volte il nome giusto arriva nei momenti più impensabili, lo ritroverete in giro poiché vi arriverà addosso quando meno ve lo aspettate.

3. Assicuratevi di avere ben chiaro quale sia la vostra "storia" da raccontare, le ragioni che vi hanno portato a immaginare la vostra realtà.

4. Date precedenza alla brevità, non scegliete nomi troppo lunghi o complicati da ricordare e pronunciare.

5. Non siate troppo didascalici preferendo nomi che comunichino palesemente l'oggetto della vostra realtà. Cercate un equilibrio tra "mistero" e anima del progetto.

2

Contenuti per
un blog di successo

Contenuto o design di un sito: cosa privilegiare?

Il design può essere eccezionale e impeccabile, ma se all'interno non c'è un contenuto di qualità non serve a nulla.

Viceversa, se il contenuto è perfetto ma non è leggibile, è stato inutile produrlo.

Frizzifrizzi ha investito in modo equilibrato sul design, senza eccedere: un sito ben fatto è essenziale, ma non fa più differenza come in passato; molto spesso, infatti, il lettore non arriva nemmeno all'interno del nostro sito ma legge il contenuto da applicazioni esterne, come per esempio reader come Feedly.

Quindi il contenuto "pesa" più del design, che deve comunque essere coerente e contestuale con quello che scriviamo e l'oggetto e i temi di cui vogliamo parlare.

Qual è la giusta cadenza temporale di pubblicazione? Come gestire la topic balance quando si hanno diversi tipi di contenuti?

Per darvi un'idea, vi racconto come lavoriamo al piano editoriale di Frizzifrizzi e calibriamo la topic balance e la cadenza temporale di pubblicazione.

Noi andiamo online con 4/5 articoli al giorno, dal lunedì al venerdì. Si inizia al mattino e si va avanti più o meno a un'ora di distanza l'uno dall'altro. Per quanto riguarda il piano editoriale, siamo focalizzati molto sui grandi eventi, come la Settimana della moda o

la Design week, e quindi in quei periodi sappiamo che dobbiamo trattare argomenti specifici, preparandoci per tempo.

Programmiamo le news al massimo due settimane prima, raramente oltre, mentre i reportage, gli approfondimenti e le interviste chiaramente richiedono un lavoro più continuativo nel tempo.

Ci sono giornate in cui c'è un topic specifico che viene sviluppato in maniera più o meno verticale. E altre in cui invece cerchiamo di dosare il più possibile contenuti provenienti da diverse aree, quindi magari parliamo di un nuovo magazine, poi di un designer, poi di un evento, di un prodotto di moda...La vera costante è cercare di mantenere alta (più del 50%) la quota di notizie riguardanti progetti, artisti, realtà italiane. Non tanto le grandi aziende, che ci interessano poco, quanto piuttosto i piccoli marchi, quelli che fanno autoproduzione, gli artigiani, i brand "d'autore".

Per un magazine meglio puntare su contenuti da pubblicare on time il prima possibile o su contenuti sempre ben approfonditi?

Quando è possibile cerchiamo di fare entrambe le cose. Siamo piuttosto veloci a scrivere e mettere online, ma cerchiamo sempre di documentarci il più possibile su ciò di cui parliamo. Facciamo tanta ricerca e capita che un post nasca proprio come frutto di tale ricerca: in questo caso i tempi sono più lunghi ma il contenuto è sicuramente originale quindi abbiamo più spazio e più tempo per andare ad indagare. Poi negli anni abbiamo istituito un rapporto di fiducia e stima reciproca con molte realtà italiane, che scelgono Frizzifrizzi come primo canale in cui diffondere una notizia o a cui affidare un'esclusiva.

Real time marketing: quanto è importante stare "sempre sul pezzo"?

Il real time marketing per un magazine online è fondamentale: cercate di pubblicare contenuti sempre freschi, prestando attenzione alle segnalazioni che vi inviano i lettori o che si trovano in rete. Questo tuttavia non significa pubblicare la prima cosa che trovate: la vera sfida è lavorare in tempi sempre più ristretti. Stare sul pezzo significa anche sfruttare bene i social e seguirne i trend per inserirsi in conversazioni gettonate e generare quindi più traffico. Siate veloci a scrivere e pubblicare, ma cercate sempre di documentarvi il più possibile su ciò di cui parlate.

Come si sceglie il giusto tone of voice?

Il tono deve essere spontaneo e va trovato in modo naturale, a seconda dell'argomento del quale state scrivendo e da come scegliete di affrontarlo.

Un tone of voice troppo costruito rischia di essere percepito come artificioso dal pubblico. In Frizzifrizzi, per esempio, respiriamo l'atmosfera della redazione e scriviamo di conseguenza. Il nostro tone of voice è multiplo e non è sempre lo stesso: cambia sempre, proprio come accade nelle conversazioni della vita reale.

Se volete qualche dritta, vi consiglio di:

- **pensare che si può anche dare del "tu"** al lettore, e non parlare con il "voi" come se vi rivolgeste a una community: un pezzo viene letto da una persona alla volta, non da sette persone nello stesso momento.
- **cercate di entrare più in confidenza** possibile con il lettore
- ricordatevi sempre che **è il tema che cambia il tono**
- cercate di **immaginarvi nei panni del vostro lettore**

3

Blog & Social Media

Come integrare la content strategy di sito e social

Non tutte le piattaforme sono uguali, per questo vi consiglio di dotarvi di un team dedicato che conosca i differenti linguaggi e le metriche. Facebook, per esempio, permette discorsi più lunghi rispetto ai caratteri stringenti che impone Twitter, e quindi è più affine ad un magazine.

Frizzifrizzi infatti usa molto Facebook perché è il social che al momento ci porta più risultati, nonché la piattaforma dove cerchiamo di mantenere la stessa atmosfera che ci rappresenta e si percepisce sul sito stesso.

QUATTRO REGOLE PER FAR SFRUTTARE AL MEGLIO I SOCIAL MEDIA A UN WEB MAGAZINE

- 1. conoscere il pubblico**, fondamentale per scegliere il linguaggio e il tone of voice
- 2. interagire e non essere "robotici"**: il bello dei social è la conversazione.
- 3. personalizzare ogni messaggio** che si pubblica: gli strumenti automatici non funzionano!
- 4. rilanciare il pezzo anche con i propri profili social**, non solo dall'account del magazine: questo darà maggiore credibilità al pezzo stesso

4

Far crescere il proprio blog

Content Curation e commenti: rispondere sempre!

La content curation si fa avendo in mente il pubblico a cui ci si rivolge: dovete dargli ciò che volete voi, non ciò che pensate vorrebbe! Bisogna cercare un equilibrio tra i contenuti che sapete potrebbero funzionare e quelli che invece ritenete importanti. È fondamentale instaurare un rapporto con il pubblico, sia sul sito che sui social, dando ascolto a tutte le eventuali segnalazioni di possibili articoli. Così facendo potrete avere materiale in più rispetto ad altri, e per primi. Tuttavia, non dovete mai dimenticare la cura dei contenuti: i commenti arriveranno presto, sia di critica che di complimenti, per come trattate ogni argomento.

Per quanto riguarda i commenti, vi consiglio la mia politica in merito: ringraziate chi vi loda, ringraziate chi vi critica e ha ragione, lasciate perdere chi insulta gratuitamente senza aggiungere niente al discorso, lottate e combattete fino all'ultima goccia di sudore e di sangue se vi criticano ma ritenete di avere ragione.

È importante soprattutto leggere e studiare le critiche per capire qual è la percezione del pubblico del nostro lavoro.

L'importanza delle immagini

Le immagini sono fondamentali: per un magazine online, le immagini sono le prime cose in cui si imbattono i lettori. Scegliere le giuste immagini è difficile: bisogna cercare di capire quale funziona meglio con il titolo e con il contenuto.

Le immagini servono a far capire ai lettori cosa troveranno all'interno del contenuto. Quello che ho notato è che molto spesso, soprattutto nelle piccole realtà, viene sottovalutato il potere dell'immagine, quindi la qualità del contenuto si abbassa all'abbassarsi della qualità della foto che lo accompagna. Evitate!