

1 - Identifica le tue Reader Personas



CHI VUOI CHE TI LEGGA

- Ruolo, settore, livello di esperienza
- Obiettivi e sfide del suo lavoro
- Le domande che si pone davvero
- Dove le cerca: feed, newsletter, gruppi, commenti

Non è sempre chi compra:

- Spesso è chi ti segnala, chi ti invita a parlare, chi porta il tuo nome in una riunione

ACTIONS:

- Parti dai dati che hai già: chi ha visualizzato il profilo
- Compila la scheda per due o tre personas, non di più
- Rileggi i tuoi ultimi dieci post: a chi parlavano?

2 - Definisci il tuo posizionamento



IN UNA RIGA

- A chi ti rivolgi
- Quale problema risolvi
- Con quale metodo o approccio

I temi guida:

- Due o tre, non dieci
- Sono quelli su cui vuoi essere cercato

ACTIONS:

- Verifica che nessuno dei tuoi pari possa firmarla identica
- Se non passa quel test è una categoria, non un posizionamento

3 - Ottimizza il Profilo: il metodo 5C



LE 5C

- Completezza
- Chiarezza
- Credibilità
- Catchy
- Customer-centric

Le nove sezioni chiave:

- Immagine di sfondo e foto
- Sommario e In primo piano
- Informazioni ed Esperienze
- Competenze, Referenze, Interessi

ACTIONS:

- Riscrivi sommario e informazioni in chiave lettore, non curriculum
- Una sezione al mese, non tutte in un pomeriggio

4 - Costruisci il network



UN CONTENUTO VALE QUANTO CHI LO LEGGE

- Il network è la definizione operativa del pubblico del blocco 1
- Qualità prima della quantità

Chi invitare:

- Ricerca avanzata sulle Reader Personas
- Collegamenti di secondo livello a partire da chi già ti legge
- Chi commenta i contenuti dei tuoi pari

Come invitare:

- Una nota che dà contesto, mai un pitch
- Un motivo concreto per cui scrivi proprio a quella persona

Cosa seguire:

- I temi guida, non solo le persone
- Le voci di riferimento del tuo settore

Igiene della rete:

- Chi non c'entra diluisce la portata verso chi conta

ACTIONS:

- Dieci richieste mirate a settimana, sempre con nota

5 - Scegli i tuoi Content Pillar



QUATTRO PILASTRI

- Autorevolezza (circa metà): framework, spiegazioni, prese di posizione
- Affinità: storie professionali con un punto vero
- Prova: casi, prima e dopo, risultati
- Domanda: la quota più piccola, inviti e risorse

ACTIONS:

- Un post di prova ogni tre o quattro di autorevolezza
- Tutto ancorato ai due o tre temi guida
- A fine mese misura la proporzione reale

6 - Produci: dal commento alla newsletter



CINQUE FORMATI, CINQUE COMPITI

- Commento: come ti fa notare chi non ti segue ancora
- Post: il formato di ritmo
- Documento e video: per i temi che meritano spazio
- Articolo: per ciò che deve restare e farsi trovare
- Newsletter: per un pubblico che ti aspetta

ACTIONS:

- Definisci il mix settimanale prima di scrivere
- Riusa lo stesso contenuto in tre formati

7 - Coltiva la relazione



DOVE MATURANO LE DECISIONI

- Rispondi a tutti i commenti nelle prime ore
- Porta in privato le conversazioni che meritano, senza vendere
- Riconosci quando un lettore diventa un'occasione

ACTIONS:

- Quindici minuti al giorno nei commenti altrui
- Una conversazione privata a settimana, aperta senza chiedere nulla

ACTIONS: LA ROUTINE SETTIMANALE

Audit: guarda chi ti ha visualizzato e da quale contenuto è arrivato

Build: aggiorna una sezione del profilo al mese

Connect: dieci richieste mirate a settimana, sempre con nota

Publish: due o tre contenuti a settimana sui tuoi temi guida

Engage: quindici minuti al giorno nei commenti di chi vuoi raggiungere

Measure: impression sui temi guida, visite al profilo, conversazioni aperte

RESULTS: METRICHE E KPI

Awareness: quante persone in target ti leggono? Le impression crescono sui tuoi temi guida?

Consideration: quante visite al profilo dopo un contenuto? Chi ti visualizza è il pubblico giusto?

Conversion: quante conversazioni private, call e richieste nascono dai contenuti?

Advocacy: quante persone ti citano o ti segnalano senza che tu lo chieda?