

Adeguare le competenze
per affrontare il cambiamento

ANES



GIOVEDÌ
29 FEBBRAIO
2012

Relatori



ARMIDA CUZZOCREA

Giornalista dal 1980, esperta di media e comunicazione, ha coordinato le redazioni di diverse testate specializzate. Ha gestito gli uffici studi, italiano e internazionale, dell'agenzia Armando Testa. Oggi è consulente indipendente, giornalista free lance e assistente di Antropologia Culturale del Politecnico di Milano.



MARCO FONTEBASSO

Pioniere del marketing digitale, di cui si occupa dal 1999; speaker a convegni e seminari, Presidente di Nomesia, (lead generation) e autore della guida "Come si fa a promuovere con Google".

Scrivere per il web: i trucchi da conoscere, gli errori da evitare

Nell'era di internet e della comunicazione in tempo reale **cambiano anche i modi e i tempi** con cui gli utenti usufruiscono dei contenuti. Ogni strumento ha il suo linguaggio e per essere **certi di raggiungere il proprio pubblico** occorre adeguare ai nuovi media anche lo **stile di scrittura**. Ecco perché è importante imparare a scrivere per il web e per i diversi dispositivi: dai siti tradizionali ai social network, dalle App al multimedia, dal pc agli smartphone. Un corso teorico-pratico che spiega **cosa fare e cosa non fare** quando i testi vanno in rete.

PROGRAMMA

Scrivere per il web: come e perché è diverso

- In che modo gli utenti cercano, trovano e leggono sul web
- Da dove arriva il 90% del traffico dei siti di informazione
- Quali operatori stanno sottraendo utenti a giornalisti e autori

Internet e buone pratiche di scrittura

- Come strutturare il pezzo: la piramide rovesciata, ovvero chiarezza e sintesi nei testi per il web
- Catturare l'attenzione del lettore: l'importanza di titoli e sottotitoli
- Mettere in evidenza i contenuti del testo (quote e catch phrase)
- Saper variare: stile e tono di voce per articoli, blog, post, tweet, alert, notizie in mobilità
- Incuriosire e approfondire
- Valorizzare l'esperienza
- Il pdf, alternativa ai testi lunghi
- Acronimi, gergo, maiuscole, ortografia e impliciti

Massimizzare la visibilità e farsi leggere

- Usare Google per avvicinare nuovi lettori
- Applicare il SEO ai propri articoli
- Come e perché utilizzare le news e i trending topics
- Massimizzare la visibilità su Google news
- Lezioni di efficacia dalle "content farm"
- Un modello "sbagliato"... che funziona
- Idee da adottare per essere più produttivi
- Utilizzare la propria "storia editoriale" per valorizzare gli articoli
- Il meccanismo della "authorship 2.0"
- Servirsi dei propri profili a vantaggio degli articoli e viceversa
- Redazione e comunicati, aspetti legati a internet
- Il filtro anti-duplicazione di Google
- Sfruttare notizie e comunicati per produrre contenuto originale (anche per Google)

Target: giornalisti, redattori, copywriter

Durata

1 giornata (9.30-13.00 - 14.00-18.00)

Prezzo Soci ANES

250€ + IVA

210€ + IVA per iscrizioni anticipate o iscrizioni multiple

Prezzo non Soci

400€ + IVA

340€ + IVA per iscrizioni anticipate o iscrizioni multiple

Termine iscrizioni anticipate

15 febbraio 2012

Chiusura iscrizioni

22 febbraio 2012

ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

