

GUIDA EDITORIALE





SOMMARIO

1. Cosa devi conoscere
2. Video
3. Articoli per il Blog
4. E-book
5. Streaming su facebook

Questa è una breve guida delle modalità di preparazione dei contenuti digitali che saranno oggetto di pubblicazione:

- Video
- Articoli per il Blog
- E-book
- Streaming su facebook





**IL SUCCESSO DEL NOSTRO
NETWORK DIPENDERÀ DALLA
COERENZA E PREPARAZIONE
DELLE NOSTRE AZIONI.
SEGUIAMO ATTENTAMENTE LE
REGOLE DEL GIOCO, E
VINCIAMO INSIEME!**

GUIDA EDITORIALE

www.tidifendo.com



1. LA MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

Quando programmi un contenuto editoriale e vuoi comunicarlo devi focalizzare l'attenzione su **5 elementi** fondamentali:

1. Per chi è
2. Per chi non è
3. Perché è speciale
4. Cosa farà questo prodotto
5. Perché è interessante

Se prendi spunto da qualcosa che trovi scritto da altro autore, devi rispettare il Copywriting, utilizzare contenuti **originali** e di **interesse**, devi essere persuasivo. Pensa al tuo pubblico!

ALCUNI SUGGERIMENTI

1.

**INDIVIDUA L'OBIETTIVO DEL TUO MESSAGGIO
E IL CONTENUTO DA PROMUOVERE**

2.

**SELEZIONA IL TARGET AL QUALE VORRESTI
RIVOLGERE LA TUA COMUNICAZIONE**

3.

**RIVOLGITI IN PRIMA
PERSONA ALL'UTENTE**

4.

**UTILIZZA I VERBI AL PRESENTE,
UN TONO DI VOCE POSITIVO E
UN LINGUAGGIO CHIARO**

5.

TESTO BREVE E SEMPLICE

6.

**EVITA FRASI AVVERSARIE
(MA, PERÒ, FORSE)**

7.

**INSERISCI UN LINK O
UN INVITO ALL'AZIONE**

8.

**COORDINA IL CONTENUTO
CREATIVO CON IL MESSAGGIO
PROMOZIONALE**





2.VIDEO

Video

Per preparare un video bisogna fare attenzione alle luci, alla distanza dallo schermo, alla sicurezza da mostrare ed al linguaggio utilizzato.

www.tidifendo.com

LIVE STREAMING



2. EDITING VIDEO

Per **preparare Video** lo strumento che consigliamo, facile ed intuitivo, è:

- Camtasia (Free)

Per editare i tuoi video, tagliare e incollare, aggiungere effetti o suoni, correggere luminosità e contrasto, puoi anche utilizzare diverse risorse rintracciabili in rete, sia free che a pagamento.

Eccone alcune **free**:

- Lumen5
- Adobe Spark
- Avidemux
- Shotcut



REGOLE BASE PER UN CORRETTO STREAMING

Se non avete esperienza come intrattenitori, siete abili nell'arte oratoria ed esperti dei mezzi di trasmissione, ci sarà tanto da fare prima che il vostro contenuto sia buono per il web ma con passione e professionalità possiamo raggiungere alti livelli. Come per tutte le cose, uno **streaming di successo** deve produrre un contenuto degno di essere guardato. Fatevi una domanda, se lo streaming che sto guardando non mi intrattiene, io continuerò a guardarlo? Se la risposta è no, allora perché altri dovrebbero guardare il vostro se nemmeno voi lo fareste per loro.

Le regole per uno streaming di successo sono:

1. Quali sono i vostri obiettivi?
2. Pianificazione e preparazione mentale
3. Software e attrezzatura
4. Consigli per la prima fase di crescita
5. Comportamenti positivi durante lo streaming



ARTICOLI E-BOOK

3. Articoli per il Blog

L'articolo deve rispettare le seguenti regole:

- Titolo massimo 65 caratteri
- Abstract massimo 120 caratteri
- Battute massimo 1500 caratteri

4. E-book

L'e-book può essere preparato come una tesi, attenzione va data a:

Copertina: utilizza Canva

Introduzione: creare aspettativa

Conclusioni: sintesi e messaggio di valore

Bibliografia: indicare le fonti e citazioni

Contatti: indica i contatti di:



FACEBOOK E LO STREAMING

Regola n. 1 prima della diretta definisci **dove** e **quando**.

Trasmetti i tuoi video sulla fanpage oppure all'interno di un gruppo in cui i principali argomenti di discussione sono relativi al tuo campo d'azione. Ricorda che il social non permette alle pagine di condividere i live su gruppi o eventi, quindi c'è da **mettersi in gioco in prima persona** col profilo. E poi puoi considerare la **sponsorizzazione** degli stessi per acquisire maggior rilevanza.

Una pratica da non sottovalutare è quella di far presente con congruo anticipo quando trasmetterai, magari rendendo fisso nel tempo l'appuntamento per abituare gli utenti a **vederti con regolarità**.

Messaggi Whatsapp, newsletter o altri canali possono aumentare il seguito.



CONTENUTI DIRETTA FACEBOOK

CONTENT
#marketing #strategy #quality
#seo #media #e-mail #blog
#links #publish #create #share
#website #business #feedback
#review #picture #blogging
#podcast

Un testo introduttivo accattivante attira le persone, curiose di capire cosa stia accadendo semplicemente cliccando sul tasto Play. Lo spazio circostante non deve distrarre rispetto al focus della trasmissione, punta poi ad una riduzione ai minimi termini del rumore di sottofondo per garantire un audio pregevole.

Fase 1 apertura e presentazione, 5 minuti: Ambientare il live presentando i partecipanti ed annunciare il programma, e le motivazioni dell'incontro, e a chi è rivolto.

Fase 2 dialogo 35 minuti

Domanda
canovaccio

CONTENUTI DIRETTA FACEBOOK

CONTENT
#marketing #strategy #quality
#seo #media #e-mail #blog
#links #publish #create #share
#website #business #feedback
#review #picture #blogging
#podcast

Fase 3 Pausa e saluti 10 minuti: saluta gli amici, leggere i commenti e rispondere alle domande, salutare gli utenti chiamandoli per nome (mantiene alto l'engagement e li renderete protagonisti del vostro contenuto).

Guardando un filmato in diretta, gli utenti hanno l'opportunità di fornire un **feedback**, porre quesiti ed utilizzare le Reactions quale processo di approvazione.

Ricorda che citare il nome ed il cognome degli interlocutori aumenta l'empatia, facendo sentire più importanti le persone che saranno spinte ad interagire sempre più. Non sono necessari lungometraggi: anche un video di 10 minuti può essere efficace, basta dare agli utenti un buon motivo per vederlo.

Comportamento espressivo: essere autentico, gli spettatori si immedesimeranno e avranno a cuore ciò che state facendo.

Facebook Live Streaming: call to action

Assicurati di terminare il video con un invito all'azione, informando un po' il pubblico circa i tuoi piani nel **prossimo appuntamento**. Chiedi loro di condividere il video presente sulla timeline e sii disponibile a rispondere ad eventuali domande poste nei commenti successivamente.

Facebook Live Streaming: controllo dei risultati

Al termine della diretta potrai controllare il numero totale delle persone che hanno visto il video durante la diretta, una rappresentazione grafica della quantità di spettatori presenti così da poter capire i momenti di maggiore e minore interesse, gli spettatori unici, le visualizzazioni complessive, quelle di almeno 10 secondi e la percentuale media di completamento del video.

**Gentile utente
seguire queste
istruzioni ti farà
raggiungere un
solo obiettivo:
il **successo****

www.tidifendo.com

SUCCESS



Contattaci
www.tidifendo.com

Business Computing Innovation srl,
Sede Legale: Viale Pisa n. 45 Milano
E-mail: info@tidifendo.com
Telefono: Tel. e Fax: 0287178916 - 0823.210474
Whatsapp: 388 1536706

Social

Fb: <https://www.facebook.com/tidifendo>
In: <https://www.linkedin.com/company/tidifendo-com>

