

L'accidia può essere un vero danno per il nostro blog aziendale...infatti un buon consiglio per la gestione è quello di pubblicare in maniera costante e frequente.

Se hai un blog e non pubblichi articoli regolarmente nel tempo abbatti le potenzialità del tuo lavoro drasticamente, sempre che lo scopo del tuo blog sia quello di generare un inbound marketing e non quello di fare un mero esercizio di stile

Pubblicando costante mente e giornalmente, senza farsi prendere dal demone dell'accidia, e riuscendo a produrre almeno 20 post al mese avrai la possibilità di ottenere cinque volte il traffico di un blog che pubblica 4 post al mese.

Se partiamo dal presupposto che il nostro blog serve per la conversione delle visite in clienti o in visitatori del nostro sito aziendale possiamo ben comprendere che un dato del genere dovrebbe condurci a pubblicare almeno un post ogni singolo giorno lavorativo. questo semplicemente perché più traffico qualificato generato da articoli del nostro blog generare in prospettiva un forte ritorno economico.

Un esempio concreto un piccolo blog di nicchia che genera circa 600 visitatori al mese con 1400 pagine viste al mese. Questo blog è visitato solo per posizionamento naturale sui motori di ricerca, ha una media di pubblicazione di meno di due articoli al mese che definirei terribilmente accidiosa. Immaginando di riuscire ad elevare la propria capacità di pubblicazione a 20 post al mese il blog dovrebbe generare 2400 visitatori per 5600 pagine viste.

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:

info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119 L'accidia

come peccato capitale nelle gestione di un Blog

BENE MA TUTTO QUESTO SFORZO DI PUBBLICAZIONE COSA DOVREBBE PORTARE?

- Traffico
- Leads
- Autorevolezza nel settore di mercato
- Fiducia nel Brand
- Ritorno economico

Ipotizzando che il precedente blog generi un solo contatto interessante al mese per il sito aziendale escludendo tutte le altre tipologie di ritorno e concentrandoci solo sul vile denaro, ciò significa che grazie al blog abbiamo un cliente disposto a spendere dopo aver visitando il blog e letto i nostri articoli il valore del ritorno di un cliente è mediamente di x euro all'anno, possiamo ipotizzare che quadruplicando il traffico attraverso uno sforzo di pubblicazione di post frequente e costante abbiamo la concreta possibilità di quadruplicare i potenziali clienti interessati a spendere..io credo di si! Dunque avremmo un ritorno di 4x sotto il profilo economico senza contare tutto i gli altri fattori indiretti citati nell'elenco precedente.

Per essere molto brutali e diretti l'accidia del blog ci fa perdere molte opportunità di business. Se non vuoi lasciare i tuoi clienti ad altri comincia a pensare una strategia di pubblicazione di contenuti che abbia anche la caratteristica della frequenza e della costanza.

Un buon modo per far crescere un blog aziendale è quello di coinvolgere i dipendenti a fornire materiale per il blog, questo modo di vedere potrebbe portare risultati sorprendenti e punti di vista differenti che sicuramente offriranno ai utenti del vostro sito ottimo materiale di riflessione.

Organizzati con un piano per battere l'accidia crea un tuo piano di pubblicazione, investi 4 euro in un calendario e comincia a scrivere il tuo nuovo piano di pubblicazione spendendo una giornata a definire i possibili contenuti e soprattutto dando una precisa scaletta di pubblicazione a te e ai tuoi dipendenti e aiuta i tuoi collaboratori ad essere coinvolti nel progetto editoriale coinvolgendoli sulle tematiche da pubblicare e soprattutto inviandoli delle email che ricordino gli impegni presi rispetto alle tempistiche di pubblicazioni.

Se hai letto tutto questo blog e l'unico dubbio che ti rimane è che cos'è l'accidia sei pronto per correre a fare il tuo piano di pubblicazione di contenuti!

keep Calm and Get blogging

5/5 - (1 vote)