



Content Marketing

Formazione per
Distretto Turistico dei Laghi

A cura di Valentina Turchetti

Twitter: @Valentina_85

**DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI**



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

AGENDA

01 | IL CONTENT
MARKETING

04 | IL PIANO DI
CONTENT
MARKETING

07 | ANALYTICS&REPORT

02 | CONTENT AUDIT

05 | SEO&WEB
COPYWRITING

08 | DECISIONI DATA-
DRIVEN

03 | CONTENT
STRATEGY

06 | CONVERSION
CONTENT

CHI SONO

VALENTINA TURCHETTI

Content Strategist | CoFounder YourDigitalWeb

CoFounder Marketing Business Summit

Autrice | Speaker



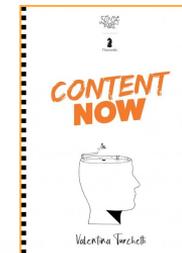
PER CONTATTARMI:

valentina@yourdigitalweb.com

www.yourdigitalweb.com (in fase di restyling)

+39 333 4096221

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/valentinaturchetti/>





01 | IL CONTENT MARKETING

CONTENT MARKETING: PERCHÈ

Il **70%** dei marketer investe nel Content Marketing (HubSpot, 2020).

Il **24%** dei marketer ha pianificato di aumentare gli investimenti nel Content Marketing nel 2020 (HubSpot, 2020).

Il **63%** dei content marketer B2B usa la Content Strategy per costruire **fiducia** con i propri clienti (SiegeMedia).

CONTENT MARKETING: PERCHÈ

Il Content Marketing permette di:

- Farsi **conoscere** e promuovere i propri prodotti o servizi al giusto pubblico, ai potenziali clienti interessati a quei prodotti o servizi
- Creare una forte **Brand Awareness** o **Personal Branding**, mostrando con i fatti di essere autorevole e competente in una determinato settore
- Creare una **community** di persone che seguono attivamente il brand, leggendo articoli, ascoltando i podcast, guardando i video e così via
- Ottenere più **clienti profilati**
- Aumentare le **vendite** e incrementare il fatturato

CONTENT MARKETING: PERCHÈ

Bikeitalia.it
12 h · 🌐

Venerdì 30 aprile: tutti a scuola in bicicletta per dire sì alle strade scolastiche

L'appuntamento dell'evento a favore delle [Strade scolastiche-school streets](#) è fissato per venerdì 30 aprile 2021: saranno moltissimi i bambini e le bambine che andranno in bici a scuola a Torino, Roma, Milano, Genova, Bologna, grazie a numerose associazioni che promuovono l'uso della bicicletta e il rispetto dell'ambiente e che proprio in questa data rilanciano nuovamente insieme il Bike to...
Altro...



BIKEITALIA.IT

A scuola in bici per dire sì alle strade scolastiche - Bikeitalia.it

👍 84 🔄 Condivisioni: 20

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi

Servizi Destinatori Marketplace Blog Chi siamo Contatti

Bikeitalia.it

16 Jun 2020

Alla scoperta delle cicogne in bici

Pedalaro alla scoperta delle zone di nidificazione delle cicogne in Piemonte



Spotify

Storie a Pedali - Life in Travel

Life in Travel

Tutti gli episodi

- La bici è Donna ep. 4 - Maria Cristina Merloni, Munda Biddi Bike Trail**
Ciclomagari e ciclospettatori, sostenitori di percorsi di genere a Genova, con Titti Lino, Nita, Daniela e Fio. Sembrava belli, quando finalmente spuntarono dalle Like su Facebook e YouTube e decisero che sarebbero diventate dei podcast. Oggi, dopo il...
16 ago 2020 - 64 min.
- La bici è Donna ep. 3 - Simona Bidolfi, Partegone in bicicletta**
Parliamo di ciclospettatori e sostenitori di percorsi di genere in Trentino. Nel nostro territorio a Leno di Monteverde, e assieme a Daniela "Ti Benda" e Francesco di Cinto Ego Sum, da qualche tempo vogliamo portarci in sella alle nostre biciclette, per parlare con te...
16 ago 2020 - 72 min.
- La bici è Donna ep. 2 - Laura LACER Ceccon, Bikepacking al femminile**
Scopriamo ciclospettatori e sostenitori di percorsi di genere in Trentino. Nel nostro territorio a Leno di Monteverde, e assieme a Daniela "Ti Benda" e Francesco di Cinto Ego Sum, da qualche tempo vogliamo portarci in sella alle nostre biciclette, per...
16 ago 2020 - 59 min.

Informazioni
Cicloviaggi, bikepacking, viaggi in bicicletta... Il primo podcast dedicato a tutti i cicloviaggiatori, esperti e neofiti. Consigli, racconti, itinerari e percorsi per sognare la prossima avventura!

IL GIUSTO APPROCCIO AL CONTENT MARKETING

«Content Marketer non ci si improvvisa»

Il Content Marketing richiede:

- **TEMPO** → bisogna saper aspettare perché si tratta di attività che richiedono un medio-lungo periodo per registrare i primi risultati interessanti
- **RISORSE** → persone che, con conoscenze, competenze, esperienze diverse ma complementari, possano lavorare in sinergia
- **BUDGET** → nulla è gratis

IL GIUSTO APPROCCIO AL CONTENT MARKETING

TEMPO: 1 anno (almeno 6 mesi)

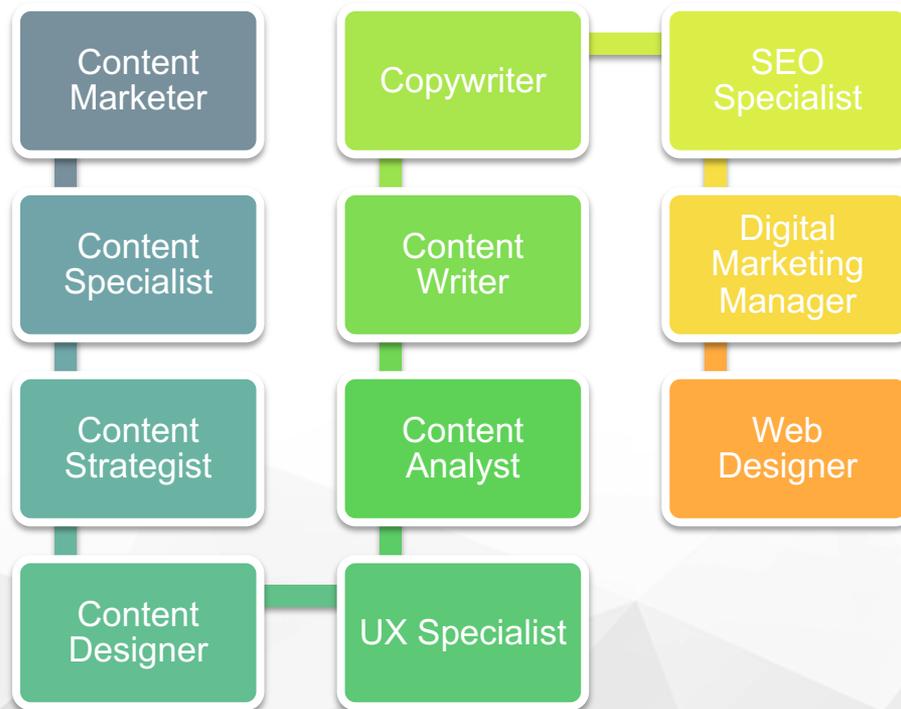
Julia McCoy, a gennaio 2018, ha registrato 282 ordini, guadagnando, in un solo mese, 120.000 dollari → frutto del lavoro durato 5 mesi di:

- Scrittura articoli blog oltre 2.000 parole
- Video
- Interviste
- Grafiche personalizzate
- Newsletter
- Social Live

(<https://expresswriters.com/january-2018-team-report/>)

IL GIUSTO APPROCCIO AL CONTENT MARKETING

RISORSE: chi-fa-cosa

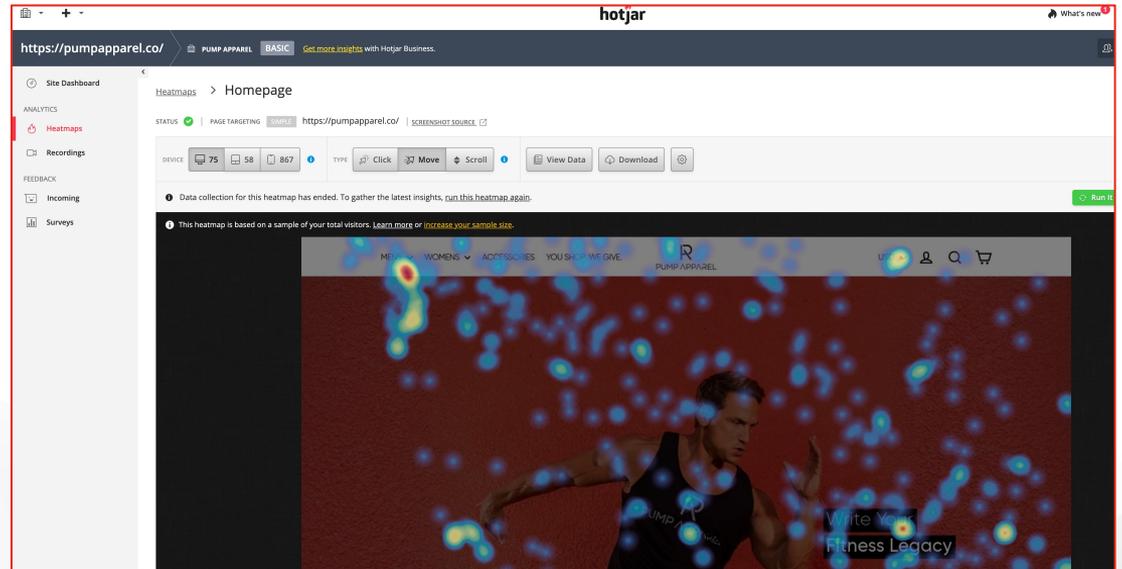


IL GIUSTO APPROCCIO AL CONTENT MARKETING

BUDGET

<https://pumpapparel.co/>

Problema: grazie all'analisi sul sito con HotJar e analisi dati della piattaforma, abbiamo notato che i visitatori non capivano il valore distintivo del brand: la personalizzazione → nessuno leggeva questa peculiarità

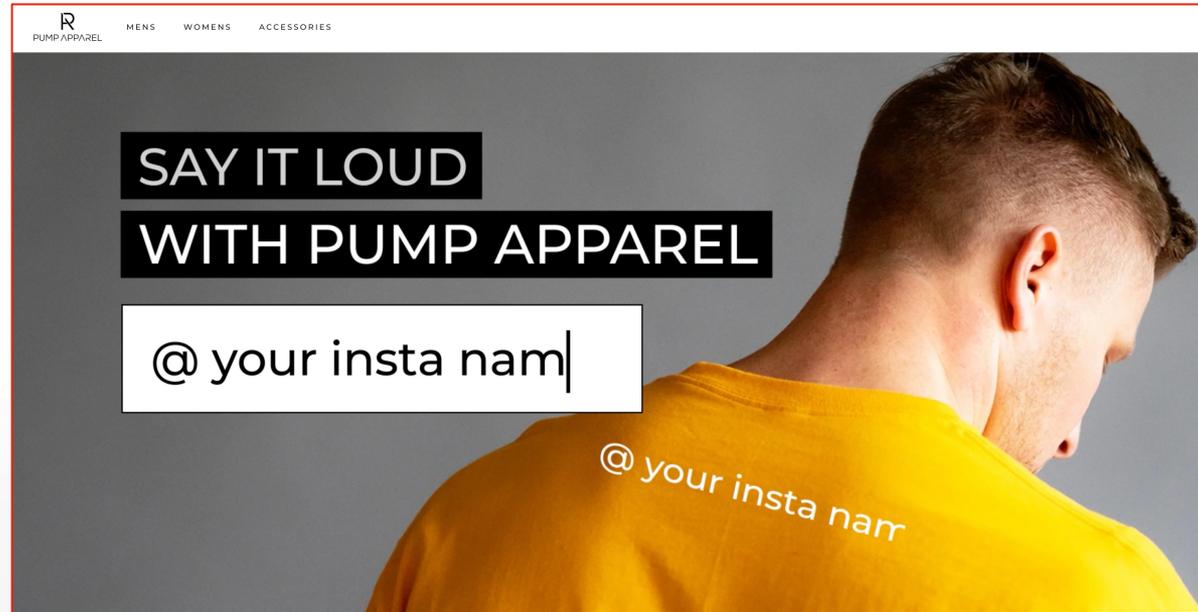


IL GIUSTO APPROCCIO AL CONTENT MARKETING

BUDGET

<https://pumpapparel.co/>

Soluzione: nuovo contenuto
(budget che non era
previsto) video per spiegare
come acquistare i capi
(tutorial)





—
02 | CONTENT AUDIT
—

CONTENT AUDIT: COSA È

Il **Content Audit** consiste nell'analizzare tutti i contenuti esistenti sui canali di comunicazione del brand per poi creare una Content Strategy efficace.

Serve a capire:

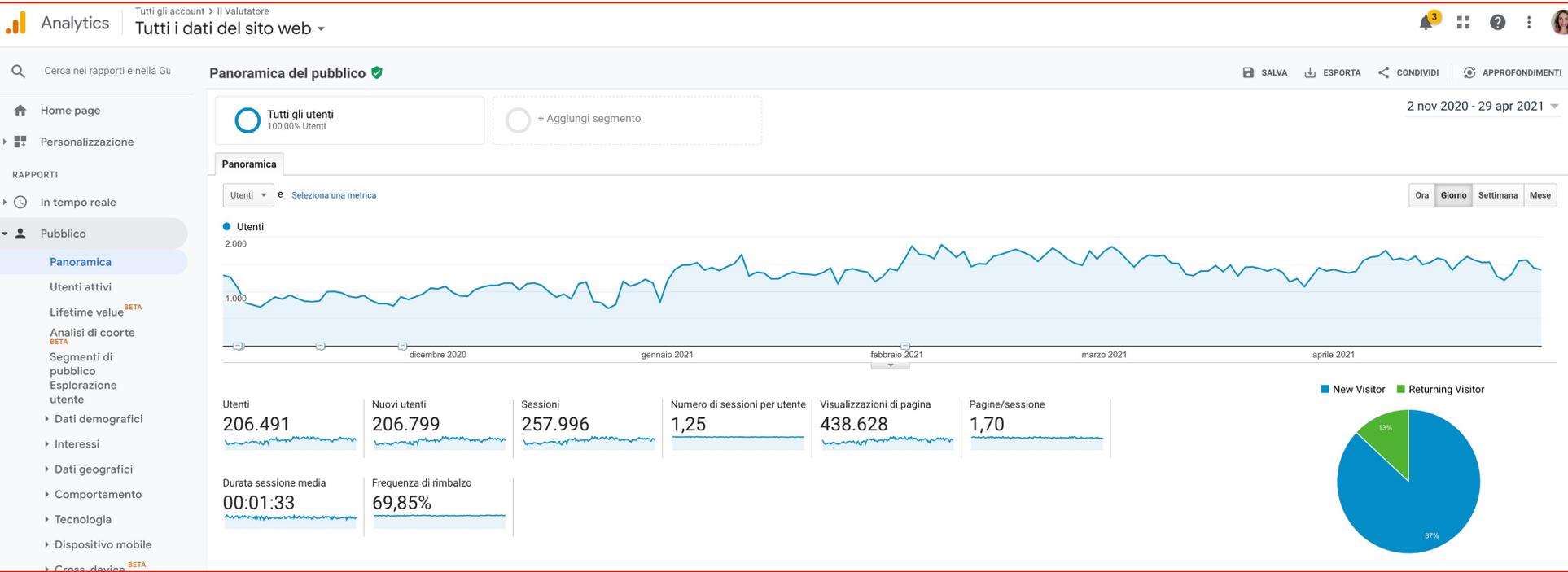
- Quali contenuti **funzionano**, vale a dire ti permettono di raggiungere uno dei tuoi obiettivi.
- Quali contenuti **non funzionano** per niente, quindi devi/puoi eliminarli.
- Quali contenuti **non stanno performando bene**, ma potrebbero generare feedback positivi se aggiornati, quindi devi modificarli/adattarli.
- Quali **contenuti nuovi** devi creare, tenendo in considerazione il funnel del tuo potenziale cliente.

COME FARE CONTENT AUDIT

1. CHIEDITI: COSA VOGLIO MISURARE?

- Il **traffico sul sito** → se il tuo obiettivo è farti conoscere online e guadagnare le prime posizioni su Google.
- Il **tasso di conversione** → se il tuo obiettivo è aumentare le vendite sul tuo e-commerce.
- La **brand reputation** → se il tuo obiettivo è fare brand awareness.
- Il **livello di engagement** → se il tuo obiettivo è creare una community, fidelizzare gli utenti e instaurare un dialogo con essi.
- Il **tasso di rimbalzo** → se il tuo obiettivo è trasformare semplici curiosi in lettori fidelizzati del tuo blog o potenziale clienti.
- Il **tempo medio** → se il tuo obiettivo è ottenere lead qualificati.

COME FARE CONTENT AUDIT



COME FARE CONTENT AUDIT

Cerca su Business Manager

Pagina Centro... Posta Centro contatti **Insights** Altro +

Modifi... Impostazioni Assistenza +

Panoramica
Inserzioni
Follower
Shop
"Mi piace"
Copertura
Visualizzazioni della Pagina
Azioni sulla Pagina
Post
Contenuti brandizzati
Eventi
Video
Stories
Persone
Messaggi
Ordini

Quando i tuoi fan sono online **Tipi di post** Post popolari delle Pagine che tieni sotto controllo

Il successo dei vari tipi di post in base al coinvolgimento e alla copertura media.

Mostra tutti i post ▾

Copertura Clic sul post Reazioni, commenti e condivisioni

Tipo	Copertura media	Coinvolgimento medio
Foto	1412	6 2
Video	1136	9 3
Link	1121	6 2

[Crea un post](#)

Tutti i post pubblicati

Copertura: organica / a pagamento Clic sul post Reazioni, commenti e condivisioni

Data pubblicazione	Post	Tipo	Destinatari	Copertura	Interazioni	Promuovi
29/04/2021 14:03	Dal 2005 al 2020 il			445	5 0	Mettilo in evidenza il post
26/04/2021 21:00	Siamo lieti di			424	3 2	Mettilo in evidenza il post
23/04/2021 21:30	La nostra rete si			1,1K	8 4	Mettilo in evidenza il post
22/04/2021 17:54	Scopriamo insieme			642	6 1	Mettilo in evidenza il post
20/04/2021 19:30	#acquistode lgiorno			1,2K	4 0	Mettilo in evidenza il post
16/04/2021 19:30	#DICONOD INOI			1,3K	3 3	Mettilo in evidenza il post

Cerca su Business Manager

Pagina Centro... Posta Centro contatti **Insights** Altro +

Modifi... Impostazioni Assistenza +

Panoramica
Inserzioni
Follower
Shop
"Mi piace"
Copertura
Visualizzazioni della Pagina
Azioni sulla Pagina
Post
Contenuti brandizzati
Eventi
Video
Stories
Persone
Messaggi
Ordini

Azioni totali sulla Pagina

Clic sul pulsante Indicazioni stradali Clic sul sito web Clic sul pulsante di invito all'azione Clic sul numero di

Azioni sulla Pagina

Persone che hanno cliccato sul pulsante di call to action Per età e genere Per Paese Altro +

Persone che hanno cliccato sul pulsante di call to action

COME FARE CONTENT AUDIT

2. CREA UN FOGLIO EXCEL

Ora raggruppa tutti i tuoi contenuti pubblicati sul sito, sul blog, sui social network ed eventualmente anche le newsletter che hai inviato.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	URL	TIPOLOGIA	SESSIONI	TEMPO MEDIO	FREQUENZA RIMBALZO	PERSONE RAGGIUNTE	INTERAZIONI	CTA	FUNNEL
1	https://www.	pagina sito	128.559	1 minuto e 57 sec	58,88%	/	/	clic vantaggi	awareness
2	https://www. alutazione	pagina sito	15.064	53 sec	61,21%	/	/	compilazione form	action
3	https:// sceglierli/	post blog	392	4 min e 47 sec	94,04%	/	/	contatto	decision
4	https://www.facebook.com/	post facebook: "Incentivi o vendere autonomamente la propria auto usata?" Decisione, mai come in questo periodo, difficile da prendere. Scopri la soluzione migliore in questo articolo pubblicato su Adnkronos Richiedi subito una valutazione www. Più di 2000000 auto valutate con pagamento IMMEDIATO	/	/		13.678	817	lettura articolo Adnkronos	consideration
5									

TOOL UTILI:
<https://www.screamingfrog.co.uk/>
<https://analytics.google.com/>
<https://brandmentions.com/>

COME FARE CONTENT AUDIT

3. CATALOGA I CONTENUTI

Cataloga, in modo soggettivo ma in base agli obiettivi che desideri raggiungere, se ogni tipologia di contenuto che hai individuato nel file Excel **va bene o è da rivedere**:

- Contenuti da mantenere.
- Contenuti da modificare.
- Contenuti da eliminare.

	URL	TIPOLOGIA	SESSIONI	TEMPO MEDIO
1				
2	https://www.	pagina sito	128.559	1 minuto e 57 sec
3	https://www.i	pagina sito	15.064	53 sec

Valutazione gratuita e acquisto auto usate con pagamento immediato

VALUTA GRATUITAMENTE LA TUA AUTO IN 60 SECONDI

Inizia subito la valutazione gratuita selezionando il marchio della tua auto

Cosa dicono di noi i nostri clienti:

sirealestetelic. ★★★★★

Se potessi ne darei 7 o più di stelle partendo dal Sig 1 (grande commerciale) finendo con Monica amministrazione. Velocità, professionalità, volontà di cercare una soluzione a tanta burocrazia (auto codice fiscale /registrazione particolare non comune). Grazie grazie grazie

DA MANTENERE

COME FARE CONTENT AUDIT

Esempio: una pagina del **blog/sito** è passata da 4.000 a 2.000 visite giornaliere in un mese.

È un argomento *evergreen*
stagionale?

(es. Idee regalo Natale: picco
a novembre e dicembre)

→ NON MI PREOCCUPO

Google ha rilasciato un
aggiornamento che ha
penalizzato il mio contenuto
→ **CONTENUTO DA
MODIFICARE**

CONTENT AUDIT in pratica

Grazie a Google Analytics, vedo che questo articolo <https://www.distrettolaghi.it/it/percorsi/la-caverna-delle-streghe-di-sambughetto> ha un elevato numero di sessioni e un buon tempo medio di permanenza: quindi?

1. L'articolo desta interesse
2. Gli utenti lo trovano utile
3. L'ideale sarebbe migliorarlo, amplificarlo... COME?

Escursionismo e Trekking

La Caverna delle streghe di Sambughetto



Percorsi		Percorsi difficoltà	
Escursionismo e Trekking		escursionistico	
Lunghezza percorso km	1.00	Dislivello in mt.	0.00
		Durata percorsi	da 1 a 3 ore

CONTENT AUDIT in pratica

- Più **immagini** del percorso (dettagli che si incontrano durante l'itinerario, flora particolare, elementi curiosi)
- Uno o più **video** che mostrano il sentiero (l'utente si fa un'idea del terreno e del panorama che lo attendono)
- Brevi **video/interviste** a chi ha già percorso l'itinerario e spiega perché merita di essere scelto
- **Podcast** che narra, in ottica storytelling, da chi e come è stato scoperto questo itinerario, perché si chiama in questo modo, curiosità tra miti e leggende

CONTENT AUDIT in pratica

Tool utile: HOTJAR <https://www.hotjar.com/>

The image displays two overlapping screenshots of the Hotjar website interface. The top screenshot shows the 'ANALYTICS' section with 'Heatmaps' and 'Recordings' highlighted in a red box. The bottom screenshot shows a contact form with heatmaps overlaid on the fields and a 'CONTATTACI' section with a 'CALENDARIO CORSI' section below it. The heatmaps indicate user interaction patterns, with a prominent red spot on the 'CALENDARIO CORSI' section.

hotjar

https://www.asapitalia.com/it/servizi-privati/corsi-privat... ASAP BASIC Get more insights with Hotjar Business.

Getting Started 2

Site Dashboard

ANALYTICS

Heatmaps

Recordings

FEEDBACK

Incoming

Surveys

Nome*

Cognome*

E-mail*

Telefono

Messaggio*

LINEA MANAGEMENT

***** | ONLINE COMMUNICATION & COORDINATION FOR LEADERS

FORMAZIONE
CALENDARIO CORSI

CONTATTACI

Ti chiediamo solo qualche informazione.
Ti risponderemo il prima possibile.

Nome*

Cognome*

E-mail*

CALENDARIO CORSI INTERAZIENDIALI *****

Per affrontare le sfide odierne e costruire il futuro è necessario sviluppare un nuovo mindset. Un mindset che si compone di skill evolute che possono essere sviluppate attraverso l'allenamento costante. Ed è per questo che abbiamo creato un calendario corsi sviluppato su linee manageriali e sales e affinché ciascun professionista abbia a sua disposizione un tool di strumenti e risorse che permettano di essere performante, crescere ed eccitare in qualsiasi contesto lavorativo.

LINEA MANAGEMENT

***** | ONLINE COMMUNICATION & COORDINATION FOR LEADERS



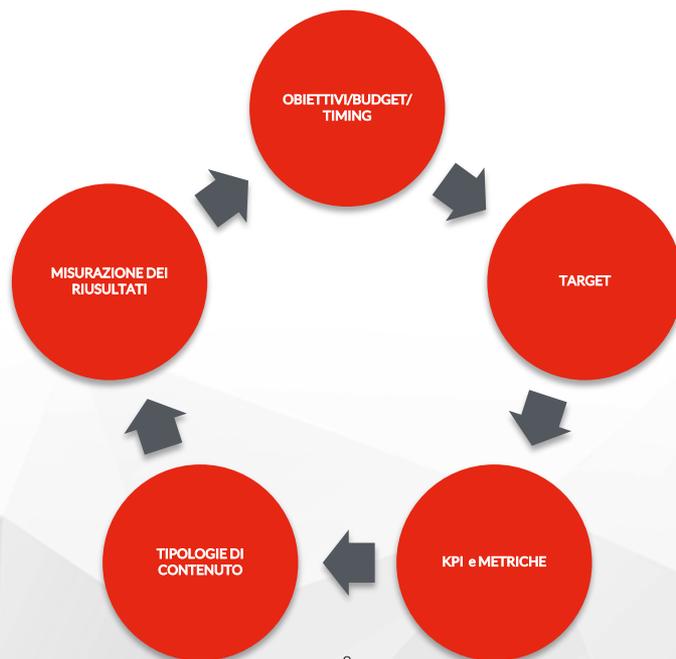
—
03 | CONTENT STRATEGY
—

LA STRATEGIA: TUTTO PARTE DA QUI

La Content Strategy è la struttura portante della tua attività di marketing con i tuoi contenuti: sono le linee-guida che dettano dove vuoi arrivare, perché, con quali strumenti, con chi.

«Content Strategy is the creation, publication, and governance of useful, usable content.»

(Kristina Halvorson)



La strategia: 1 | OBIETTIVI, TIMING, BUDGET

OBIETTIVI

Perché vuoi fare Content Marketing? Quale obiettivo vuoi raggiungere?

- **Rilanciare il turismo post-Covid, facendo conoscere le novità 2021** → Social Media Marketing, Social ADV, Digital PR
- **Posizionare il sito o articoli specifici nella prima pagina di Google per ottenere traffico di qualità** → SEO
- **Ottenere più lead:** persone che chiedono informazioni sulle opportunità turistiche → Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads
- **Brand Awareness:** essere riconosciuti come il portale di riferimento per il turismo in Piemonte → SEO&Bloggging, Social Media Marketing, Social ADV, PR

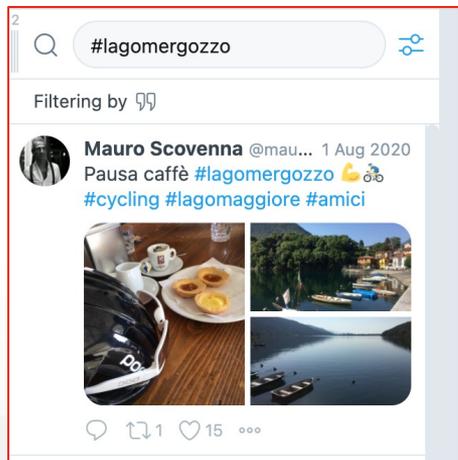
La strategia: 2 | IL TARGET

Devi identificare le tue Buyer Persona:

- **Social Listening**

→ TweetDeck (gratuito) <https://tweetdeck.twitter.com/>

→ Talkwalker, SproutSocial, BuzzSumo (a pagamento)

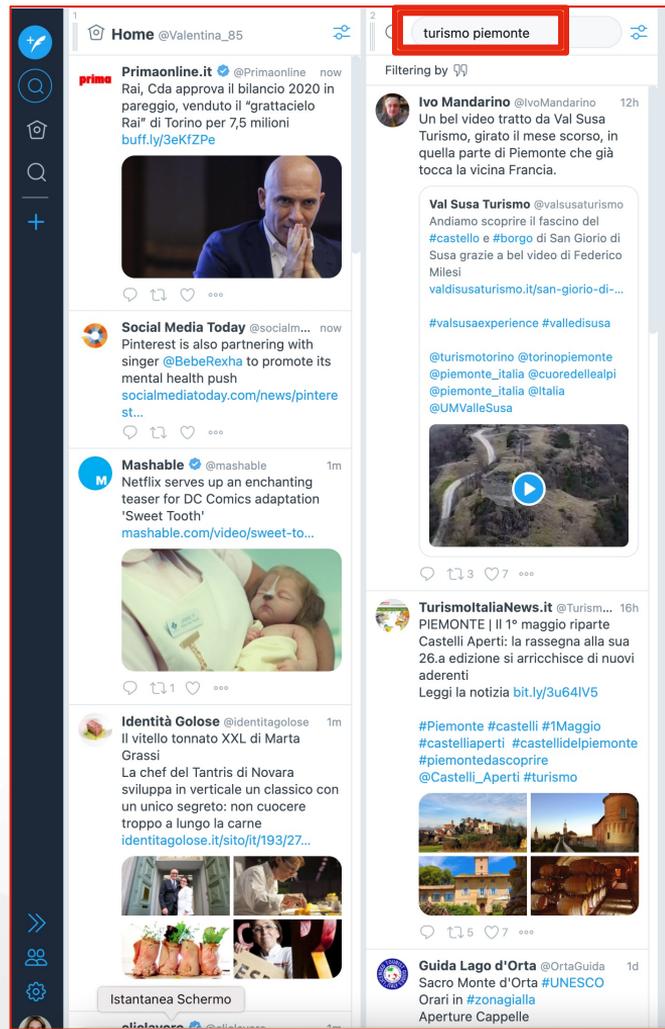


A screenshot of a Twitter search for the hashtag #lagomergozzo. The search results are filtered by relevance. The top result is from Mauro Scovenna (@mauro_scovenna) posted on August 1, 2020. The tweet text is "Pausa caffè #lagomergozzo 🍵🚲 #cycling #lagomaggiore #amici". The tweet includes a collage of four images: a coffee cup, a scenic view of a lake, a bicycle, and a boat on the water. The tweet has 15 likes and 1 retweet.



A screenshot of the Twitter profile of Mauro Scovenna (@mauro_scovenna). The profile picture shows a man wearing a black face mask. The bio reads "Ogni nostro battito è un colpo di pedale" and lists the location as "Milano, Lombardia". The profile shows 3,030 followers and 2,094 following. A recent tweet from Mauro Scovenna is visible, dated April 26, 2020, with the text "...e quando passi qualche ora con il #ReLeone Mario Cipollini 🍷🚲 #biketest #numeri1". The tweet includes a video thumbnail of a man in a black face mask. The tweet has 1 retweet, 4 replies, and 16 likes.

Appassionato di bicicletta!



A screenshot of a Twitter home feed. At the top, a search filter "turismo piemonte" is applied. The feed shows several tweets. The first tweet is from Primaonline.it (@Primaonline) with a video thumbnail of a man in a suit. The second tweet is from Social Media Today (@socialm...) with a link to a news article. The third tweet is from Mashable (@mashable) with a video thumbnail of a baby. The fourth tweet is from Identità Golose (@identitagolose) with a video thumbnail of a chef. The fifth tweet is from TurismoItaliaNews.it (@Turismo...) with a video thumbnail of a landscape. The sixth tweet is from Guida Lago d'Orta (@OrtaGuida) with a video thumbnail of a lake. The feed also shows a sidebar on the right with a filter "turismo piemonte" and a "Filtering by" section.

La strategia: IL TARGET

- **Interviste** via email

- Quali problemi/esigenze/necessità hai avuto che ti hanno spinto a cercare informazioni sul nostro portale?
- Prima di contattarci, hai provato altre soluzioni per risolvere i tuoi problemi? Se sì, quali?
- In base a quali criteri hai deciso di rivolgerti a noi?
- Che cosa ti piace di più del nostro portale? Cosa, invece, miglioreresti?

- **Quora**

Quora utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza. [Continua a leggere](#)

Per tipo

- Tutti i tipi
- Domande
- Risposte
- Post
- Profili
- Argomenti
- Spazi

Per autore

- Tutte le persone

Persone che segui

Autore

Per orario

- Qualsiasi ora
- Nell'ultima ora
- Ieri
- La scorsa settimana
- Il mese scorso
- L'anno scorso

Risultati per turismo piemonte

Come mai c'è così differenza tra la gestione del turismo nelle montagne del Trentino Alto Adige e nelle montagne del Piemonte? C'entra soltanto il fatto che il Trentino è una regione a statuto speciale o ci sono altri motivi?

È meglio una laurea magistrale generale o specifica? Ho una L15 Scienze del Turismo. Sono indecisa tra "Comunicazione, informazione, editoria" in uniBG e "Lingue e culture per la promozione della montagna" in univDA. No commenti su umanistiche.

Valerio Cietto · 20 novembre
Programmatore (2015-presente)

Dovresti chiedere a chi le frequenta. Avendo stretti contatti con un parente che lavora nell'ufficio Turismo piemonte direi la prima a meno che non hai intenzione specificatamente di promuovere il turismo nell'arco alpino... (altro)

Che senso ha imporre la quarantena a 60milioni di italiani, multarli se osano contravvenire alle regole, obbligarli all'uso continuo delle mascherine, e poi consentire che il virus venga importato attraverso il turismo?

Donata Baroetto · 29 maggio 2020
Ex Pensionata

Ma quali sessanta milioni, Qui in Piemonte eravamo chiusi in casa vecchi e bambini, gli altri (tutti) hanno sempre lavorato. Infatti i numeri dei contagi parlano chiaro (altro)

Qual è il momento più inquietante della tua vita che non riesci a spiegare fino

Quora

Risultati per cicloturismo

Per tipo

- Tutti i tipi
- Domande
- Risposte
- Post
- Profili
- Argomenti
- Spazi

Per autore

- Tutte le persone

Persone che segui

Autore

Per orario

- Qualsiasi ora
- Nell'ultima ora
- Ieri
- La scorsa settimana
- Il mese scorso
- L'anno scorso

Cicloturismo Segui 101

Come si può promuovere il cicloturismo in maniera intelligente?

Alice Giacomini · 13 novembre 2019

Questi sono Olga e Michel di Amburgo, e stanno viaggiando per il mondo con il progetto Rausgefahren (tradotto liberamente: "fuori condotta"). Hanno appena ottenuto il visto Koreano. In realtà è un passaporto per ciclisti. Nel loro blog: (altro)

Qual è il migliore itinerario di cicloturismo che hai fatto in Italia?

Possò viaggiare da cicloturista in Italia e dormire in tenda dove capita, cioè non in strutture autorizzate?

Quale attrezzatura per cicloturismo ritieni sia essenziale in un tour autosufficiente?

Jaspreet Lal · Traduttore · 12 marzo
Diploma in Informatica e Sicurezza dei sistemi e delle reti informatiche, ITIS E Mattini San Donato Milanese (Ho conseguito la laurea nel 2019)

È difficile dire di cosa potresti aver bisogno a meno che non vengano forniti maggiori dettagli, come quale paese? Quanto sarai isolato? Il paese è adatto alle biciclette? Quanto è sviluppata l'infrastruttura. Ho pedalato in Thailandia e (altro)

Perché a parità di condizioni climatiche e socio-economiche alcune destinazioni attraggono il cicloturismo, o comunque il turismo sportivo e altre non tanto?

Gianni Lombardi · 25 luglio 2020
Autore del blog Benigna Zero (2014-presente)

Probabilmente per le infrastrutture. Le destinazioni e regioni ideali per il cicloturismo sono quelle con una buona rete di piste ciclabili, alberghi attrezzati per il cicloturismo (ricovero sicuro per le bici, piccola officina, colazione rifrigo) (altro)

Quanto si impiega a percorrere 80km in bici su terreno pianeggiante in media?

Luca Quata · 18 novembre
Ingenere in bicicletta

Un cicloturista, per pianificare una tappa di un lungo viaggio, di solito considera

La strategia: IL TARGET

- Quora

Quora

lago maggiore

Risultati per lago maggiore

- Cosa si può visitare di bello sul lago Maggiore?
- Cosa offre il Lago Maggiore ai giovani?
- Qual è il miglior ristorante economico del lago Maggiore?
- Quale è la miglior spiaggia del lago Maggiore?
- Esiste una spiaggia accessibile agli animali domestici sul lago Maggiore?
- Lago Maggiore
- Dove posso trovare informazioni sulle restrizioni della corona in Italia, se vogliamo affittare in agosto una casa di campagna vicino al lago Maggiore con 20 persone, praticare il canto corale nella sala, e soggiornare in stanze condivise?
- Viola Frittella
- Dal punto di vista turistico quali sono i punti forti del lago di Como e del lago Maggiore?
- Quali luoghi non sono ancora stati dichiarati Patrimonio dell'Umanità ma dovrebbero esserlo?



Quora

Cerca su Quora

Quora utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza. Continua a leggere

Max Barzaghi
Laureato in Storia della Chiesa, vivo a Milano

Segui · 214 · Inviama una notifica · Chiedi

Profilo · 1.189 risposte · 35 domande · 130 condivisioni · 6 post · 214 seguaci · Di più

Profilo · Più recente

Democrazia e dintorni · 40 minuti fa
Post di Max Barzaghi

Vittoria Gritti · Risposta data il giorno 18 aprile

Perché le persone sono così aggressive nei confronti di Greta Thunberg?
Posto che non trovo giusto essere aggressivi nei confronti di una ragazzina che si spende per qualcosa di giusto, credo che la ragione per cui attrae tanta aggressività è che il suo stile comunicativo è volutamente piuttosto aggr...

Max Barzaghi · 53 minuti fa
Laureato in Storia della Chiesa

Quanto tempo ci vorrà affinché le persone di colore nate in Italia siano veramente percepite come connazionali da tutti quanti?
Purtroppo molto tempo. Se dovessimo prendere ad esempio gli USA, dove persone di colore ci son state praticamente dagli inizi e che fino agli anni '60 vivevano in condizioni simili all'apartheid, moltissimi anni, forse secoli. Speriamo che le...

Max Barzaghi · 58 minuti fa
Laureato in Storia della Chiesa

Il figlio di Beppe Grillo è colpevole?
Viviamo ancora in uno stato di diritto dove si è innocenti fino a prova contraria. Vedremo con i successivi processi se lo sarà o meno. Al di là di tutto ciò, lo trovo immensamente penoso che si sfrutti un fatto così personale per farne l'enne...

La strategia: IL TARGET

- **Gruppi Facebook**

The screenshot shows the Facebook search interface for the query "turismo piemonte". The search bar at the top left contains the text "turismo piemonte". Below the search bar, the "Risultati di ricerca" (Search Results) section is displayed. On the left side, there is a "Filtri" (Filters) sidebar with the following options: Tutto, Post, Persone, Foto, Video, Marketplace, Pagine, Luoghi, Gruppi (highlighted), Città, Gruppi pubblici, I miei gruppi, and Eventi. The main content area shows a list of search results for Facebook groups, each with a profile picture, group name, member count, and a brief description. The groups listed are:

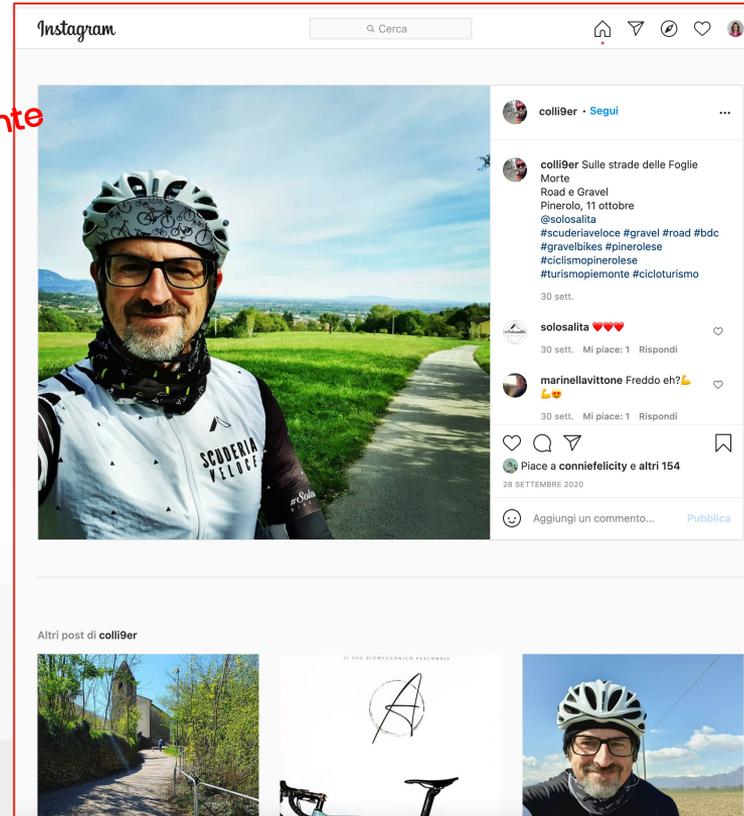
- CICLOTURISMO IN PIEMONTE** (Gruppo Privato - Membri: 2970): Il gruppo nasce per condividere la passione per la bicicletta, la voglia di star... 10 post al giorno
- Turismo Sostenibile, Turismo Responsabile ed Ecoturismo** (Gruppo Pubblico - Membri: 3999): Gruppo nato per confrontarsi su tematiche relative all'ECOTURISMO, TURIS... 3 post al giorno
- Vivere di Turismo - Community** (Gruppo Privato - Membri: 10.900): VIVERE DI TURISMO? SI PUÒ! Il gruppo Vivere di Turismo nasce con l'int... 10 post al giorno
- Viaggi e gite in Italia con la famiglia: scambiamoci idee ed esperienze** (Gruppo Privato - Membri: 4500): Questo gruppo nasce per scambiarsi idee ed esperienze su viaggi e gite co... 10 post al giorno
- Nuovi Turismi e turisti...** (Gruppo Pubblico - Membri: 1368): Questo gruppo è aperto per tutti coloro amano vivere, raccontare e fotogra... 10 post alla settimana
- Escursioni in Piemonte e Valle D'Aosta - Condivisione gite e itinerari** (Gruppo Pubblico - Membri: 3639): Gruppo nato con l'intento di riunire persone con la mia stessa passione, l'es... 8 post al giorno
- Cerco/Offro Lavoro nel Turismo e Ristorazione** (Gruppo Pubblico - Membri: 8229): Questo Gruppo è per tutti coloro che cercano Risorse Umane qualificate ne... 10 post al giorno
- Piemonte piemontese piemontesi e non** (Gruppo Pubblico - Membri: 1946)

La strategia: IL TARGET

- Ricerca # Instagram

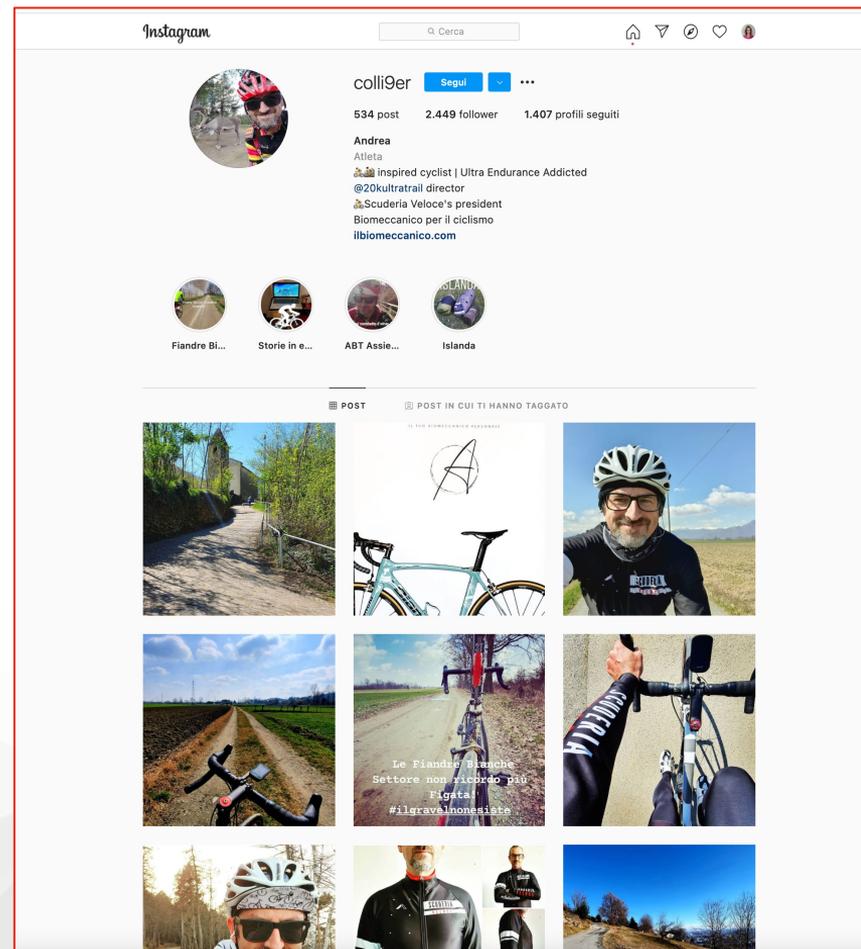
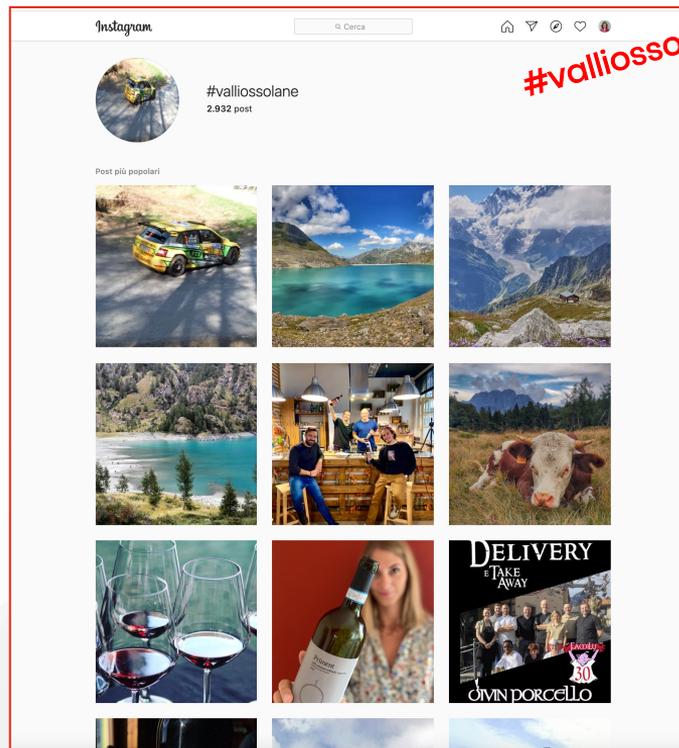


#turismopiemonte



La strategia: IL TARGET

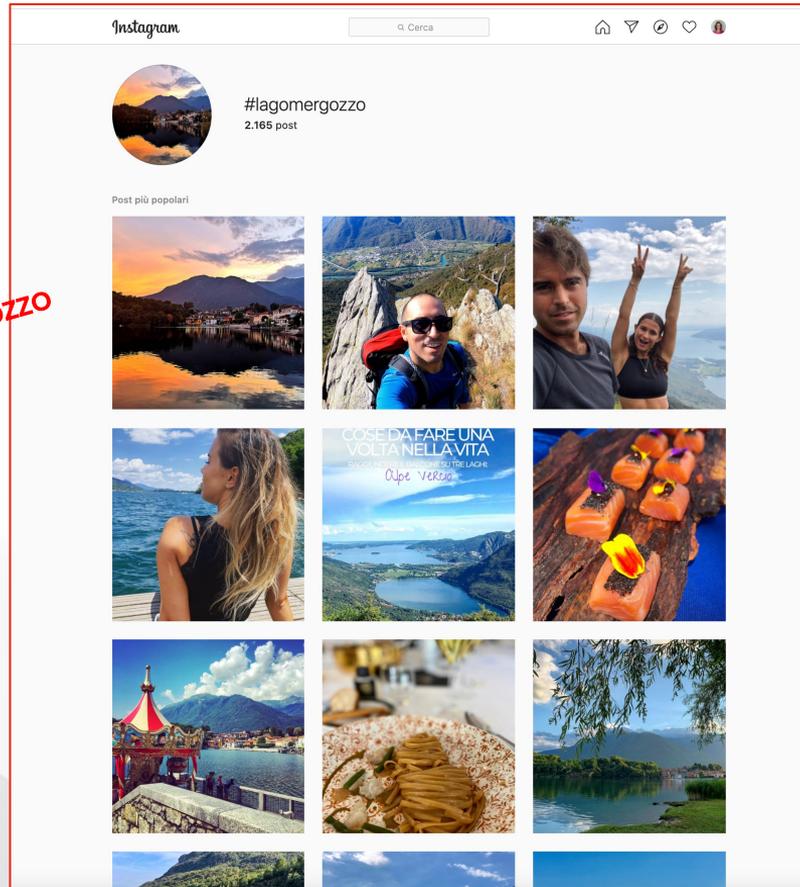
- Ricerca # Instagram



La strategia: IL TARGET

- Ricerca # Instagram

#lagomergozzo



LA STRATEGIA | TARGET

Make My Persona (HubSpot): <https://www.hubspot.com/make-my-persona>

	Preferred Method of Communication <ul style="list-style-type: none">• Phone• Email	Tools They Need to Do Their Job <ul style="list-style-type: none">• Email• Invoicing Software
Name Franco Rossi	Job Responsibilities Gestione del cliente, produzione efficiente	Their Job Is Measured By Generazione di profitto per la sua azienda
Age 45 to 54 years		
Highest Level of Education High school degree or equiv		
Social Networks 	Reports to Nessuno, è lui il capo di se stesso	Goals or Objectives Lavorare di più per prendere più clienti
Industry Manufacturing		
Organization Size Self-employed	They Gain Information By Enter text here	Biggest Challenges <ul style="list-style-type: none">• Employee Morale• Problem Solving & Decision Making

La strategia: 3 | KPI e METRICHE



KPI = misurano gli obiettivi strategici di business

METRICHE = dati quantitativi, pratici, che servono a capire se si stanno raggiungendo i KPI prestabiliti

La strategia | KPI e METRICHE in pratica: esempio

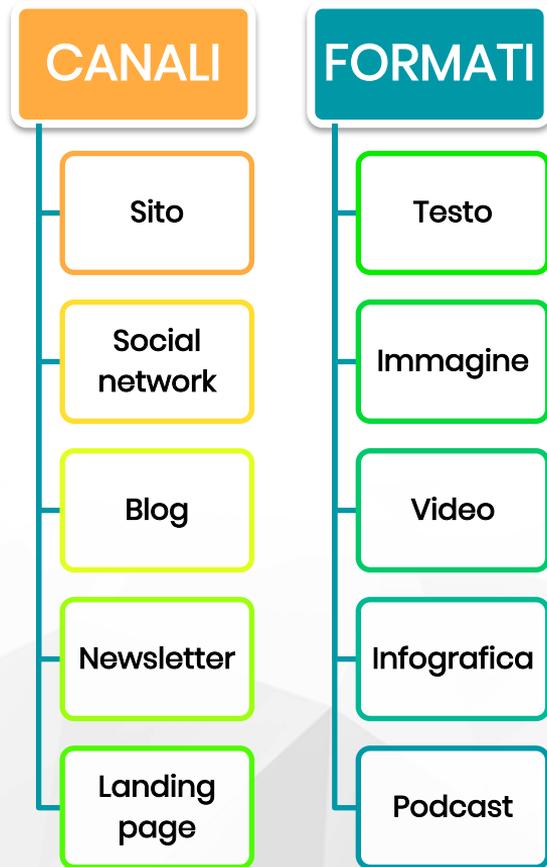
<https://www.distrettolaghi.it/it>

KPI: aumentare del 30% il traffico organico in 12 mesi

METRICHE:

- Posizionamento keyword
- Coerenza intenti di ricerca e contenuti
- Sessioni sito da Google Analytics
- Lead in target (utenti che chiedono informazioni, brand che richiedono partnership pubblicitarie)

La strategia: 4 | I CONTENUTI



La pianificazione dei contenuti rappresenta il tassello vitale su cui creare il **Piano di Content Marketing** (*Content Marketing Plan*).



04| IL PIANO DI CONTENT MARKETING

COME È STRUTTURATO

- Obiettivi
- Target
- Budget
- Timing
- Strategia
- **Pianificazione e creazione dei contenuti**
- Pubblicazione
- Promozione dei contenuti
- Misurazione dei risultati

LA CREAZIONE DEI CONTENUTI per il Content Marketing Plan

Tipologie di contenuto che puoi creare per il tuo target:

1. **Ispirazionali**, che devono, appunto, ispirare
2. **Educativi**, che devono educare e informare
3. **Divertenti**, che devono intrattenere

LA CREAZIONE DEI CONTENUTI per il Content Marketing Plan

ISPIRAZIONALI

Sono quelli basati sullo **storytelling**, l'arte di raccontare una storia per coinvolgere l'utente: invece di descrivere le caratteristiche di un prodotto, la nascita di un'azienda, le peculiarità di un servizio, vengono espressi valori, immagini, emozioni.

*«La nostra specie ragiona per metafore e impara attraverso le storie»
(Mary Catherine Bateson, antropologa e scrittrice americana)*

3 modalità di fare Storytelling turistico:

- La storia della struttura ricettiva (famiglia, tradizioni, ricordi)
- La storia dei luoghi (leggende e miti, canzoni, romanzi)
- La storia dei turisti (esperienza in real time)

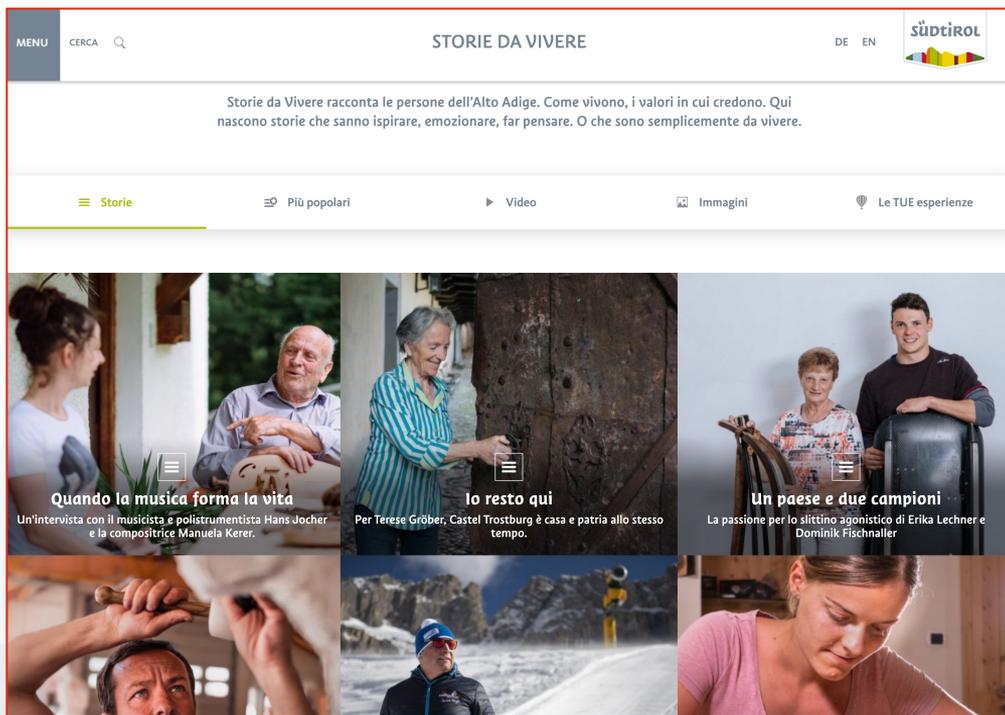
LA CREAZIONE DEI CONTENUTI per il Content Marketing Plan

Storytelling | Turismo esperienziale

STORIE DA VIVERE (Alto Adige): <https://www.suedtirool.info/storiedavivere>

Tutto il portale è storytelling: racconta le persone dell'Alto Adige. Come vivono, i valori in cui credono. Qui nascono storie che sanno ispirare, emozionare, far pensare. O che sono semplicemente da vivere.

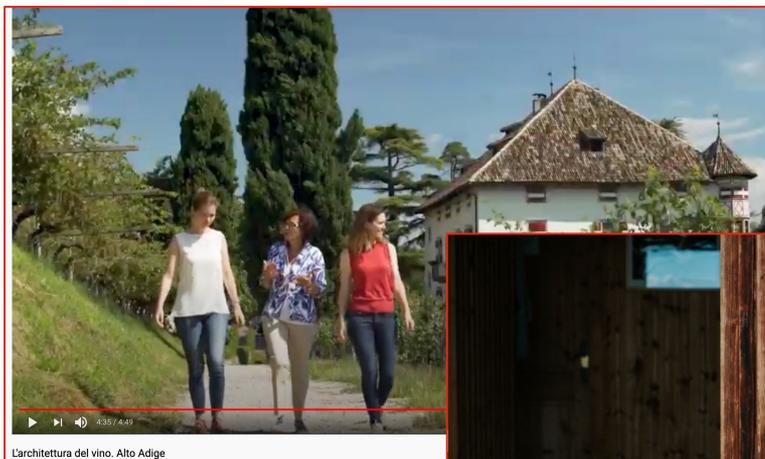
Fanno Content Marketing con: **articoli** | **video** | **immagini**



LA CREAZIONE DEI CONTENUTI per il Content Marketing Plan

Storytelling | Turismo esperienziale

STORIE DA VIVERE (Alto Adige): <https://www.suedtirol.info/storiedavivere>

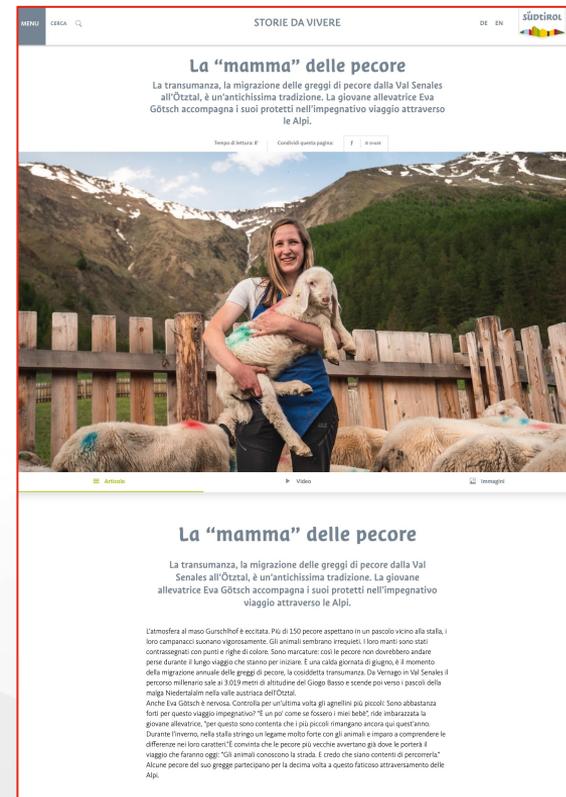


video

immagini



articoli



LA CREAZIONE DEI CONTENUTI per il Content Marketing Plan

EDUCATIVI

Informano il target su un prodotto o servizio, educandolo: spiegandone **vantaggi e benefici**, punti di forza, **modalità e occasioni d'uso**.

Non si limitano a descrivere le caratteristiche e le funzionalità, a parlare del cosa, ma si focalizzano sul *come* e sul *perché*.

Esempi possono essere **guide, tutorial, mini ebook, consigli pratici**:

<https://www.migliorihotelandalo.com/guide/andalo-in-estate-la-guida-utile-per-le-tue-vacanze/>

DIVERTENTI

Intrattengono il pubblico: la comunicazione passa attraverso il gioco.

Esempi sono **indovinelli, sondaggi, aforismi**.



The screenshot displays the website 'Migliori Hotel Andalo'. The navigation bar includes 'HOME', 'TIPO DI STRUTTURA', 'SERVIZI', 'PASSEGGIATE', 'GUIDE', and 'WEB CAM'. A search bar is present with the text 'Cerca hotel e altro...'. Below the search bar, there is a featured article titled 'Andalo in Estate: la guida utile per le tue vacanze!' with a sub-header 'GUIDE UTILI MONTAGNA, INFO E CONSIGLI'. The article text mentions 'Escursioni, parchi a tema, fattorie didattiche, relax, ma anche divertimento. Trascorrere l'estate ad Andalo è la soluzione giusta per te se ami la natura e vuoi provare esperienze incredibili in uno scenario paesaggistico unico. Tantissime le proposte, sia per escursionisti e sportivi esperti sia per le famiglie con bambini.' The sidebar on the right contains several articles: 'Andalo con i bambini: attrazioni, cosa vedere e cosa fare in estate e in inverno', 'I piatti tipici del Trentino Alto Adige', and 'Le migliori bici trekking: guida all'acquisto'.

LA CREAZIONE DEI CONTENUTI per il Content Marketing Plan

2. Struttura i contenuti nel Calendario Editoriale

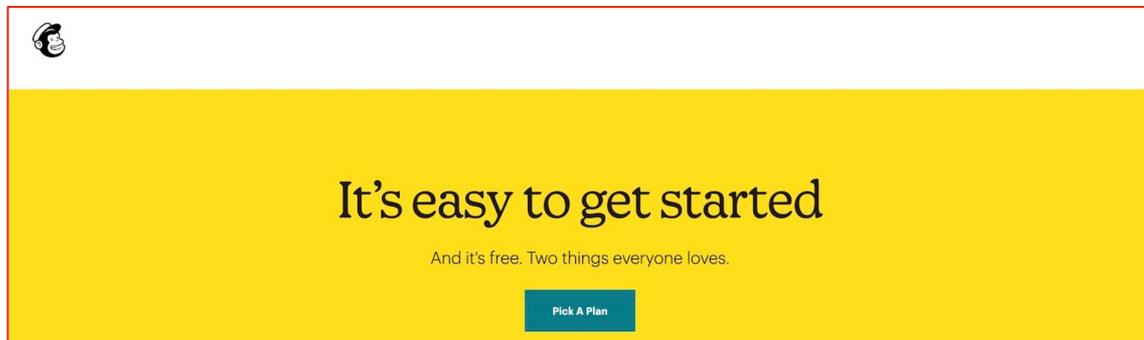
File Excel in cui vai ad inserire:

- il tipo di contenuto
- il canale di pubblicazione
- il post o lo script del video o il testo di landing, newsletter e così via
- data di pubblicazione (a volte anche l'orario)
- chi pubblicherà
- la Call-To-Action (opzionale)

	A	B	C	D	E	F
1	DATA	POLITICA	PRODOTTO	TARGET	SOCIAL MEDIA	POST
2	lunedì 1	Isittuzionale	Festa del lavoro	tutti	FB	#FestadelLavoro Lo sapevi che la Festa del Lavoro (o Festa dei lavoratori) nasce Pa arigi il 20 luglio 1889? Leggi la breve storia in questo articolo di Focus: http://bit.ly/FestadelLavoro
3	martedì 2	Formazione Giovani e disoccupati	Formazione Superiore ER	Diplomati o laureati	FB, TW, LK, G+	Diventa "Disegnatore meccanico con strumenti CAD" con il corso GRATUITO di #ReggioEmilia! Iscriviti entro il 12 maggio: http://bit.ly/disegnatore_fb - http://bit.ly/disegnatore_tw - http://bit.ly/disegnatore_lk
4		Catalogo	Alta Scuola Valutazione	tutti	TW, LK, G+	Il monitoraggio e la valutazione dei progetti di sviluppo rurale: scopri il corso di Reggio Emilia: http://bit.ly/rurale_tw - http://bit.ly/rurale_lk

LA CREAZIONE DEI CONTENUTI per il Content Marketing Plan

3. Decidi il Tone of Voice



It's easy to get started

And it's free. Two things everyone loves.

Pick A Plan

VS



mailup
di dicembre

FUNZIONALITÀ ▾ SERVIZI ▾ PREZZO ▾ RISORSE ▾ ABOUT ▾

ACCEDI PROVALA

Dai voce al tuo business

Tecnologia, consulenza e know-how: MailUp è la soluzione di marketing potente, scalabile e integrata pensata per creare relazioni di qualità con i tuoi clienti.

PROVA LA PIATTAFORMA CHIEDI UN PREVENTIVO



05 | SEO & WEB COPYWRITING

SAPER SCRIVERE PER IL WEB

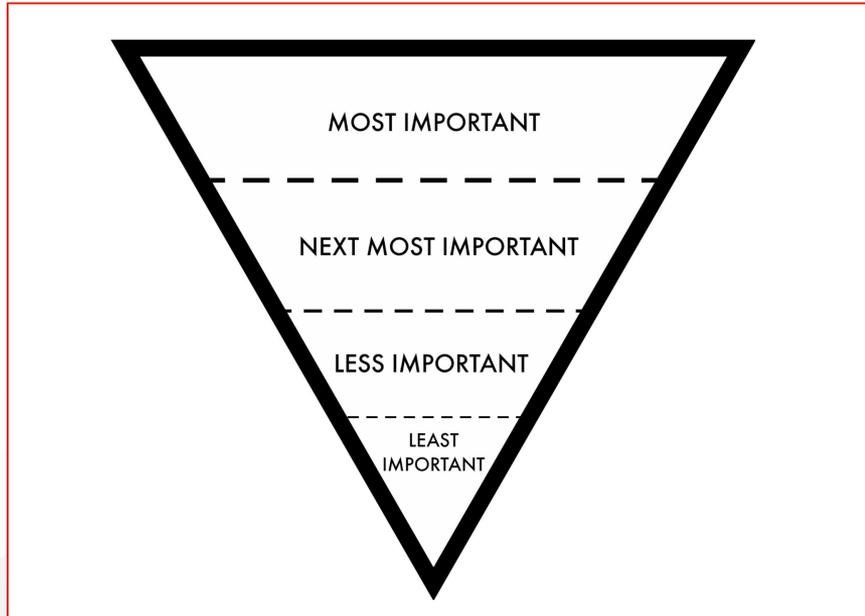
Chartbeat (<https://chartbeat.com/>), nel 2013, ha analizzato gli articoli di Slate.com, un sito di notizie, per capire l'efficacia dei loro articoli.

Il risultato?

- Su 100 lettori, **solo 5** scorrono la pagina fino a vedere il corpo del testo: gli altri, si fermano dopo il titolo.
- Una persona, in media, si ferma solo **15 secondi** su una pagina.

Tradotto: hai 15 secondi di tempo per convincere l'utente a continuare la lettura.

Web Copywriting: 1 LA PIRAMIDE ROVESCIAIA



YourDigitalWeb
3 ottobre 2019 · 🌐

🔥🔥🔥 **ROCK YOUR CONTENT** 🔥🔥🔥

Questo il titolo del mio webinar per **SEMrush** che terrò martedì 5 novembre dalle 10 alle 11.

📖 In questo webinar ti insegnerò a scrivere articoli per il tuo blog per farti trovare da Google e dal tuo target (SEO Content), a trasformare semplici lettori in lead fidelizzati e a creare autorevolezza intorno al tuo brand.

🌟 Ti mostrerò anche quali sono i meccanismi di scrittura online (Web Copywriting) che puoi implementare nel tuo business per catturare e mantenere l'attenzione del tuo pubblico in un'era in cui la nostra concentrazione è di soli 8 secondi.

✅ Più vendite, più richieste di preventivo, più visite al sito: non importa quale sia il tuo obiettivo di business. Per raggiungerlo, devi creare e promuovere contenuti che i tuoi potenziali clienti possano trovare online e abbiano voglia di leggere.

📺 Iscriviti al webinar GRATUITO:
http://bit.ly/Rock_Your_Content

ROCK YOUR CONTENT

Web Copywriting: 1 LA PIRAMIDE ROVESCIAATA

<https://www.visittrentino.info/it/articoli/outdoor-estate/e-bike-salite-per-tutti>

Il Trentino in e-bike è a portata di tutti

Più che una bicicletta, una vera e propria rivoluzione della mobilità

Le e-bike hanno rivoluzionato il nostro modo di pensare al ciclismo e ci sono riuscite **per due ragioni fondamentali**: il motore elettrico è un facilitatore della pedalata e consente a chi è meno allenato di godere di **paesaggi e ambienti bellissimi**, affrontando salite anche lunghe e impegnative, normalmente accessibili soltanto a ciclisti bene allenati, come quelle dei nostri passi dolomitici.

L'altro modo in cui le biciclette elettriche hanno rappresentato una vera e propria rivoluzione della mobilità, è la possibilità di omogeneizzare i livelli di potenza e di prestazione all'interno di un gruppo.

Cosa significa omogeneizzare il livello di potenza all'interno di un gruppo? Sembra un concetto complicato, ma non lo è: il surplus di energia fornita dal motore montato su una bici a pedalata assistita offre la possibilità per ogni utilizzatore di compensare la mancanza di potenza rispetto ai ciclisti più in forma. Questo consente di pedalare sempre in compagnia degli altri, anche se il livello di allenamento dei partecipanti alla gita non è omogeneo.

La bicicletta è libertà. L'aspetto più divertente del ciclismo è la possibilità di esplorare e mettersi fisicamente alla prova. Il notevole impegno fisico richiesto per la salita è sempre stato per molti un deterrente a sperimentare un'avventura ciclistica. Il ciclismo è infatti uno sport difficile da praticare con soddisfazione per persone non allenate.

Il motore elettrico viene in aiuto al ciclista regalando quel po' di potenza supplementare utile per trasformare una salita troppo lunga o troppo ripida in una intrigante sfida sportiva. Ma c'è di più e si tratta proprio della possibilità di fare tutto questo insieme ai nostri amici.

Amici e amiche, nonni e nipoti, genitori e figli: la e-bike omogeneizza le capacità atletiche e amplia le possibilità di pedalare insieme ad altre persone, più o meno allenate di noi. Il consiglio generale è quello di avvicinarsi comunque all'uso delle e-bike **con gradualità e progressività**, proprio come si fa per ogni altra attività sportiva. Non esagerate. Le prime uscite serviranno a prendere confidenza con il mezzo, a comprenderne le potenzialità e i limiti.

Lasciate attrarre dalle biciclette elettriche ma, soprattutto, se sei già un ciclista esperto pensa alla e-bike come a una rivoluzionaria possibilità per portare con te i familiari e amici, avvicinandoli al ciclismo in modalità facilitata, magari proprio durante la **prossima vacanza in Trentino**.

Ecco perché è alla portata di tutti: va subito al centro dell'argomento

dettagli

Web Copywriting: 2 PARAGRAFI | SPAZIO BIANCO | PUNTO ELENCO/NUMERATO

Revisione: ogni quanto va effettuata?

Di norma la revisione auto deve essere effettuata **ogni due anni**, ma attenzione ai casi particolari:

- in caso di automobile nuova e immatricolata per la prima volta: la revisione deve essere effettuata la prima volta dopo **4 anni dalla data di immatricolazione**, e successivamente ogni due anni;
- **veicoli storici** e auto d'epoca: ogni due anni;
- se si acquista un'auto usata, si prosegue la cadenza biennale anche se è cambiato il proprietario.

Proroga 2020 a causa Coronavirus

I termini di scadenza delle revisioni auto sono state prorogati dal Governo a causa della pandemia Coronavirus. Il Decreto Cura Italia ha stabilito che la revisione dei veicoli con scadenza a luglio 2020 è **prorogata al 31 ottobre 2020**.

Dove effettuare la revisione e quanto costa

La revisione può essere svolta sia presso gli uffici della **Motorizzazione Civile** sia presso i **Centri Revisione**, appositamente autorizzati dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti presenti in ogni provincia italiana.

A seconda dell'ente a cui ti rivolgi, cambia il prezzo dell'operazione e anche i tempi di attesa.

Generalmente infatti per la revisione presso la Motorizzazione Civile le **liste di attesa sono più lunghe**, ma il costo è minore ovvero 45 Euro contro i 66,80 € richiesti dalle Officine autorizzate. Si tratta di un prezzo fissato dal Ministero dei Trasporti, composto dal costo di revisione, diritti di Motorizzazione, IVA e bollettino postale.

Come scegliere un hotel a 3 stelle ad Andalo

I parametri per scegliere l'hotel sono molto soggettivi: c'è chi reputa prioritario la vicinanza al centro paese, chi, al contrario, vuole assolutamente stare lontano dal caos; c'è chi ama il paesaggio e vuole una vista spettacolare anche in camera e chi, invece, è interessato alla gastronomia e alla cucina locale.

Nonostante la diversità di esigenze e preferenze di ognuno di noi, ci sono almeno **3 consigli utili** per scegliere un hotel a 3 stelle ad Andalo:

✦ 1 – Livello di ordine e pulizia.

Leggi le **recensioni su Tripadvisor**, visita i **canali Social** degli hotel, soprattutto Facebook dove potresti trovare diverse recensioni dei visitatori.

Soggiornare in un ambiente pulito (non solo la camera, ma anche gli spazi comuni, come il ristorante) è fondamentale: una sedia sporca di macchie o un tavolo per la cena con una tovaglia non adeguatamente pulita o ancora delle lenzuola non lavate come si deve sono fattori che incidono notevolmente sulla qualità della vacanza e rischiano di minarla seriamente.

✦ 2 – La posizione.

Deve essere strategica: non troppo vicino al centro, ma neanche dispersa in mezzo al nulla.

• Hai dei bambini? Cerca un hotel che abbia ampi spazi verdi per consentire al tuo piccolo di giocare tranquillamente all'aria aperta, sul prato in estate e sulla neve in inverno.

• Hai optato per una mezza pensione? Se in inverno non vai a sciare tutti i giorni (o non ci vai proprio) e in estate non fai sempre escursioni o camminate in alta quota, valuta la vicinanza a punti di ristoro. Ad Andalo i ristoranti e i locali gastronomici non mancano, ma tieni sempre ben presente che non è Milano...

✦ 3 – La cucina

Web Copywriting: 2 PARAGRAFI | SPAZIO BIANCO | PUNTO ELENCO/NUMERATO

Accesso stradale

Per raggiungere la località dell'escursione, percorrere da Omegna la strada della Valle Strona. Circa 400 metri oltre l'abitato di Piana di Fornero lasciare la provinciale imboccando una strada sulla sinistra, diretta alla cava di marmo. Nell'attuale piano della cava è situato l'ingresso principale della grotta.

Descrizione dell'itinerario

Le grotte di Sambughetto sono sicuramente il complesso ipogeo più interessante della Valle Strona, una terra ricca di grotte benché i più lo ignorino. Si tratta di un ambiente del tutto particolare, con un fascino unico e sorprendente per la sua integrità e originalità. Tortuosi cunicoli, emozionanti percorsi, cascatelle, salette e forre di spettacolare bellezza. Un'opportunità unica nel suo genere per conoscere un mondo rovesciato, nascosto e straordinario. Un'escursione che vi darà l'opportunità di realizzare l'esperienza che avete sempre sognato ma che non avete mai osato fare! Avete mai immaginato di abbandonarvi al buio assoluto delle viscere della terra, ascoltarne il "rumoroso" silenzio, scivolare tra i suoi anfratti, seguirne i percorsi tortuosi? Un'esperienza nuova, magica che non ha nulla a che vedere con i percorsi in grotte turistiche munite di corrimano, passerelle di cemento e luce artificiale. È impossibile descrivere a parole l'incredibile emozione che si prova laggiù spegnendo le lampade: là sotto tutto è mistero, tutto è una scoperta. Grazie all'attenta guida di un esperto accompagnatore naturalistico e di uno speleologo e anche senza particolare attrezzatura specifica ed esperienza in merito, sarete condotti in quest'emozionante avventura alla ricerca del dono più prezioso delle grotte: lo spettacolo di un ambiente davvero incontaminato e preservato. Effettuare questa adrenalinica esperienza solo con la supervisione di un esperto speleologo e di una guida escursionistica, che in assoluta sicurezza vi accompagneranno durante la discesa. Per affrontare questa esperienza non sono richieste particolari doti atletiche, né la conoscenza delle tecniche speleo-alpinistiche.

Informazioni e prenotazioni

ATTENZIONE. LA PASSEGGIATA DEVE ESSERE EFFETTUATA SOLO CON ACCOMPAGNATORE/GUIDA
Comune di VALSTRONA (VB): tel. +39 0323 87117 - municipio@comune.valstrona.vb.it

<https://www.distrettolaghi.it/percorsi/la-caverna-delle-streghe-di-sambughetto>

- Tutto fitto: molto difficile da leggere
- Dimensione font troppo piccola
- Non ci sono parole-chiave in bold su cui richiamare l'attenzione del lettore
- Non ci sono punti elenco con i concetti principali
- Non ci sono immagini, a parte quella di copertina

VS



Home » Passeggiate » La Tana dell'Ermellino: una facile passeggiata ad Andalo

La Tana dell'Ermellino: una facile passeggiata ad Andalo

PASSEGGIATI

La **Tana dell'Ermellino** è una piccola baita con **cucina** e **giochi per bambini** che si aggiunge tranquillamente a piedi da **Andalo**.

Leggi tutte le informazioni e le curiosità su questa bellissima passeggiata.

- **Livello:** facilissimo
- **Lunghezza:** 6 km
- **Tempo di percorrenza medio:** 2 ore totali
- **Adatto ai bambini**
- **Adatto al passeggio**

Per ingrandire le immagini, cliccaci su!

Si parte dal **maneggio** di Andalo, che si trova a fianco del **Parco Sportivo Andalo Life Park**, e si prosegue per una strada sterrata immersa nel **bosco**, costeggiando il lago.



Maneggio Andalo

Imbocco della passeggiata

Ottimo sentiero per passeggini

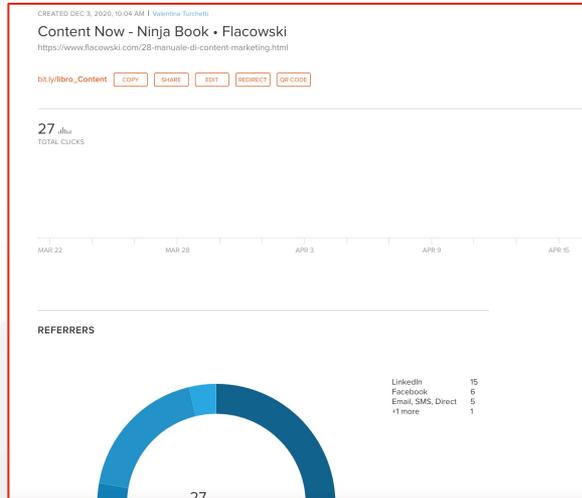
Durante la passeggiata è bello notare gli alberi e la flora tipica, ma anche ascoltare il silenzio della natura, piacevolmente interrotto da cinguettii, risate di

- Punto elenco con le caratteristiche fondamentali del percorso
- Parole-chiave in bold su cui richiamare l'attenzione del lettore
- Uso dei paragrafi per agevolare la lettura
- Immagini reali che invogliano il lettore

Web Copywriting: 3 LINK

Bit.ly (<https://app.bitly.com/>)

1. Accorciare il link
2. Rinominarlo
3. Analizzare i clic



Visit Trentino
29 aprile alle ore 16:23

! RUBRICA 'MeteoTrentino del Weekend'

- ✓ Venerdì 30: variabile con probabili rovesci e temporali sparsi al pomeriggio sera.
- ✓ Sabato 01: parziali schiarite al mattino con precipitazioni via più diffuse ed intense dal pomeriggio sera e nella notte.
- ✓ Domenica 02: perturbato con precipitazioni a tratti diffuse specie al primo mattino ed al pomeriggio sera quando potrebbero localmente assumere carattere temporalesco.

bit.ly/Primavera-Trentino

Resta aggiornato su www.meteotrentino.it
[#visitrentino](https://www.facebook.com/visitrentino)

Web Copywriting: 4 LA LINGUA

- Dopo la virgola il punto e virgola, il punto, i punti esclamativi e interrogativi, inserisci uno **spazio** prima della parola successiva.
- I **punti di sospensione** sono sempre e solo tre. Dopo averli inseriti, usa uno spazio e inizia la parola successiva con la lettera maiuscola.
“Non saprei... Vediamo cosa dice”
- **Non scrivere tutta una frase in maiuscolo** perché, online, equivale a gridare. Non è educato e rispettoso. Metti in maiuscolo solo una parola chiave eventualmente, per rimarcare un concetto significativo.
- Se ti rivolgi ad un pubblico eterogeneo, non di nicchia o specializzato nella materia che tratti, **evita tecnicismi**, altrimenti i tuoi contenuti potrebbero risultare incomprensibili, quindi inutili.

Web Copywriting: 4 LA LINGUA

 **BikeSquare**
15 dicembre 2020 · 🌐

Regala il divertimento! 🎁
Non vedi l'ora di poter trascorrere di nuovo del tempo all'aria aperta con le persone che ami?
Oggi puoi fare per loro un #regalo 🎁 davvero speciale: un buono per una giornata in #ebike, 🚲 scopri le esperienze già organizzate per te.

È tutto pronto mancata solo voi...e il divertimento assicurato!
<https://ebike.bikesquare.eu/ita> 🛒



 **BikeSquare**
bikesquare.eu
Member since 2011

Web Copywriting: 5 EMOJI

 **BikeSquare**
11 dicembre 2020 · 🌐

Pic-chic in ebike 🚲🚲 da Poderi Zunino, ottima idea regalo! 🎁
Pedalata in #ebike con #soggiorno in agriturismo oppure con pic-chic.
Il pic-chic è gustare deliziosi manicaretti 😊 all'aria aperta con stile!
Scopri le tante prelibatezze prodotte in agriturismo, sono attive le spedizioni.
Per il tuo #buono #regalo 🎁🛒
<https://ebike.bikesquare.eu/ita/pages/buono-regalo> 🛒



 **Guida Torino**
29 aprile alle ore 07:26 · 🌐

Visite guidate all'Orto Botanico di Torino per ammirare le piante e le fioriture (posti limitati e prenotazione obbligatoria)... Tutte le info nell'articolo! 🌷🌸🌹🌺



 GUIDATORINO.COM

Week-end all'Orto Botanico: visite guidate tra piante secolari e magici fiori

 Ilaria Sciadi Adel e altri 568 Commenti: 6 Condivisioni: 101

 Mi piace  Commenta  Condividi

Visualizza altri 3 commenti **Meno recenti** ▾

Web Copywriting: 6 PAROLE-MAGNETE

- Facile
- Esclusivo
- Gratuito/gratis
- Offerta
- Garanzia
- Migliore
- Urgente
- Risparmio
- Sconto
- Promozione

A cosa serve la Climatizzazione Industriale?

Le nostre Pompe di Calore funzionano esattamente come il climatizzatore di casa tua: sono **facili da installare** e appositamente sviluppate per lavorare in ambienti industriali.



Come funziona la tecnologia Tecsaving

- ✓ Installazione **semplice** e poco invasiva.
- ✓ Temperature confortevoli in ambiente.
- ✓ Investimento contenuto.
- ✓ Non servono il Certificato di Prevenzione Incendi e autorizzazioni per emissioni in atmosfera.
- ✓ Unità **silenziose**, modulari e trasferibili.
- ✓ **Risparmio** economico nei consumi.

CONTATTACI SENZA IMPEGNO

Nome*	Cognome*
Azienda	Provincia* <input type="text"/>
Telefono*	Email*
Dimensione in pianta del capannone in m² *	

GUIDA TORINO

[COSA FARE/VEDERE](#) [EVENTI A TORINO](#) [DOVE MANGIARE](#) [USCIRE LA SERA](#) [CURIOSITÀ](#) [INFORMAZIONI UTILI](#) [DINTORNI DI TORINO](#) [CERCA](#)

[Guida Torino](#) > [Torino: Cosa Fare e Vedere](#) > [Musei di Torino](#) > Maggio 2021: le 12 mostre a Torino da non perdere

Maggio 2021: le 12 mostre a Torino da non perdere

★★★★☆ (Voti: 401 . Media: 3,79 su 5)

Web Copywriting: 7 IL TITOLO

Deve risolvere un problema:

- Come fare a
- Numeri
- Aggettivi positivi



Home » Guide utili montagna: info e consigli » Imparare a sciare: quattro cose che devi sapere

Imparare a sciare: quattro cose che devi sapere

GUIDE UTILI MONTAGNA: INFO E CONSIGLI

GUIDA TORINO

COSA FARE/VEDERE EVENTI A TORINO DOVE MANGIARE USCIRE LA SERA CURIOSITÀ INFORMAZIONI UTILI DINTORNI DI TORINO CERCA

[Guida Torino](#) > [Torino: Cosa Fare e Vedere](#) > Le 10 cose da fare a Torino questo weekend (30 Aprile e 1/2 Maggio 2021)

Le 10 cose da fare a Torino questo weekend (30 Aprile e 1/2 Maggio 2021)

★★★★☆ (Voti: 335 . Media: 3,90 su 5)

Prova l'Headline Analyzer di CoSchedule: <https://coschedule.com/headline-analyzer>

Il Miglior Scivolo Per Bambini



Word Balance

An analysis of the overall structure, grammar, and readability of your headline.

- COMMON** 0%
Increase the number of common words in your headline to improve your headline.
- UNCOMMON** 0%
Increase the number of uncommon words in your headline to improve your headline.
- EMOTIONAL** 0%
Increase the number of emotional words in your headline to improve your headline.
- POWER** 0%
Increase the number of power words in your headline to improve your headline.

⚠ *Headline Type:* **Generic**

Try using a sentence structure that will get your headline more shares.



HEADLINE TIPS

[What Makes Emotional Headlines So Powerful?](#)

[How To Master Your Headline Word Balance](#)

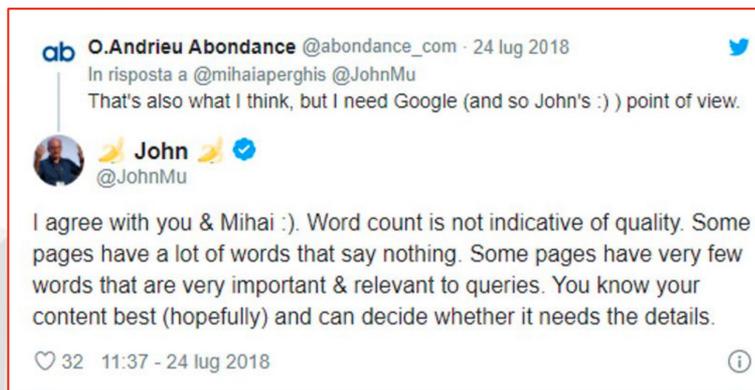
[Learn More About Headline Types](#)

ESERCITAZIONE

Riscrivere un articolo già pubblicato seguendo i consigli di Web Copywriting appena visti: <https://www.distrettolaghi.it/it/blogpost/lago-maggiore-lago-di-mergozzo-lago-dorta-tre-specchi-dacqua-che-riflettono-la-bellezza>

SEO COPYWRITING

- Analizza la **SERP** e i **competitor**: dovrai scrivere un testo **NON** più lungo, ma più **esaustivo** di loro
- Individua gli **intenti di ricerca** degli utenti (usa SEMrush, Ubersuggest, KeywordFinder, AnswerThePublic)
- Prendi con le pinze il plugin **Yoast SEO** per WordPress
- Ottimizza le **immagini**: rinominala correttamente e comprimile, meglio < 100 KB
- Usa la formattazione in H1, H2, H3, Paragrafo



SEO COPYWRITING

Violazione Privacy e GDPR: sanzioni e multe

Permalink: <https://yesnology.com/violazione-privacy-sanzioni-e-multe/> Modifica

Modifica con Elementor

Aggiungi media

Paragrafo

Titolo 1

Titolo 2

Titolo 3

Titolo 4

Titolo 5

Titolo 6

Preformattato

ormai entrata nelle nostre vite quotidiane. Proprio in quell'anno infatti, è stata introdotta la **General Data Protection Regulation** (*Regolamento Generale per la Protezione* ta appunto come GDPR.

amente **uniformato a livello europeo la tutela della privacy e dei dati personali** dei cittadini, garantendo quindi una tutela più omogenea dei diritti inviolabili. In che **responsabilizzante** del titolare del trattamento (l'azienda, la Pubblica Amministrazione, l'associazione), cioè di tutti coloro che trattano dati nell'ambito della loro attività

ta sia **sanzioni amministrative**, in caso di violazione della privacy e dei dati personali, sia **sanzioni penali**, regolate però dai singoli Stati (in Italia fanno ancora capo al Co ma del 2018).

penali di cui tanto si parla?

Si tratta di tutte quelle informazioni che identificano o rendono identificabile una persona fisica (come dati anagrafici, informazioni sulle abitudini di vita, convinzioni religiose, ma anche codice fiscale, indirizzo numero di targa dei mezzi personali, dati giudiziari).

Gli organi che vigilano sul rispetto della privacy e dei dati personali in Italia sono l'Autorità Garante per la privacy ed i nuclei operativi dedicati.

Violazioni della privacy: le conseguenze

In caso di violazione o mancato adeguamento al GDPR, i **soggetti coinvolti** sono:

- Il **titolare del trattamento** dei dati
- il **responsabile del trattamento** dei dati
- l'**organo che ha originariamente certificato** l'adeguamento al GDPR

Cosa accade in caso di violazione o mancato adeguamento al GDPR? Il Garante della Privacy può intervenire con tre strumenti

1. **sanzioni amministrative**
2. **sanzioni penali**
3. **correttivi**

Sanzioni amministrative

SEO COPYWRITING

TITOLO SEO

- Ogni pagina ne deve avere uno univoco!
- Deve rispecchiare l'argomento della pagina
- No troppe keyword (keyword stuffing)
- Google indicizza fino a 12 parole (circa)
- Meglio inserire la keyword all'inizio

DESCRIZIONE SEO

- Ogni pagina ne deve avere uno e deve essere unico
- Deve contenere frasi accattivanti e che invoglino l'utente a fare la sua scelta.

The screenshot shows a search engine result for the website 'latteneonati.it'. The title is 'Latte per neonati - Latte in polvere e artificiale per Bambini ...' and the description is 'Stai cercando un latte in polvere o artificiale ideale per neonati? Troverai consigli, latte in offerta delle migliori marche e tante offerte!'. A red box highlights the title, and a red arrow points from a label 'Titolo' to it. A green box highlights the description, and a green arrow points from a label 'Descrizione' to it.

latteneonati.it ▾

Latte per neonati - Latte in polvere e artificiale per Bambini ...

Stai cercando un **latte** in polvere o artificiale ideale per **neonati**? Troverai consigli, **latte** in offerta delle migliori marche e tante offerte!

Titolo

Descrizione

SEO COPYWRITING

Google turismo laghi piemonte

Tutti Notizie Maps Immagini Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 529.000 risultati (0,98 secondi)

Partiamo quindi per un viaggio tra i 15 laghi del Piemonte che meritano di essere visti e vissuti almeno una volta!



- Lago Maggiore. Cominciamo dal re dei laghi piemontesi, il Maggiore. ...
- Lago di Viverone. ...
- Lago Pistono. ...
- Lago della Vecchia. ...
- Laghi di Avigliana. ...
- Lago del Mucrone. ...
- Lago Sirio. ...
- Lago d'Orta.

Altre voci... • 1 ago 2019

https://www.expedia.it > ... > Tipo di vacanza > Natura

I laghi del Piemonte, mete alternative per vacanze intelligenti ...

Informazioni sugli snippet in primo piano Feedback

https://www.distrettolaghi.it > ...

Distretto Turistico dei Laghi

Agenzia Turistica Locale ufficialmente riconosciuta da Regione Piemonte per l'accoglienza, l'informazione e la promozione turistica di Lago Maggiore, Lago ...

Chi siamo - Laghi - Webcam - Terre di Benessere tra Laghi e...

Hai visitato questa pagina 5 volte. Ultima visita: 30/04/21

https://viaggi.corriere.it > itinerari-e-luoghi > cards > la... >

Laghi Piemonte: gita al lago Maggiore, d'Orta e Mergozzo ...

5 set 2020 — Sui laghi del Piemonte, il Maggiore, d'Orta e di Mergozzo, tra natura, ... che stanno reiventando il turismo, in posti bellissimi, ma ingessati in un ...

https://www.visitpiemonte.com > destinazioni-piemonte >

Laghi in Piemonte | VisitPiemonte

In Piemonte il turismo lacustre riserva deliziose sorprese, a partire dalla grande varietà di sport acquatici nei quali cimentarsi: dalla vela al canottaggio, dallo sci d' ...

http://www.touringclub.it > itinerari-e-weekend > quali-... >

Quali sono i borghi più belli sui laghi? - Touring Club Italiano

26 mar 2020 — Dal Piemonte al Lazio, ecco i paesi certificati dal Touring Club Italiano. ... quelli che si distinguono per le loro qualità turistico-ambientali.

https://www.interris.it > Meteo e Viaggi >

Turismo lacustre in Piemonte. Ecco i laghi più gettonati.

3 set 2020 — Arte, sport, natura, divertimento nel Verbano-Cusio-Ossola. In questa zona troviamo: Lago Maggiore, Lago d'Orta e Lago di Mergozzo.

SEO COPYWRITING

Yoast SEO

SEO Leggibilità Schema Social

Frase chiave ?

Ottieni le frasi chiave correlate

Anteprima di Google ^

Anteprima come:

Risultato per i dispositivi mobili Risultato per il desktop

yesnology.com > violazione-privacy-e-gdpr-sanzioni-e-...

● Violazione Privacy e GDPR: sanzioni e multe ●

Apr 19, 2021 · Cosa succede in caso di Violazione Privacy e GDPR? Scopri le varie sanzioni in cui si può incorrere sul blog di YESNOLOGY, la piattaforma per gestire il ...



Titolo SEO Insert variable

● Violazione Privacy e GDPR: sanzioni e multe ●

Slug

violazione-privacy-e-gdpr-sanzioni-e-multe

Meta descrizione Insert variable

Cosa succede in caso di Violazione Privacy e GDPR? Scopri le varie sanzioni in cui si può incorrere sul blog di YESNOLOGY, la piattaforma per gestire il GDPR.

ESERCITAZIONE

Quale TITOLO SEO e DESCRIZIONE SEO scriveresti per questo articolo?
<https://www.distrettolaghi.it/it/percorsi/la-caverna-delle-streghe-di-sambughetto>



—

06| CONVERSION CONTENT

—

HOMEPAGE SITO

- Immagini di qualità

(CXL Institute afferma la prima impressione che un utente si fa su un sito è per il 94% correlata alla grafica: <https://cxl.com/blog/first-impressions-matter-the-importance-of-great-visual-design/>)

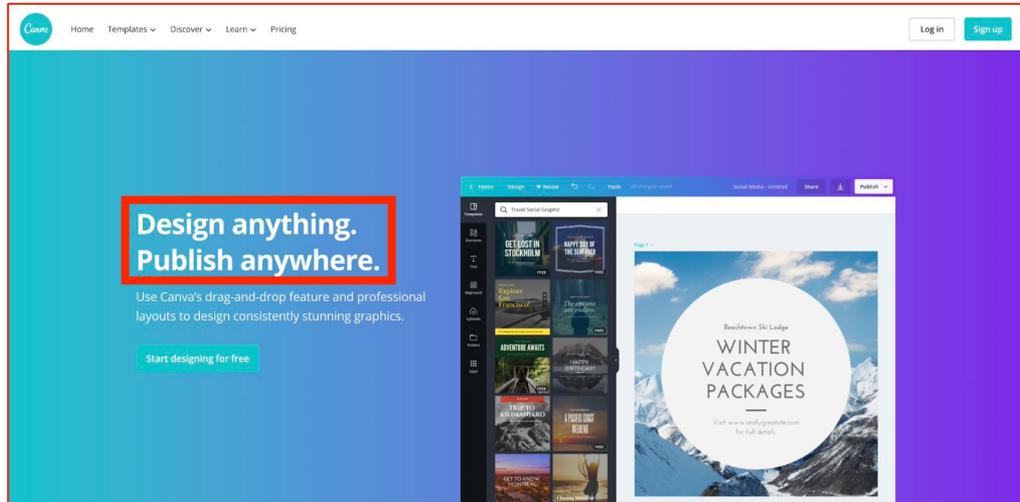
- **Layout semplice**, pulito e minimal, per non creare confusione e facilitare la navigazione
- **Menu comprensibile**, che consenta di trovare subito ciò di cui l'utente ha bisogno

The image shows a screenshot of a website's header and navigation menu. The header is white with a red border and contains the logo for 'DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI' (Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo, Monti e Valli d'Ossola) on the right and a navigation bar on the left. The navigation bar includes a home icon, 'La Destinazione' (with a dropdown arrow), and links for 'Visitare', 'Eventi', 'Ospitalità', 'Outdoor', 'Ville e Giardini', 'Enogastronomia', 'Benessere', 'Webcams', 'Media Room', and 'Contatti'. Below the header is a dark navigation menu with a red border, organized into three columns: 'I PRODOTTI', 'L'AZIENDA', and 'CONTATTI'. Each column lists several menu items.

I PRODOTTI	L'AZIENDA	CONTATTI
Demolizione	Chi siamo	Contattaci
Recycling	Rete vendita e service	Assistenza Clienti
Movimento terra	News	Lavora con noi
Attacchi Rapidi	Area Riservata	
Usato		

HOMEPAGE SITO

- *Unique Selling Proposition (USP)* forte e valida, posizionata in alto, così da essere subito visibile non appena il sito si apre



HOMEPAGE SITO

LA RIPROVA SOCIALE

The screenshot shows the homepage of WebSite X5. At the top, there is a navigation bar with the logo 'WS WebSite X5' on the left and menu items 'PANORAMICA', 'TEMPLATE', 'TUTORIAL', 'PREZZI', and 'BLOG' in the center. A 'INIZIA GRATIS' button is on the right. Below the navigation bar, four statistics are displayed in a row, each with a large number, a title, and a subtitle: '2005 Nasce WebSite X5', '120 Paesi in cui è presente', '18 Lingue in cui è disponibile', and '1.500.000 Persone che lo hanno scelto'. Below this, a testimonial section features a quote: 'Dicono di noi su Google.' followed by five stars and the text: 'Uso WebSite x5 di Incomedia da anni ed è veramente facile da usare, molto intuitivo e soprattutto ben fatto. Ottima anche l'assistenza che mi ha risolto in breve tempo un problema.' The testimonial is attributed to 'Luca Guidi' and is flanked by left and right arrow icons.

WS WebSite X5

PANORAMICA TEMPLATE TUTORIAL PREZZI BLOG INIZIA GRATIS

2005
Nasce
WebSite X5

120
Paesi
in cui è presente

18
Lingue
in cui è disponibile

1.500.000
Persone
che lo hanno scelto

// //

**Dicono di noi
su Google.**

★★★★★

Uso WebSite x5 di Incomedia da anni ed è veramente facile da usare, molto intuitivo e soprattutto ben fatto. Ottima anche l'assistenza che mi ha risolto in breve tempo un problema.

Luca Guidi

CONTACT PAGE

CARATTERISTICHE:

- un form ben strutturato in cui si chiede al visitatore di inserire i dati, come nome, cognome, email e messaggio di testo
- un'email aziendale, cui l'utente può scrivere se non ama compilare form, e un recapito telefonico
- la sede dell'azienda, meglio se completa di indirizzo, fotografia dell'esterno e di indicazioni Google Maps con mappa integrata.
- i riferimenti ai social: alcune persone optano per scrivere un messaggio su Facebook perché più veloce rispetto all'invio di un'email

CONTACT PAGE



Telefono
0521 813 813

Email
info@ilberso.it

Il Bersò
Via Cabassa n 5
S. Polo di Torrile - PR

CHIEDI UN PREVENTIVO

HOME CHI SIAMO PRODOTTI VANTAGGI NEWS DIVENTA RIVENDITORE CONTATTI

HOME > CONTATTI

C O N T A T T I

Sig. Cironiti Callisto
Tel. 338 870 54 58
✉ cironiti@ilberso.it

Sig. Ceccherini Amos
Tel. 334 394 65 74
✉ ceccherini@ilberso.it

Referente per le seguenti Regioni:

Emilia Romagna	Veneto
PARMA	PADOVA
REGGIO EMILIA	ROVIGO
MODENA	TREVISO
BOLOGNA	VERONA
FERRARA	VENEZIA
FORLÌ CESENA	VICENZA
RIMINI	

Referente per le seguenti Regioni:

Emilia Romagna	Toscana
PIACENZA	FIRENZE
	GROSSETO
Lombardia	LIVORNO
TUTTE LE PROVINCE	LUCCA
	MASSA CARRARA
Liguria	PISA
TUTTE LE PROVINCE	PISTOIA
	SIENA
Piemonte	
TUTTE LE PROVINCE	

Per tutte le Province non presenti nell'elenco contatta l'indirizzo fuoriprovincia@ilberso.it

CONTACT PAGE

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Meruzzo, Monti e Valli d'Osola

La Destinazione | Visitare | Eventi | Ospitalità | Outdoor | Ville e Giardini | Enogastronomia | Benessere | Web

Contatta la struttura

Puoi lasciare un messaggio usando il form di contatto qui sotto.

Il tuo nome *

Il tuo indirizzo e-mail *

Oggetto *

Categoria *

Contatto dal sito

Messaggio *

Non sono un robot

reCAPTCHA Privacy - Termini

Invia messaggio

Contattaci

Nome e Cognome(*)

Il tuo nome

Il tuo cognome

Email(*)

Il tuo indirizzo email

Numero di telefono

Il tuo numero di telefono

Oggetto della tua richiesta

Oggetto

La tua richiesta

Scrivi qui il tuo messaggio.

Invia

CONTACT PAGE

Guida Torino > Contatti

Contatti

★★★★★ (Voti: 16 . Media: 3,94 su 5)

  Pianifica, se
Provalo Gratis >

GuidaTorino è la **prima guida web della città di Torino** con consigli utili, informazioni, notizie e curiosità sul capoluogo piemontese. **Ogni mese oltre un milione e mezzo di visitatori** scelgono il nostro sito per scoprire gli eventi, i luoghi ed i segreti da non perdere a Torino.

Vuoi darci un suggerimento, segnalarci un evento o chiederci un'informazione? Compila il modulo sottostante oppure invia direttamente una e-mail all'indirizzo info@guidatorino.com.

Vuoi pubblicizzare la tua attività su Guida Torino? Scrivici qui.

Nome:

E-mail:

Messaggio:

Ho letto e accetto la [Privacy Policy](#)

Invia

(Tutti i campi sono obbligatori)

- Ribadisce **cosa è il portale** e la sua utilità → incentiva il contatto
- Chiarisce per **quali motivi** potresti contattare il portale
- Fornisce **2 alternative**: il form o l'email
- Specifica un contatto preciso per collaborazioni **pubbлицitarie** → scansione del flusso di lavoro
- Specifica, senza dare nulla per scontato, che tutti i campi **sono obbligatori** → risparmia tempo all'utente

LANDING PAGE

Installa la climatizzazione nel tuo capannone industriale sfruttando gli incentivi statali.

A cosa serve la Climatizzazione Industriale?

Le nostre Pompe di Calore funzionano esattamente come il climatizzatore di casa tua: sono facili da installare e appositamente sviluppate per lavorare in ambienti industriali.



Come funziona la tecnologia?

- ✓ Installazione semplice e poco invasiva.
- ✓ Temperature confortevoli in ambiente.
- ✓ Investimento contenuto.
- ✓ Non servono il Certificato di Prevenzione Incendi e autorizzazioni per emissioni in atmosfera.
- ✓ Unità silenziose, modulari e trasferibili.
- ✓ Risparmio economico nei consumi.



Perché installare la climatizzazione nella tua azienda

- Migliora la concentrazione e la produttività dei lavoratori
- Permette ai macchinari di resistere più a lungo

CONTATTACI SENZA IMPEGNO

CONTATTACI SENZA IMPEGNO

<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	

CONTATTACI

Immagina i tuoi collaboratori felici, sereni e più efficienti sul lavoro. Immagina che anche i tuoi macchinari lo siano.

La climatizzazione industriale trasforma i capannoni da ambienti soffocanti e gelidi a luoghi di lavoro confortevoli, dove gli operatori lavorano con meno fatica e più concentrati.



Rendi FELICI i tuoi collaboratori e CONFORTEVOLE l'ambiente di lavoro

<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	

SCOPRI DI PIÙ



SCOPRI DI PIÙ

I vantaggi per Te e la Tua azienda

- Sfrutti gli incentivi statali ed installi la climatizzazione nel capannone con investimenti contenuti
- I tuoi collaboratori sono più felici, sentono meno la fatica e sono più efficienti
- I macchinari non risentono dei problemi per alte o basse temperature
- Ottieni un risparmio economico nei consumi
- Non hai bisogno del Certificato di Prevenzione Incendi e autorizzazione per emissioni in atmosfera

Trasforma il tuo capannone in un ambiente confortevole

LANDING PAGE

GET A 5-STAR MEXICO VACATION FOR A 2-STAR PRICE

Enjoy Cabo's sunshine for just \$500 per week for two! Including airport transfers.

SEND ME MORE DETAILS



Offers this good, don't stay around forever! Apply now to secure your week, before it's too late.



"First, this resort is a really tremendous value for what you get compared to other resorts in the area. We stayed here a couple times before when it was an Intercontinental. By in large, it's not changed much, and we would definitely go back!"

Deanna V.

5 reasons to stay 
with us:

- 7 nights 5 star luxury accommodation for two
- Stunning beachfront location
- We take care of everything, including airport transfers
- Direct daily flights
- Discover one of the richest cultures



- Titolo «eye-catching»
- Form con soli 3 campo essenziali
- CTA rassicurante
- Vantaggi
- Riprova sociale
- Immagine accattivante

LANDING PAGE per Il Distretto Turistico dei Laghi

UTILE PER:

- Ottenere lead caldi a cui inviare **newsletter per promuovere** certi eventi/percorsi → lead magnet (PDF scaricabile su un nuovo itinerario o guida scaricabile su come vestirsi e attrezzarsi per un determinato sentiero)
- Ottenere lead cui inviare **codici sconto** da usufruire nei ristoranti convenzionati → enfasi partnership con brand enogastronomici
- Ottenere lead cui inviare **sondaggi** brevi per capire che cosa il target di riferimento vorrebbe sapere/trovare/scoprire sul portale

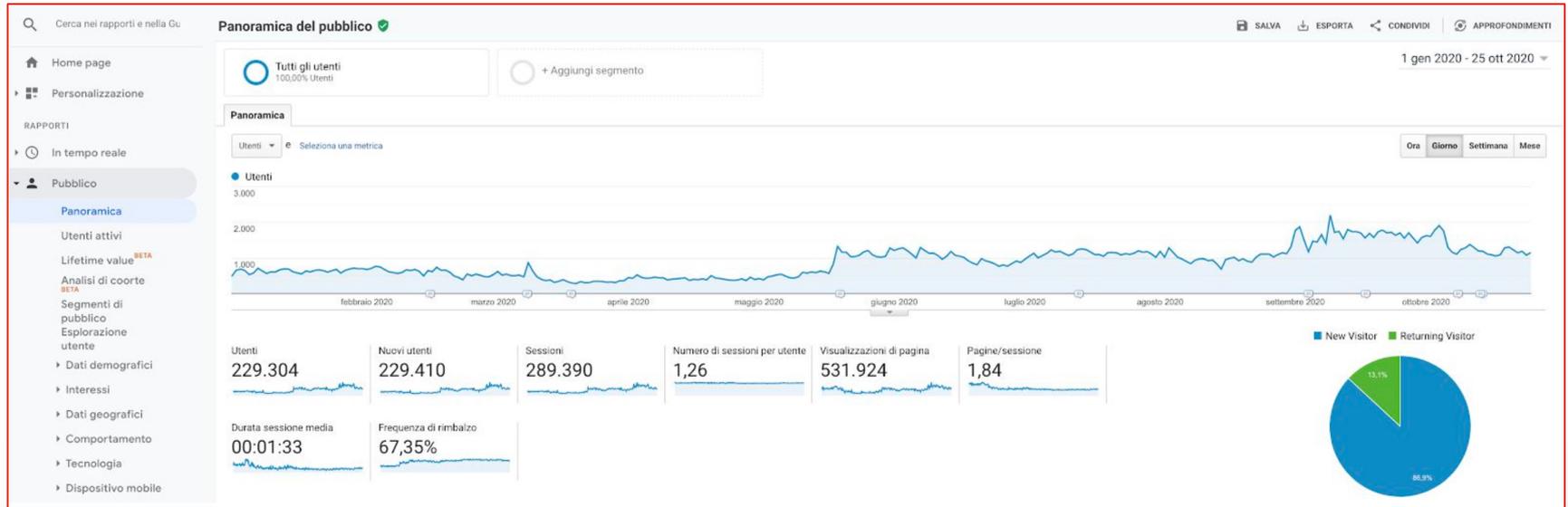
ESERCITAZIONE

Quali sono, secondo te, i punti di forza e i punti di debolezza dell'homepage del sito <https://www.distrettolaghi.it/it?>

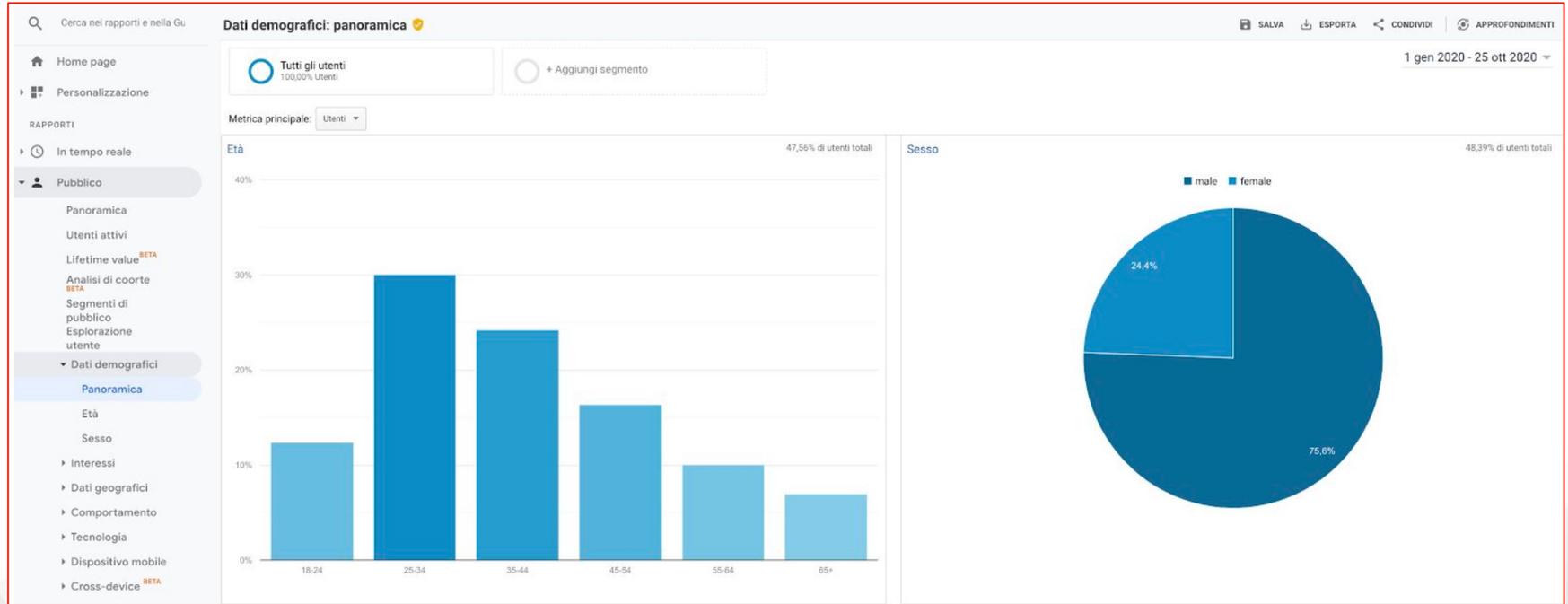


—
07| ANALYTICS&REPORT
—

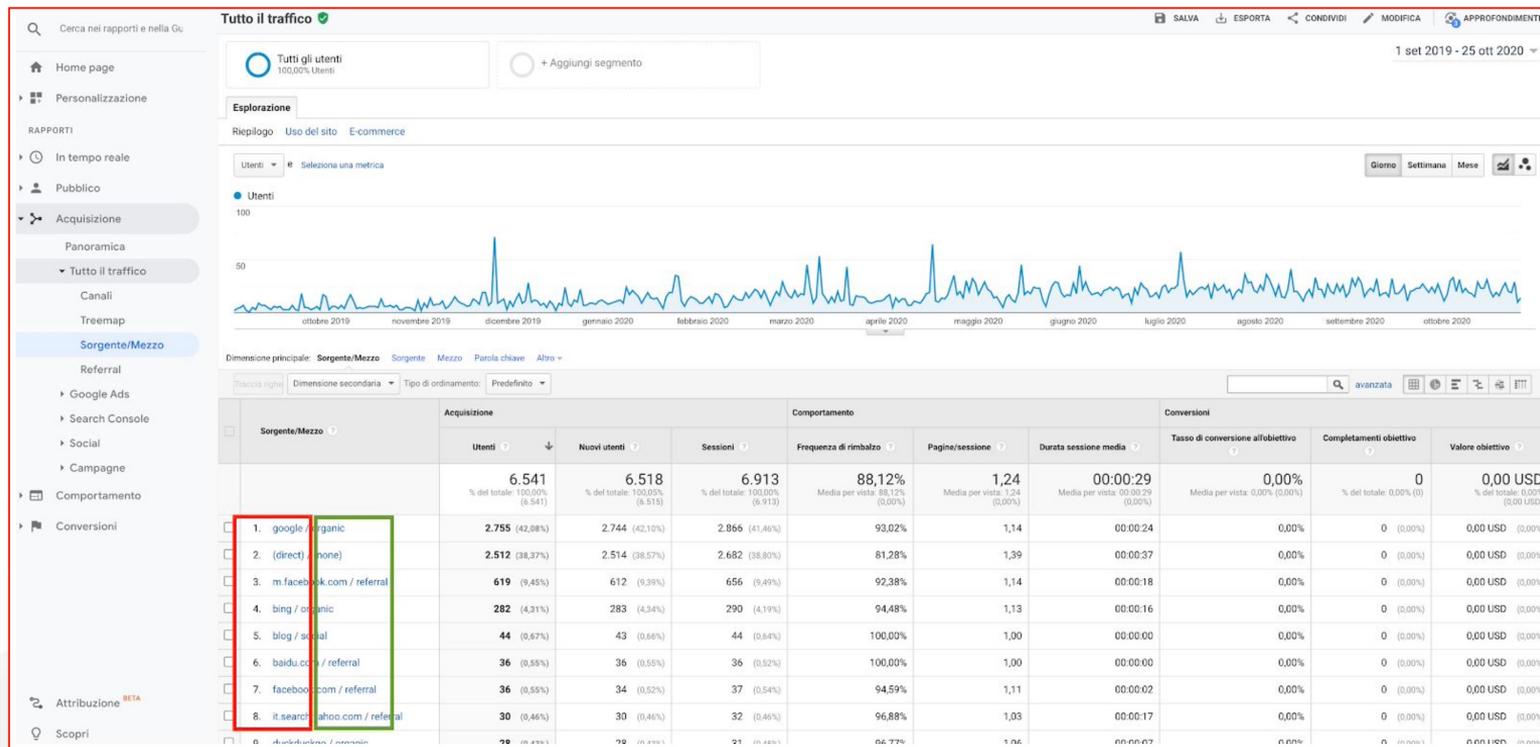
GOOGLE ANALYTICS: overview



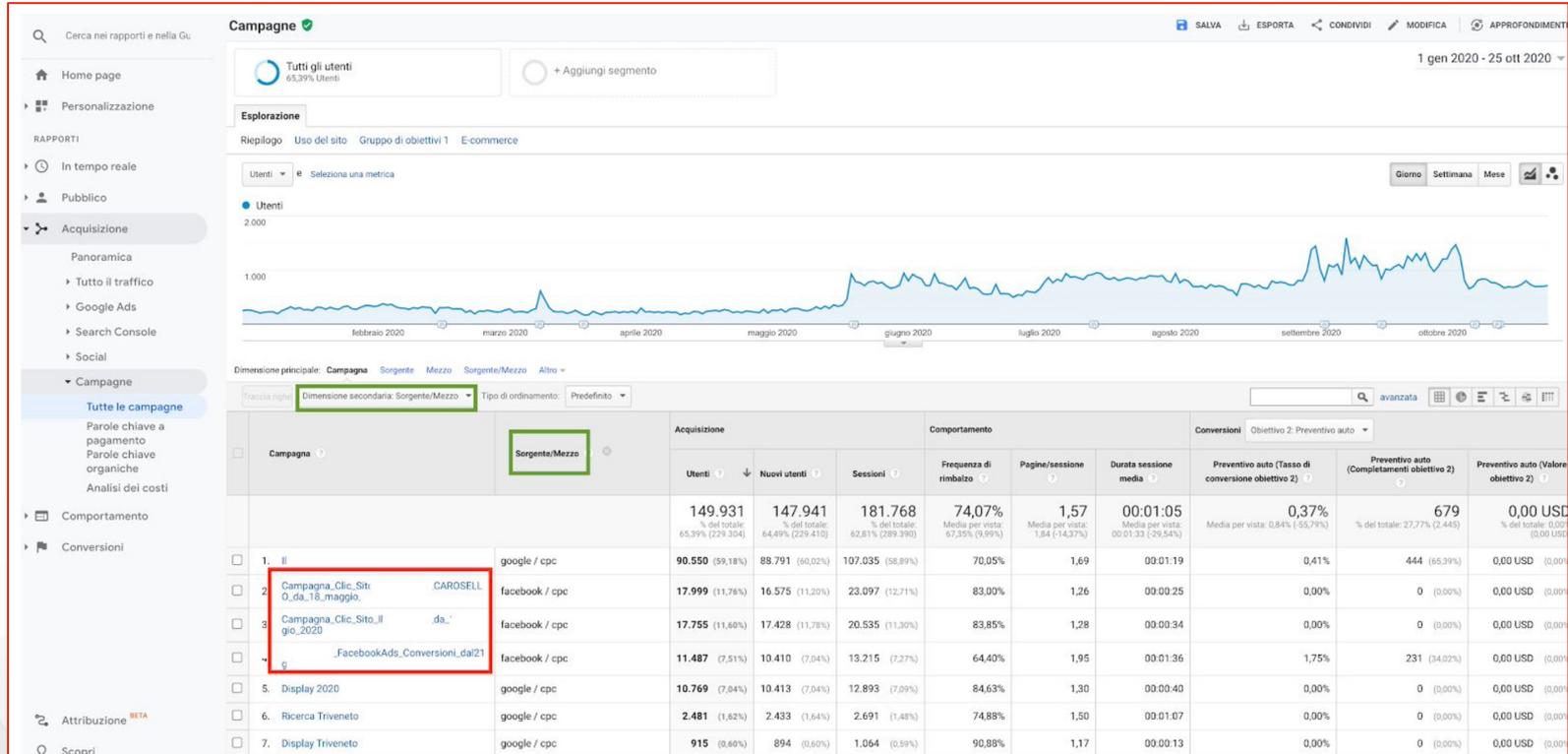
GOOGLE ANALYTICS: il pubblico



GOOGLE ANALYTICS: il traffico



GOOGLE ANALYTICS: il traffico



CONTENT REPORT

A	B	C	D	E	F	G	H
Fan Facebook	Engagement Facebook	Sessioni al sito	Tenpo medio sul sito	Frequenza di rimbalzo	N. lead	Costo per lead	Richieste preventivo
16.435	34%	234.933	5 minuti e 30 secondi	56%	86	13,76	23





08| DECISIONI DATA-DRIVEN

COME PRENDERE DECISIONI DATA-DRIVEN

Caso 1: i visitatori del mio sito sono soprattutto giovani di età compresa tra i 18 e i 25 anni, ma il mio target è uomo/donna di famiglia 30-50 anni.

Strumento: Google Analytics

Possibili decisioni:

- Faccio un bel Content Audit per capire quali contenuti sono troppo spinti verso un'età così giovane
- Può essere ci sia stato qualche errore di targetizzazione delle campagne ADV, dove ho selezionato una fascia troppo giovane

COME PRENDERE DECISIONI DATA-DRIVEN

Caso 2: il tempo medio di permanenza sul mio sito è in media di 10 secondi.

Strumento: Google Analytics

Possibile decisione:

Posso provare a cambiare formati di contenuto che siano più coinvolgenti per il mio target in modo da aumentare il tempo di permanenza.

Ad esempio può essere che l'utente non abbia voglia di leggere molto testo presente sul sito (ecco perché il tempo speso è così basso), ma preferisca vedere un video di 15 secondi che spieghi ciò che hai scritto a parole.

COME PRENDERE DECISIONI DATA-DRIVEN

Caso 3: alto numero di disiscritti nell'ultimo mese alla newsletter (ad esempio 30 disiscritti su un database di 200).

Strumento: piattaforma di email marketing scelta

Possibile decisione:

Eseguo un'analisi per vedere chi sono i disiscritti. Devo capire:

- se sono persone che si erano iscritte molto tempo per pura curiosità
- se sono potenziali concorrenti
- se sono persone non più interessate a ciò che dico.

In questi casi non me ne curo.

Se invece sono persone potenzialmente in target con il mio business, devo la linea editoriale, forse troppo lontana dai bisogni del mio pubblico. O ancora posso decidere di attirare nuovi iscritti profilati con campagne Facebook Ads.



Domande o curiosità?

The logo for Ninja Academy is centered on a background of overlapping, semi-transparent triangles in various shades of gray. The word "ninja" is written in a bold, lowercase, black font with a stylized, rounded appearance. Below it, the word "ACADEMY" is written in a smaller, uppercase, black, sans-serif font.

ninja
ACADEMY