DANIELE IMPERI

COME SCRIVERE GUEST POST



Daniele Imperi

Come scrivere guest post

Breve guida a un guest blogging efficace

Sommario

Premessa....5
Introduzione al guest blogging....6
Vantaggi per il blogger ospite....6
Vantaggi per il blogger che ospita....7
Vantaggi per entrambi....7
Ultimi consigli sulla gestione di guest post....7
Capitolo 1 – 10 regole da osservare prima di scrivere un guest post....10
1 – Cercate blog a tema col vostro....10
2 – Preparate una strategia di guest blogging....10
3 – Leggete il blog ospite....11
4 – Fatevi conoscere prima di proporre un guest post....11
5 – Leggete i guest post pubblicati....11
6 – Studiate il lettore....12
7 – Leggete le linee guida sul guest posting....12
8 – Proponete il guest post....12
9 – Scrivete un'email professionale....13
10 – Avete un blog o no?....13
Capitolo 2 – 10 consigli per scrivere un guest post....14
1 - Che cosa scrivere nel guest post?....14
Come trovare un'idea per il guest post....15
2 - Scrivete un titolo efficace....15
3 - Scrivete un post che duri nel tempo....16
4 - Stile e linguaggio....16
5 - Lunghezza del post....16
6 - Formattazione del post....17
Come formattare un guest post?....17
7 - Stimolate i commenti....18
8 - Revisione, revisione, revisione....18
9 – Scrivete una mini biografia....18
10 – Convogliate i nuovi lettori in una landing page....18
Capitolo 3 – 6 buone pratiche di guest blogging....20
1 - Rispondete ai commenti....20
2 - Il guest blogging è web marketing, non SEO....20
3 - Un guest post rappresenta chi lo scrive....21
4 - Proponete un secondo guest post....21
5 - Tornate a frequentare il blog....22

6 - Curate il vostro blog....22
Capitolo 4 – 7 validi motivi per scrivere un guest post....24
1 - Blogging....24
2 - Web marketing....25
3 - Lettori....25
4 - Reputazione....25
5 - Autorevolezza....26
6 - Idee....26
7 - Stimoli....27
1 valido motivo per non scrivere guest post: SEO....27
Capitolo 5 – Scrivere guest post sotto Google Penguin....28
I 3 fattori chiave del guest posting....28
I 3 fattori controproducenti del gest blogging....29
Il guest blogging è SEM, non SEO....30
Appendice 1 – Guest blogging per aziende....32
Blogging aziendale....32
Individuare i blog tematici....33
Requisiti per il guest blogging aziendale....33
10 regole di scrittura per il guest blogging aziendale....34
Appendice 2 – Come pubblicare un guest post....36
L'introduzione al guest post....36
Il guest post....37
La presentazione del blogger....37
Appendice 3 – Il guest blogging è content marketing....38
Appendice 4 – Promuovere il guest post....39
Come promuovere un guest post....39

Premessa

L'ebook che state leggendo riunisce sette articoli pubblicati su Penna blu a partire dall'ottobre 2011. Il capitolo 5, Scrivere guest post sotto Google Penguin, era invece, col titolo “Come scrivere guest post vincendo Google Penguin”, un mio guest post per il blog di Francesco Gavello.

Il testo è stato revisionato e in parte anche riscritto da capo.

Buona lettura.

Daniele Imperi

Roma, 28 gennaio 2014

Introduzione al guest blogging

Il concetto di ***guest blogging*** è semplice: significa scrivere articoli in altri blog.

Il blog che ospita un guest post non diventa in quel caso multi-autore – in blog del genere c'è una redazione di blogger – ma pubblica semplicemente articoli di altri blogger, che otterranno così **visibilità**.

Ma perché dovremmo scrivere un guest post?

Perché è vantaggioso per noi che scriviamo e per chi ci ospita.

Vantaggi per il blogger ospite

- **Promozione**: scrivendo un guest post ci stiamo promuovendo, stiamo migliorando la nostra immagine, facendoci conoscere altrove e da altri lettori.
- **Traffico**: il nostro blog riceverà visite dal blog che ci ha ospitato perché, se avremo scritto un ottimo articolo – e dovremo scrivere un ottimo articolo! – i suoi lettori saranno curiosi di visitare il nostro blog.
- **Lettori**: alcuni visitatori potranno tornare a leggere il nostro blog. Ecco quindi che prima di proporre un guest post è bene dare un'occhiata allo stato del nostro blog: è trascurato? C'è qualcosa che non funziona? Abbiamo pubblicato di recente? Non vogliamo fare brutta figura, vero?

Vantaggi per il blogger che ospita

- **Diversificazione**: il blog inserisce una **novità** nelle sue pubblicazioni grazie a una nuova voce, un nuovo tipo di scrittura e nuovi argomenti. Questo renderà il blog ancora più apprezzato, perché i lettori sapranno riconoscerne la qualità.
- **Nuovi contenuti**: il blogger ha inserito nuovi **contenuti** nel suo blog e senza dover scrivere nulla.

Vantaggi per entrambi

- **Collaborazione**: fra i due blogger possono nascere **collaborazioni** di qualsiasi genere, anche professionali.
- **Link**: il blogger ospite guadagna un **link**, perché viene linkato dal blogger che lo ospita. Anche chi ospita può guadagnare un link: se scriviamo un guest post avviseremo i nostri lettori che possono leggere un nostro articolo altrove.

Ultimi consigli sulla gestione di guest post

Se volete scrivere un guest post:

- **Cercate i blogger**: di solito nei blog che seguite c'è una pagina dedicata al guest blogging. Se manca, scrivete pure al blogger chiedendo se accetta guest post e proponendogli la vostra idea.
- **Rispettate l'argomento**: l'argomento che trattate dovrà essere

attinente a quello del blog che vi ospita.

- **Rispondete ai commenti**: non è solo questione di educazione e correttezza, ma partecipare alla discussione darà più forza al vostro articolo e alla vostra immagine.

Se volete accettare un guest post:

- **Annunciatelo**: ho letto tanti guest post in inglese e ogni blog ha ovviamente il suo modo per presentare ai lettori il blogger ospite. Scegliete quello che vi sembra più conveniente. Io preferisco annunciarlo subito, una riga a inizio post, linkando il nome dell'autore al suo profilo su Google Plus (nei risultati delle ricerche la paternità del post pubblicato da me viene assegnata al guest blogger). Mi faccio spedire una presentazione, con un sito o blog da linkare e la inserisco a fine post.

- **Scrivi su...** : se volete ospitare un guest post, segnalatelo sul vostro blog. Create una pagina apposita per informare i vostri lettori di questa possibilità.

- **Decidete una linea editoriale**: stabilite delle linee guida da seguire, come lunghezza dell'articolo, link all'interno, linguaggio da usare, fermo restando che chi scrive deve mantenere il proprio stile di scrittura. Il blogger ospite dovrà rispettare la linea editoriale del blog su cui scrive. Basterà leggere alcuni articoli per rendersi conto di come vengono affrontati gli argomenti, il tipo di impaginazione utilizzato – anche se sarà il blogger che ospita a inserire l'articolo –

ecc.

- **Inserite il post**: l'articolo sarà inserito e impaginato da chi ospita, non essendo necessaria la registrazione al blog per pubblicarlo. Molti blogger, invece, creano un profilo per l'ospite nel loro blog e il guest blogger farà tutto da solo.

Capitolo 1 – 10 regole da osservare prima di scrivere un guest post

Il guest blogging, come abbiamo imparato, è una pratica di **blog marketing**, che permette di far conoscere un blogger a un pubblico differente e più ampio.

Vediamo insieme quelle che definisco 10 regole da seguire prima della scrittura di un guest post.

1 – Cercate blog a tema col vostro

È un punto fondamentale. Un guest post trova la sua definizione e la sua validità se pubblicato in un blog che tratta di uno o più argomenti del guest blogger, o quanto meno di quelli correlati.

È il primo passo da compiere per scrivere un guest post. Se l'intento è solo quello di piazzare il solito link, allora lasciate perdere. Un guest post è altro.

2 – Preparate una strategia di guest blogging

Non ha senso scrivere e pubblicare un guest post e fermarsi. Bisogna pensare a una **strategia di guest blogging**. Compilate una lista di blog a tema – blog che accettino guest post – e assegnate a ognuno l'idea per un articolo.

Stabilite anche una periodicità, per non correre il rischio di pubblicare un guest post oggi e un secondo magari fra un anno.

3 – Leggete il blog ospite

Non limitatevi a scoprire se un blog permette il guest blogging, ma leggetelo. Seguitelo. **Leggete i suoi post**, più sono e meglio è. Dovete conoscere attentamente il blog a cui proporrete un articolo.

La lettura del blog vi permetterà di valutare la qualità degli articoli, la loro presentazione, la formattazione, i temi trattati. Sono tutti elementi da considerare quando dovrete scrivere il vostro primo guest post.

4 – Fatevi conoscere prima di proporre un guest post

Non siate anonimi. Non proponete a un blogger un guest post se quel blogger neanche sa chi siete. Leggete e commentate i suoi articoli, affinché il blogger possa farsi un'idea di voi.

In questo modo avrete attirato la sua attenzione per due motivi:

1. il blogger avrà letto i vostri commenti
2. il blogger avrà visitato il vostro blog e magari anche commentato.

5 – Leggete i guest post pubblicati

Se in quel blog sono stati già pubblicati altri guest post, allora leggeteli. Potrete conoscere la qualità di ciò che hanno scritto i vostri predecessori. È un passo da non sottovalutare.

Non potete proporre articoli di qualità e utilità inferiori a quelli che altri guest blogger hanno scritto. Dovrete anzi superarli.

6 – Studiate il lettore

Allo studio del blog e dei suoi articoli dovete affiancare quello dei **lettori del blog**, attraverso la lettura dei commenti. In questo modo saprete a chi si rivolge il blog, **conoscerete il suo pubblico**, che poi sarà anche il vostro.

Partecipate alle discussioni. Non rispondete soltanto al blogger, ma intervenite anche rispondendo ai commentatori. Non deve conoscervi soltanto il blogger, ma anche chi lo legge.

7 – Leggete le linee guida sul guest posting

I blogger lo fanno raramente, almeno è quanto ho riscontrato di persona. Eppure, se un blogger ha scritto e pubblicato le **linee guida al guest blogging**, significa che vanno assolutamente lette da chi si propone come guest blogger.

Le linee guida vi indicano cosa scrivere e come scriverlo, come presentarlo, se inserire link nel post o meno, come sarà pubblicato il guest post, ecc. Dimostrate di aver letto quelle regole, per evitare brutte figure e rifiuti.

8 – Proponete il guest post

Prima di scrivere il vostro guest post, **proponete l'idea**, presentando al blogger una scaletta coi punti da approfondire. In questo modo avrete la certezza che il

post tratta un aspetto non ancora discusso nel blog. È facile che qualcosa possa sfuggirvi in blog con moltissimi articoli.

Il rischio di scrivere prima l'articolo è di vederlo rifiutato: l'articolo potrebbe parlare di qualcosa già trattato nel blog, oppure potrebbe non approfondire bene l'argomento o anche interessare poco il blogger e i suoi lettori.

9 – Scrivete un'email professionale

Contattate in modo professionale il blogger, personalizzando l'email: non inviate lo stesso testo a tutti i blogger a cui scriverete. Presentatevi, dimostrate di aver letto il suo blog e, se già non conoscete il blogger, fatevi riconoscere.

È il primo passo per ottenere l'approvazione.

10 – Avete un blog o no?

È davvero importante avere un blog per scrivere un guest post? Il guest blogging è nato per promuovere i blog in altri blog, ma non è detto che chi non ne possiede uno non possa offrire un valido contributo a un altro blog.

Chi lo propone ottiene comunque il vantaggio di essere conosciuto – e, nel momento in cui avrà un blog, il suo guest post potrà essere aggiornato e mostrarne il link.

Capitolo 2 – 10 consigli per scrivere un guest post

Dopo aver imparato le operazioni preliminari da portare avanti prima di scrivere un guest post, è il momento di sapere cosa scrivere e come scriverlo. Questa fase prevede l'approvazione dell'idea che avete proposto al blogger.

È quindi la fase più delicata, perché determinerà il successo del vostro articolo e la seconda approvazione da parte del blogger: non è detto che una volta accettata l'idea, automaticamente sarà accettato anche l'articolo. Dipende da come sarà scritto.

1 - Che cosa scrivere nel guest post?

Tecnicamente un guest post è come un qualsiasi altro post. Se avete un blog e riuscite a portarlo avanti senza problemi, scrivere un guest post non è affatto difficile. Sono pur sempre due i punti da considerare:

1. **Idea**: trovare un'idea valida che possa interessare il blog ospite. Considerare attentamente cosa fare prima della scrittura di un guest post vi sarà d'aiuto per trovare l'idea giusta.
2. **Contenuti**: una volta trovata – e approvata – l'idea per l'articolo, scrivere sarà semplice, perché è comunque materia di vostra competenza.

Come trovare un'idea per il guest post

- **Leggendo i post del blog ospite**: capire cosa tratta e cosa non ha ancora trattato. Due menti pensano meglio – e soprattutto diversamente – da una, non sarà quindi difficile trovare un'idea da proporre.
- **Leggendo gli altri guest post**: analizzare ciò che hanno proposto gli altri blogger vi farà capire in che direzione muovervi. Avrete un'idea di come hanno ragionato gli altri collaboratori.
- **Leggendo i vostri post**: dovete scrivere di un argomento che conoscete, dunque il vostro guest post può essere un articolo che potete benissimo pubblicare nel vostro blog.

2 - Scrivete un titolo efficace

Il **titolo** è uno degli elementi fondamentali di un articolo e di una pagina web, determina l'azione del lettore, che in base a ciò che legge sarà portato o meno a cliccarci e a continuare la lettura.

- Pensate a un titolo efficace, d'effetto, che incuriosisca
- Osservate i titoli dei post del blog ospite
- Siate diretti
- Non usate troppe parole
- Siate chiari
- Siate anche provocatori, ma nei limiti della decenza

- Usate le principali parole chiave attinenti al contenuto del post

3 - Scrivete un post che duri nel tempo

Trovate un **argomento che avrà vita lunga**. Inutile parlare di qualcosa che ha valore oggi e domani sarà già scaduto. I contenuti *evergreen*, come vengono chiamati, sono molto apprezzati, perché sempre validi, attuali.

Tuttavia, i post evergreen sono spesso di scarsa qualità, perché ricalcano modelli visti e rivisti e quasi sempre non mantengono la promessa del titolo.

Capovolgete questo aspetto dei contenuti sempre verdi e scrivete un guest post che abbia un valore indistruttibile.

4 - Stile e linguaggio

Il post va scritto col **vostro stile** e il **vostro linguaggio**: è in fondo la vostra voce. Mantenetevi però fuori dal polemizzare, per non rischiare di scatenare ire e trasformare il vostro post in un'arena.

Considerate anche che non siete in casa vostra, quindi il linguaggio e lo stile devono prevedere il massimo rispetto per chi vi ospita e vi legge.

5 - Lunghezza del post

La **lunghezza dell'articolo** è determinante: testi di 150-200 parole non riescono a emergere nel mare di informazioni presenti nel web. Non presentate quindi al blogger un post striminzito. Nelle linee guida probabilmente sarà indicata una

lunghezza minima.

Un testo brevissimo non riesce neanche a coprire l'argomento che avete proposto né fa capire ai lettori quanto siete esperti in ciò che scrivete.

6 - Formattazione del post

Scrivete e formattate il vostro articolo in modo che possa essere letto facilmente. Osservate come sono formattati i post del blog ospite e attenetevi a quelle regole, che magari troverete scritte nelle linee guida.

Come formattare un guest post?

Usando tutti gli elementi tipografici che spezzano la monotonia del testo e attirano l'attenzione del lettore.

- **Sottotitoli**: suddividono l'articolo in una sorta di “capitoli”, focalizzando altrettanti sottoargomenti
- **Paragrafi brevi**: rendono più scorrevole il testo e meno stancante la lettura
- **Liste numerate e non**: sono memorizzate più facilmente e velocizzano la lettura
- **Grassetti e corsivi**: rafforzano ed enfatizzano parole e frasi, catturando l'occhio del lettore

7 - Stimolate i commenti

Un guest post ha più successo se ottiene commenti. Lo scopo di chi scrive è anche quello di stimolarli, di coinvolgere i lettori e spingerli a commentare, a continuare la discussione.

È quindi importante la chiusura del post: una **domanda diretta ai lettori** invoglierà a rispondere.

8 - Revisione, revisione, revisione

Dopo la fase di scrittura lasciate riposare il vostro testo. Riprendetelo magari il giorno successivo e rileggetelo, più di una volta. La **revisione** va fatta a freddo, quando la mente è libera e gli errori, le lacune saltano meglio all'occhio.

9 – Scrivete una mini biografia

Alla fine del vostro guest post sarà in genere presente una vostra **presentazione**: scrivete una mini biografia che illustri, nella lunghezza massima richiesta, la vostra attività, puntando quindi l'attenzione su ciò che fate e sul vostro blog.

È questa parte del post che vi permetterà di essere autoreferenziali, di autopromuovervi.

10 – Convogliate i nuovi lettori in una landing page

Si tende a inserire il link della home page del proprio blog nella presentazione

finale, ma è davvero utile portare i lettori in una pagina che contiene un semplice elenco degli ultimi post pubblicati?

Considerate di creare una landing page in cui convogliare i lettori quando leggeranno il vostro guest post. Una landing page (o pagina d'atterraggio) è una pagina studiata appositamente per attrarre i lettori e fargli compiere un'azione.

La vostra landing page dovrà:

- presentare un testo veramente utile a chi sta leggendo
- spiegare di cosa tratta quell'argomento
- contenere una o più call to action (iscrizione alla newsletter, download di un ebook, ecc.)
- avere un aspetto differente dalle altre pagine del blog
- avere solo elementi essenziali a tenere l'attenzione del lettore fissa su ciò che sta leggendo

Capitolo 3 – 6 buone pratiche di guest blogging

Scrivere un guest post, come abbiamo visto finora, comporta principalmente due fasi: una iniziale, prima della scrittura, che permette di capire a quali blog proporre il post, cosa scrivere, come scrivere, e una seconda fase puramente tecnica sulla scrittura dell'articolo.

L'attività del guest blogger non finisce qui. Dopo la scrittura e la pubblicazione del guest post, il blogger dovrà continuare a "presenziare" nel blog in cui è stato ospitato. In questo capitolo ho inserito alcuni consigli utili per un guest post veramente efficace.

1 - Rispondete ai commenti

È il primo passo da compiere dopo l'apparizione del vostro post. Rispondere a ognuno dei commentatori è un gesto di educazione verso chi ha letto il post e verso il blogger ospite.

Quest'azione è anche un modo per migliorare la vostra immagine, perché, rispondendo a eventuali domande, aumenterà la vostra autorevolezza.

2 - Il guest blogging è web marketing, non SEO

Bisogna ricordare che non va scritto e proposto un guest post a puri fini SEO, ossia per piazzare il solito link con parola chiave. Questa è una **pratica errata di guest blogging** e già Google ha lasciato intendere di apprezzare guest post di

utilità e validità.

Un link nella presentazione finale è comunque un collegamento fra il post e il vostro blog. Le visite arrivano ugualmente.

3 - Un guest post rappresenta chi lo scrive

La qualità di ciò che proponete deve essere maggiore di ciò che pubblicate nel vostro blog. State pubblicando in casa altrui, dove probabilmente nessuno vi conosce. Non scrivete articoli di cui si può benissimo fare a meno.

Anche se non saranno approvati, avrete comunque fatto una brutta impressione con il blogger a cui avete inviato l'articolo. Dimostrate di aver letto il suo blog e soprattutto di saper scrivere con competenza.

4 - Proponete un secondo guest post

Perché fermarsi a un solo articolo? Una buona strategia di guest blogging prevede la scrittura di più guest post per lo stesso blog. I vantaggi sono vari.

- Il blogger ospite sa che non avete scritto un guest post solo per ottenere un link
- I lettori del blog si ricorderanno di voi e torneranno a visitare il vostro blog
- Il vostro nome sarà conosciuto a più persone: ogni blog ha ogni giorno lettori nuovi

Nel vostro piano di guest blogging prevedete la scrittura di più articoli. Come trovate più idee per lo stesso blog?

- Continuando a seguire quel blog: dai nuovi post possono nascere idee
- Annotando le reazioni di chi ha commentato: potreste approfondire l'argomento con un altro articolo
- Leggendo nuovi commenti ad altri post del blog: potreste trovare idee sulle lacune dei lettori

5 - Tornate a frequentare il blog

Continuare a seguire il blog non è solo parte della strategia per trovare nuove proposte di articoli, ma anche una forma di cortesia verso chi vi ha ospitato – in realtà, se avete proposto un articolo a quel blog è perché lo apprezzate e quindi lo leggete.

È anche utile per altri tre motivi:

1. potete trovate idee per scrivere post nel vostro blog
2. potete crescere professionalmente
3. potete ottenere voi una proposta di guest post dal blogger.

6 - Curate il vostro blog

È inutile scrivere guest post per ottenere traffico e convogliare lettori in un

blog mal tenuto. Prima di pensare a un programma di guest blogging bisogna analizzare il proprio blog.

- Pubblicate regolarmente?
- Funziona tutto?
- C'è una pagina “Chi sono”?
- Il visitatore sa subito di cosa trattate?
- È semplice commentare?
- Rispondete sempre ai commenti?

Queste e altre domande devono ottenere risposte affermative, altrimenti non riuscirete a ottenere nuovi lettori.

Capitolo 4 – 7 validi motivi per scrivere un guest post

Fin qui abbiamo imparato come va scritto un articolo per un altro blog. Ho anche accennato ad alcuni vantaggi che hanno entrambe le parti: chi scrive e chi ospita. In questo capitolo ho individuato sette motivi che possono spingere un blogger a studiare una buona strategia di guest blogging.

Vediamoli insieme.

1 - Blogging

Il guest posting fa parte del blogging: né più né meno è scrivere articoli per un blog. È anche un **esercizio di scrittura**, anche se a un livello più alto rispetto a quella dei propri articoli, perché come ospiti dobbiamo dare il meglio di noi stessi.

Ho parlato di strategia di guest post: un'ottima pianificazione di guest post prevede un calendario editoriale, un documento che non può mancare nella gestione del proprio blog, in cui stabilire cosa e quando pubblicare.

Se riuscite a studiare una buona strategia di guest blogging, è come gestire un doppio blog: il vostro e una sorta di "blog itinerante", formato da tutti i blog a cui proporrete un articolo.

2 - Web marketing

Il guest blogging è **blog marketing**, una tecnica di web marketing per il blog. Scrivere guest post regolarmente concorre alla **promozione del proprio blog**. Se volete curare la presenza online del vostro blog, allora il guest blogging deve diventare una pratica abituale.

Guardatelo sempre in pura ottica di web marketing, e non SEO: allora scrivere articoli di qualità sarà senz'altro più naturale.

3 - Lettori

Sapete già che scrivendo articoli per un altro blog vi farà **guadagnare nuovi lettori**. Più è valido e interessante il guest post e più i lettori saranno propensi a visitare il blog promosso. Pensate al vostro articolo come a un'immensa *call to action*: man mano che un lettore legge deve essere tentato di conoscervi meglio.

Puntate ai lettori, dunque, scrivendo un guest post che:

1. non si discosti dalla linea editoriale del blog ospite, per non creare disorientamento nei lettori
2. offra una risorsa non presente nel blog ospite, che sia virale, magari, o comunque particolarmente avvincente

4 - Reputazione

Mai sentito parlare di personal branding? Eppure ultimamente va di moda

questo termine. Scrivendo guest post state aggiungendo mattoni alla costruzione del vostro personal branding. Il vostro nome circola e la sua presenza nella blogosfera aumenta.

Lavorate bene, scrivete ottimi articoli, fate in modo da ottenere decine di condivisioni e il vostro nome diventerà sinonimo di professionalità e sicurezza.

5 - Autorevolezza

Accanto alla reputazione, la scrittura di guest post migliora anche l'**autorevolezza** nel vostro campo. Più è frequente il vostro nome, legato a post validi, più il vostro blog sarà partecipe della blogosfera, non più confinato nel suo ambiente, ma avviato alla conquista di un suo pubblico.

L'autorevolezza si misura anche con l'attribuzione dei propri contenuti da parte di Google. La scrittura di guest post deve essere corredata anche da un link verso il vostro profilo su Google+, con rel=author.

6 - Idee

Scrivendo guest post stimolerete la vostra creatività. Preparando un articolo per un altro blog potrete trovare idee per il vostro, magari approfondendo il tema che avete trattato, magari partendo da quello per scrivere altro.

Dai commenti ricevuti, come abbiamo visto prima, potrete trovare materiale utile per rispondere in modo più dettagliato e specifico con un altro articolo.

7 - Stimoli

Scrivere guest post **stimola le vostre capacità di scrittura**, vi mette in discussione perché dovrete cimentarvi con temi e argomenti non esattamente in linea coi vostri. Ogni blog è diverso dall'altro, anche se tratta temi simili.

Un guest post rappresenta una sfida: conoscere altri campi, ragionare su cosa scrivere, proporre un'idea, renderla viva con la propria scrittura.

1 valido motivo per non scrivere guest post: SEO

La *seomania* è un brutto male. Scrivere un guest post esclusivamente con fini SEO è deleterio, perché la qualità dell'articolo ne risentirà. Ho ricevuto proposte inaccettabili per guest post che avrebbero abbassato il livello del mio blog e offerto ai lettori contenuti di cui potevano fare benissimo a meno.

Non scrivete dunque guest post che non pubblicherete mai nei vostri blog. Pensate ai lettori, al vostro blog e a quello che vi ospita.

Capitolo 5 – Scrivere guest post sotto Google Penguin

Quando uscì l'ultimo algoritmo di Google, il Penguin, i guest post sembravano sotto il mirino e anche ora, mentre scrivo (gennaio 2014), Matt Cutts, l'ingegnere di Google, ha di nuovo parlato delle pessime pratiche di guest blogging. In realtà, a considerare ciò che realmente sta cambiando in Google, sono i guest post a tendere a una sorta di suicidio. O, meglio, *alcuni* guest post.

Nella prima parte di un video apparso tempo fa, Matt Cutts ha parlato di **due tipi di guest blogging**, quello di alta qualità e quello portato agli estremi, come post inviati a più blog, o perfino pubblicati per mezzo di *spinning* o articoli di scarsa qualità.

Ha anche parlato di **lunghezza dei post**, come 2, 3 o 400 parole come minimo indispensabile "per il meglio del peggio". E questa frase fa pensare. Matt continua dicendo che i link hanno valore all'interno di articoli scritti con impegno e in cui si dica qualcosa di originale.

I 3 fattori chiave del guest posting

Alla luce di quanto è emerso dal discorso di Matt Cutts – e considerando anche il vero significato del guest blogging – possiamo estrapolare tre fattori che caratterizzano un guest post.

1. **Unicità**: l'articolo da scrivere deve essere unico, inedito. Non può

comparire in altri blog. Il guest posting non è article marketing. Il testo deve essere originale, quindi scritto esclusivamente per il blog a cui si propone. Non può essere un rimaneggiamento di qualcosa scritto in precedenza.

2. **Lunghezza**: 200 parole non è una lunghezza accettabile per un post informativo. 300 o anche 400 parole sono un minimo sforzo fatto dal blogger, per liquidare un articolo e ottenere dei link. La lunghezza è importante ai fini della tematizzazione del post e di una migliore contestualizzazione del guest blogger nell'argomento proposto. Io pongo come lunghezza minima 500 parole, ma raramente i miei articoli sono inferiori alle 700.

3. **Qualità**: l'articolo non va scritto pensando a se stessi, ma al blog che lo ospiterà. Quindi scordatevi l'autopromozione, perché non fa parte del guest blogging. Non proponete articoli autoreferenziali, perché i lettori vogliono leggere un testo informativo, che offra loro delle soluzioni, non sapere quanto siete bravi a fare qualcosa. Quello, semmai, viene dedotto dalla vostra scrittura.

I 3 fattori controproducenti del gest blogging

Dunque, che cosa non piace a Google dei guest post? Sicuramente il loro deragliamento dai binari della decenza e del loro reale scopo. La tendenza a fare proposte indecenti per promuovere siti, a portare all'estremo ogni tecnica di web marketing, a ottenere link a basso costo ha costretto Google a correre ai ripari.

Esistono tre fattori che considero dannosi e controindicati sia per il blogger che ospita sia per il guest blogger.

1. **Forzatura di un argomento**: è inutile proporre a un blog un tema che non tratta o di cui parla solo marginalmente. È una pura forzatura che non porta alcun beneficio al blog né ai suoi lettori. E forse neanche al sito del guest blogger, perché il post troverà scarso interesse nei lettori abituali del blog ospite.

2. **Autopromozione**: l'articolo va scritto con distacco, non come se foste davanti a uno specchio a elogiare voi stessi. L'elogio deve emergere dal testo che avete scritto, viene dai lettori, non da voi. Scrivete un guest post per i lettori, non per il vostro ego.

3. **Link nel testo**: servono o no? Forse è impossibile rispondere a questa domanda. Direi di no, però. Direi che se non ci sono è meglio. Un articolo può essere scritto in modo lodevole senza aver bisogno di rimandare altrove il lettore. Un link con anchor text a una pagina del proprio sito rischia di cadere nell'autoreferenzialità e nello spam. Io, per esempio, non ne accetto se non in casi rari. Però se ne inserite verso altri articoli del blog ospite rafforzerete quei post.

Il guest blogging è SEM, non SEO

Se i blogger inserissero un nofollow nei link non sarebbe un'idea sbagliata né dannosa. Il succo del guest posting è ottenere traffico verso il proprio blog e farsi conoscere ad altri lettori. Dunque, a cosa serve un link a fini SEO? A nulla. Ad attirare blogger che vogliono vincere facilmente. Che amano le scorciatoie.

Il guest blogging non è una tecnica di posizionamento. Un link, non inserito in mezzo al testo dell'articolo ma nella presentazione finale dell'autore, è un collegamento che funziona anche con il nofollow. Quello è un attributo che ha effetti sui motori di ricerca, non sui lettori.

Appendice 1 – Guest blogging per aziende

Anche un'azienda, se possiede un blog aziendale, può pensare a una strategia di guest blogging per farsi conoscere e guadagnare lettori. Lettori che possono diventare futuri clienti.

Blogging aziendale

Il blog in azienda è un'attività da non sottovalutare. Il fatto che sia pensato per migliorare la presenza online dell'azienda stessa e dare maggior forza al sito, non significa che debba essere autopromozionale: deve invece esserlo il meno possibile.

Un blog aziendale è un **blog tematico**: scrivere post che mirano esclusivamente ad autoreferenziarsi, a promuovere prodotti e servizi, non è il giusto approccio per ottenere un buon seguito di lettori. Non si può sempre vendere, bisogna anche regalare. Diciamo anzi che è nel sito che l'azienda vende, mentre nel blog dona, risponde alle esigenze e alle domande dei potenziali clienti.

L'azienda non può scrivere ogni giorno dell'ultimo prodotto che ha immesso nel mercato, ma deve anche dare consigli gratuiti su argomenti inerenti il suo campo d'azione. I lettori leggeranno più volentieri un post di natura commerciale se più spesso leggono articoli informativi e utili che risolvono loro dei problemi.

Se il blog aziendale viene studiato sotto questa ottica, l'azienda può pianificare una serie di guest post da scrivere in blog a tema.

Individuare i blog tematici

Il primo passo è cercare in rete blog a tema con l'azienda e che ospitano guest post, studiare quei blog e farsi conoscere dai blogger in modo da poter trovare idee da scrivere per confezionare articoli da proporre. Esattamente come abbiamo visto nei capitoli precedenti: quegli stessi consigli sono validi anche per blog aziendali.

Requisiti per il guest blogging aziendale

- **Individuate il vostro target di riferimento**: non è solo necessario scrivere un guest post in un blog tematico, ma bisogna anche valutare il pubblico del blog che ospiterà il guest post. Quel pubblico deve essere interessato ai prodotti o servizi dell'azienda. Un blog che tratta di ereader potrà ospitare un guest post di una casa editrice che punta sugli ebook.

- **Aggiornamento del blog**: è importante proporre guest post a blog sempre aggiornati, in modo che il vostro articolo possa avere la massima esposizione possibile.

- **Reputazione del blog**: quanti lettori ha il blog? Quanto si parla di quel blog e di quel blogger? Quanto è seguito sui social media? Sono domande a cui dovete rispondere, perché inviando un guest post state affidando la vostra immagine a quel blog.

- **Qualità dei contenuti**: non basta leggere gli articoli del blog per farsi un'idea dei temi trattati e di come vengono esposti, ma anche per valutare la loro qualità e la loro utilità ai lettori.

- **Grafica e struttura del blog**: è da tenere in considerazione l'aspetto grafico del blog e l'organizzazione dei contenuti. Un'azienda non deve puntare a pubblicare ovunque pur di ottenere un link, ma deve preferire blog con una grafica gradevole, meglio se professionale, e con contenuti facili da trovare e da leggere.

10 regole di scrittura per il guest blogging aziendale

1. **Non scrivete post promozionali**: non interessa a nessuno sapere quanto siete bravi. I lettori lo dedurranno dalla qualità del vostro articolo.

2. **Non inserite link che puntano al sito aziendale all'interno del testo**: non sono necessari e, se anche lo fossero, fate in modo che non lo siano. A fine post avrete un link o due verso il vostro sito. È più che sufficiente.

3. **Non parlate né accennate della vostra azienda nel post**: l'articolo deve essere totalmente informativo per i lettori, che a fine lettura sapranno comunque cosa vendete. Non è importante saperlo prima.

4. **Citate, se possibile e necessario, uno o più articoli del blog ospite**: farete capire di aver letto attentamente il blog e darete più forza al post linkato.

5. **Fate attenzione alla grammatica**: non è mai un consiglio scontato e non potete permettervi figuracce.

6. **Imparate le regole della scrittura per il web**: il vostro guest post sarà più leggibile e comprensibile e la pagina risulterà ottimizzata per i motori di ricerca.

7. **Scrivete voi il post, ma fatelo revisionare da un web copywriter**: potrà darvi consigli su come migliorarlo e impostarlo.

8. **Scrivete un articolo esaustivo**: non allungate il brodo con paragrafi inutili e brani ripetitivi. Coprite l'argomento e proponete un post efficace e coinvolgente.

9. **Scrivete con un tono confidenziale, non accademico**: non importa che siete un'azienda, chi scrive è una persona e quella persona deve emergere.

10. **Firmate il vostro articolo con nome e cognome**: a fine post si saprà che siete il direttore generale dell'azienda o uno degli impiegati. Un post non può avere come firma un marchio.

Appendice 2 – Come pubblicare un guest post

Leggendo in rete diversi blog, sia italiani sia esteri, mi sono fatto un'idea sul modo migliore per presentare al lettore un guest post nel proprio blog.

Un buon guest post deve essere formato da **tre distinti elementi**:

1. un'introduzione scritta dal blogger che ospita
2. il post
3. la presentazione del blogger ospite

L'introduzione al guest post

È buona regola **avvisare l'utente** che sta per leggere un guest post. Un lettore frequente, se non viene avvertito del guest post, resterà disorientato dal nuovo stile di scrittura e da un approccio differente sia verso l'argomento trattato sia verso il lettore.

È un'esperienza che mi è capitata personalmente e ricordo la sensazione di "spaesamento" avuta. Ho capito che si trattava di un guest post solo alla fine, quando veniva presentato il blogger.

Il mio sistema, che ho ripreso completamente da Problogger, è scrivere una riga all'inizio, una frase e non più, avvisando i miei lettori che stanno per leggere un guest post scritto da "X", linkando quel nome al profilo dell'autore su Google+.

Il guest post

Quando ho scritto che bisogna leggere gli altri post del blog a cui proporre un articolo, mi riferivo anche alla loro impaginazione: è importante secondo me mantenere una certa omogeneità nella struttura degli articoli, anche se gli stili di scrittura saranno diversi.

Io tendo a ripartire la materia in vari punti, utilizzando sottotitoli e liste, e così dovranno essere formattati i guest post, se ovviamente l'argomento lo richiede. Ma in genere un guest post è un articolo di natura tecnica e necessita quindi di essere suddiviso in più punti.

La presentazione del blogger

A fine articolo inserisco una presentazione del blogger scritta dall'autore stesso. Ho deciso di mantenermi sui 500 caratteri, che reputo sufficienti, altrimenti si rischia di avere un doppio post.

In questa presentazione il blogger potrà parlare di sé, della sua attività, del suo sito o blog, che sarà linkato, e quindi ottenere traffico e nuovi lettori.

Appendice 3 – Il guest blogging è content marketing

1. **Un guest post non è un modo ambiguo per ottenere link, ma una via trasparente per fare branding**. Scrivo guest post per farmi conoscere. Sono io che scrivo, sono riconducibile a una persona, a uno spazio mio, a un nome, a un volto. Sono io il guest post che scrivo.

2. **Un guest post si scrive col massimo rispetto per il blog che ci ospita**. In casa altrui, lo dico sempre, ci si deve comportare meglio che in casa propria. Perché, appunto, si è ospiti, si sta in uno spazio non nostro. Fareste mai entrare in casa vostra uno sconosciuto? Io no e penso neanche voi. Dunque non ha senso proporre guest post come anonimi.

3. **Un guest post non è una scorciatoia per il successo, ma uno dei mattoni che lo costruiranno**. La SEO ha dato alla testa a parecchi. I furbi del web, i pigri, i nullafacenti, i buoni a nulla, escogitano trucchi per velocizzare processi altrimenti lunghi.

Ma c'è una grande differenza fra questi furbi e il blogger autorevole: l'incapace escogita, il genio crea e risolve.

Il guest blogging è content marketing: state creando contenuti di qualità per ottenere conversioni. E un contenuto che converte, che *deve* convertire, non può essere lasciato al caso, non può essere creato in modo superficiale.

Ai vostri guest post è legato il vostro nome. Per sempre.

Appendice 4 – Promuovere il guest post

A che serve scrivere un guest post se nessuno sa che l'avete scritto? Certo, lo sapranno i lettori del blog in cui sarà pubblicato. Ma non è sufficiente.

Prima ho accennato al fatto che un blogger parlerà nel proprio blog di aver scritto un guest post altrove. Ma la promozione non dev'essere limitata a questo.

Come promuovere un guest post

- **Scrivete un post di segnalazione**: quando ho scritto dei guest post, l'ho segnalato nel mio blog. Ho scritto una breve introduzione, ho inserito un estratto del mio articolo e infine un link.

- **Condividete il guest post su Twitter**: avete 140 caratteri a disposizione, fateli dunque fruttare bene. Avvisate i vostri *follower* che si tratta di un guest post e menzionate il profilo Twitter del blogger che vi ospita.

- **Scrivete un articolo su Google Plus**: riprendetene il tema e confezionate un testo accattivante. Quindi linkate il vostro articolo, menzionando anche in quel caso il blogger che vi ospita.

- **Promuovete il guest post su Facebook**: avete un profilo o una pagina fan del vostro blog? Condividere il vostro articolo, taggando il blogger per cui l'avete scritto.

- **Create una pagina che raccolga i vostri guest post**: quando gli articoli che avete scritto cominciano ad aumentare, create una pagina nel

vostro blog per riunirli. Io ne ho creata una dividendo i miei guest post per argomenti e inserendo un breve estratto e il link all'articolo.

- **Pensate a LinkedIn**: condividete il vostro guest post anche su LinkedIn. Ogni giorno vedo che i miei articoli ricevono segni di gradimento dai miei contatti. Su questo social medium i miei post vengono condivisi in modo automatico, ma è possibile creare un post ad hoc e condividerlo nella propria pagina, esattamente come abbiamo visto per Google Plus. Anche su LinkedIn potete menzionare il blogger che vi ospita.

Si tratta di una promozione a doppio effetto: state promuovendo direttamente un altro blog, è vero, ma indirettamente anche il vostro. Ricordate, però, che è comunque una promozione diretta verso un vostro articolo.