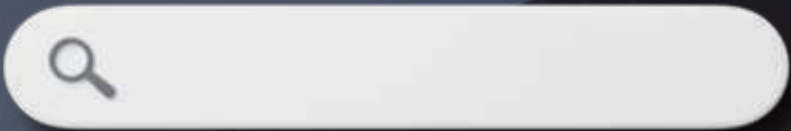




COME CREARE ARTICOLI BLOG DA 1^a PAGINA



LA GUIDA DEFINITIVA PER
PROGETTARE I TUOI
CONTENUTI DA PSICOLOGO.
ARRIVA IN 1^o PAGINA E FATTI
SCEGLIERE DAI PAZIENTI

di Alex De Brasi

**Psicologo Autorevole - il primo servizio in
Italia che costruisce autorevolezza per
Psicologi e Psicoterapeuti**

www.psicologoautorevole.it



INDICE DEI CONTENUTI

➡ Chi sono	3
➡ Premessa	4
➡ Manovra a Tenaglia	6
➡ Se vuoi l'altezza costruisci la base	7
➡ Come progettare un articolo blog dalla A alla Z	10
Definisci argomento, tema e obiettivo	12
Come validare la tua idea	14
Come le persone cercano su Google	14
Come trovare le domande giuste per il tuo caso	15
Ricerca le keyword	17
Google Trends	20
Google Keyword planner	20
➡ Scrivi il titolo dell'articolo	22
Cura la descrizione dell'articolo	26
➡ Struttura l'articolo	28
Fai uno schema	29
Definisci gli H1, H2, H3	30
Fai analisi e ricerca	33
Usa link interni ed esterni	34
Progetta la copertina dell'articolo	35
Scegli e ottimizza le immagini	36
Rendi il tuo articolo facile e bello da leggere	38
➡ Ricapitolando	40
➡ Non è finita qui	42
➡ Se vuoi una mano con i tuoi contenuti	44

CHI SONO

Sono quello in copertina...non l'avresti mai detto vero?

E sono anche quello sotto che sta guardando questa frase che stai leggendo.

Mi chiamo Alex De Brasi, sono un Consulente marketing e un Copywriter professionista. Sono il fondatore di Psicologo Autorevole (dire fondatore fa sempre il suo effetto).

Sono **specializzato nell'aiutare Psicologi e Psicoterapeuti ad aumentare l'autorevolezza** e a raggiungere i molti vantaggi connessi.

Il mio obiettivo è **farti avere più pazienti, guadagni, e soddisfazioni dalla tua professione.**

Ma mi piace anche pensare che col mio lavoro **ti permetto di aiutare più persone e anche di contribuire a divulgare una cultura della salute mentale e del benessere.**

Ah...**sono anche Psicologo** e ho lavorato in ambito Psichiatrico come educatore e coordinatore di una struttura per 20 anni.



Non te la voglio fare troppo lunga, se vuoi sapere altro di me clicca qui (troverai anche le pagelle delle elementari...non è vero), altrimenti vai avanti a leggere, preferisco sempre far parlare i contenuti al mio posto, così puoi valutare tu in autonomia.

Buona lettura
Alex De Brasi



PREMESSA

Tutti vogliono insegnarti **come si scrive** un articolo, ma nessuno ti dice **come progettarlo**.

Questa guida è un **“pass per il backstage dei professionisti della scrittura”** e ti insegna a progettare i tuoi articoli per ottenere il massimo risultato.

Se vuoi contenuti da 1^a pagina su Google, infatti, scrivere è l'ultima delle tue preoccupazioni.

Senza una preparazione minuziosa, dove niente è lasciato al caso, **non potrai mai raggiungere l'obiettivo della 1^a pagina** e nessuno ti vedrà, anche se hai scritto un articolo migliore del miglior libro di Freud.

Pena l'anonimato, opportunità e tempo perso...TANTO tempo.

Le informazioni che ti do su questa guida **non le troverai da nessuna parte...sai perché?** Perché costano.

"E allora perché non me le fai pagare?"



Perché otteniamo entrambi un vantaggio:

- **tu hai informazioni professionali** se vuoi produrre i contenuti in autonomia
- **io ti faccio capire come lavoro** nel caso un domani volessi rivolgerti a un esperto del settore e se non sarà così, avrò comunque aiutato la categoria a promuoversi al meglio (che è la mia missione).

Cominciamo, che la guida è molto lunga ma piena di "ciccia".

Tutto ha avuto inizio nel 216 Avanti Cristo...



MANOVRA A TENAGLIA

In quella data l'esercito Romano subì una delle più pesanti sconfitte della propria storia ad opera di Annibale (sì quello degli elefanti). Stiamo parlando della Battaglia di Canne.

86.000 soldati Romani furono vittime di una tattica chiamata "Manovra a tenaglia". Prima accerchiati e poi sconfitti.

Se Annibale e i suoi generali **non avessero progettato la battaglia prima**, mandando i propri soldati allo sbaraglio, non ci sarebbe stata storia, **avrebbero vinto i Romani**.

I tuoi articoli sono così, **se li scrivi e li pubblichi senza progettarli la sconfitta è sicura**, e perderai opportunità (perché nessuno ti vede) e tempo (a scriverli).

Magari ti è già capitato e sai di cosa parlo. Quel bell'articolo sull'educazione emotiva che ti piaceva tanto e su cui avevi investito tempo e passione è finito in una piega di Google, ben lontano dalla prima pagina.

Parafrasando Rutger Hauer in "Blade Runner":
"...e tutti i tuoi articoli andranno perduti come lacrime nella pioggia. È tempo di progettare."



SE VUOI L' ALTEZZA COSTRUISCI LA BASE

Prima di passare alla progettazione di qualsiasi articolo dovresti fare un lavoro di definizione e strategia marketing che do per scontato tu abbia già fatto.

Eh sì...**per raggiungere la prima pagina c'è da lavorare.** Se non hai molti soldi da investire allora la tua moneta è il tempo e la differenza la fa come lo usi.

Avrei potuto dirti, *"segui questa guida e di sicuro sbanchi Google!"*, ma ti avrei mentito...non è così che funziona.

La progettazione di un articolo, infatti, ha senso in un contesto di partenza in cui:

- **sai chi sei**
- **cosa offri nel tuo modo unico**
- **a chi stai parlando**
- **che obiettivi hai.**

Se sai di cosa sto parlando salta pure questa parte e vai al sodo, se invece non ne hai idea ti faccio un breve riassunto con i link ai relativi approfondimenti, ti consiglio di partire da lì.

Il lavoro di base di cui parlo è questo:

- **Differenziazione e posizionamento** - si tratta di trovare cosa ti contraddistingue come professionista e cosa offri di unico. Qui puoi trovare un articolo che ti spiega come fare.
- **Analisi del tuo paziente/cliente ideale** - un modello molto usato è quello delle Buyer Personas
- **Piano editoriale** - è la pianificazione strategica dei contenuti e deriva dai due punti precedenti: quali tipi di contenuti pubblicare, su quali canali, per ottenere i diversi obiettivi che desideri. Senza piano editoriale possiamo dire che non stai facendo marketing con i tuoi contenuti, ma pubblicazioni estemporanee.

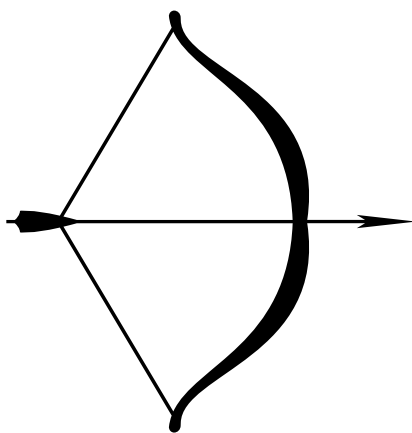
In più dovresti aver predisposto un minimo di strumenti per implementare la tua strategia di contenuti online:

- **Sito web** - è la “casa” di una parte delle tue strategie online per aumentare la tua autorevolezza, i tuoi contatti, i tuoi pazienti. Qui un articolo per capire come sfruttarlo in 7 mosse.
- **Magnete** - ti serve per costruire una lista contatti con la quale interagirai, con lo scopo di farli diventare tuoi clienti. Se non sai cosa sia un magnete qui trovi come scriverne uno efficace.



- **Calendario editoriale** - è la sintesi e traduzione pratica del piano editoriale, un documento in cui scrivi i vari contenuti che andrai a produrre, tipo, argomento, categoria, titoli, canali, obiettivi, date di pubblicazione etc.

Non scoraggiarti, puoi comunque trovare grande valore in questa guida anche se non hai fatto tutto questo lavoro preliminare. Io sono qui con te per guidarti e ti assicuro che finito di leggere avrai nel tuo arco diverse frecce da ***professionista dei contenuti***.



COME PROGETTARE UN ARTICOLO BLOG DALLA A ALLA Z

A cosa ti serve un articolo di blog?

In un contesto di marketing, **per intercettare il tipo di persona che vuoi attrarre e portarla a fare un'azione che desideri**. Ad esempio farti lasciare l' email, portare traffico sul tuo sito, portarla su una landing page, etc...dipenderà dai tuoi obiettivi.

La cosa fantastica degli articoli di blog è che **se arrivano in prima pagina, lavorano per te 24h al giorno per 7 giorni** portandoti contatti, clienti, pazienti e collaborazioni **senza spendere in costosi annunci, e senza che tu muova un dito** (o quasi).

Oltre al fatto, non secondario, che **aumentano la tua autorevolezza e la percezione di valore della tua attività** aprendoti a nuove possibilità.

È un circolo virtuoso.

Capirai che sono vitali per alzare il livello della tua professione, soprattutto se non hai una marea di soldi da spendere.

La procedura che ti propongo sarà basata su un esempio pratico calato nel tuo ambito per farti capire meglio.



Per cui giochiamo:

sei una Psicoterapeuta e ti occupi in particolare di disturbi d' ansia, vorresti scrivere un articolo sugli attacchi di panico.



DEFINISCI ARGOMENTO TEMA E OBIETTIVO DELL'ARTICOLO

Inizia sempre definendo l'argomento del tuo articolo.

Qual è la questione che vuoi affrontare? Nel tuo caso lo sappiamo già, sono gli attacchi di panico.

Una volta chiarito questo punto pensa al tema più generale.

Su un blog di solito coincide con la categoria o magari una particolare rubrica che tieni. Nel tuo caso potrebbe essere la categoria "ansia" o una rubrica che avrai chiamato "guarire dall'ansia".

Pensa poi all'**obiettivo, più ti è chiaro e più sarà facile trovare i mezzi per arrivarci**. Se hai bene in mente l'obiettivo che vuoi raggiungere riuscirai a rendere più coerente tutto il tuo testo. Potrai così anche rendere più facile portare il lettore ad agire, cioè fargli compiere il passo successivo che tu hai programmato.

Nel tuo articolo l'obiettivo potrebbe essere: **informare la persona della tua soluzione particolare dandogli un piccolo assaggio del tuo metodo**.



Lo scopo ultimo è che la persona sia incuriosita dalla tua soluzione e che approfondisca l'argomento su un'altra tua pagina più ricca e strutturata, che alla fine conterrà un'offerta per il tuo libro sugli attacchi di panico.

Le possibilità sono molte e dipendono da vari fattori e dai tuoi obiettivi.

Il modo più facile per identificare argomento, tema e obiettivo, in generale, è **chiederti perché vuoi scrivere l'articolo.**



COME VALIDARE LA TUA IDEA

Parti da questo concetto: le persone che hanno problemi di attacchi di panico fanno ricerche su Google, per informarsi, formarsi, magari per acquistare soluzioni a questo problema (spesso soluzioni anche temporanee o disfunzionali). **Tu dovresti riuscire a intercettare queste esigenze con i tuoi articoli.**

Ricorda, alle persone non interessa chi sei o cosa fai, ma solo che problema gli risolvi o che desiderio realizzi e in che modo. Per cui non farti prendere dalla tentazione di parlargli in modo tecnico di quanto sei brava/o. **Pensa solo ed esclusivamente a loro.**

Come le persone cercano su Google

- **informazionale** - in questo caso l'utente vuole capire di più su un argomento di suo interesse. Le parole digitate saranno generiche o mirate ad acquisire informazioni, tipo: attacchi di panico, sintomi attacchi di panico etc...
- **navigazionale** - in questa situazione l'utente ha già chiaro il sito da visitare. Si tratta di ricerche effettuate con domande dirette e solitamente corrispondenti al nome del sito stesso (me le invento): attacchidipanico.com, centroansia.it etc...



- **commerciale** - l'utente decide di **valutare o confrontare siti che possano portare ad una transazione, senza però ancora effettuarla**. In questa fase il motivo è quindi collegato ad un possibile acquisto o azione online, ma la decisione non è ancora stata presa: miglior centro attacchi di panico, meglio attacchidipanico.com o centroansia.it etc...
- **transazionale** - qui la ricerca è collegata ad una transazione. **La transazione non deve avere per forza valore monetario**, bensì può trattarsi anche di un download, iscriversi ad una newsletter o di lasciare un contatto e-mail. In questo caso l'utente ottiene di conseguenza una risorsa e tu come minimo un contatto: [guide pdf attacchi di panico](#), [colloqui gratuiti attacchi di panico](#) etc...

Come trovare le domande giuste per il tuo caso

Ora, partendo dalle esigenze specifiche delle persone che soffrono di attacchi di panico pensa a quali domande e ricerche potrebbero fare su Google.

Inizialmente per orientarti puoi usare:

- **il tuo cliente ideale** (che hai individuato con il metodo delle Buyer Personas)
- domande che ti pongono ed **esperienze reali dei pazienti/clienti che già attiri**



in questo modo hai una mappa per definire quali siano delle possibili domande di ricerca.

Supponiamo che con il tuo articolo vuoi intercettare persone che hanno un intento informativo, vai su Google e digita "attacchi di panico".

Problema.

Come puoi vedere dalla ricerca le prime posizioni sono occupate dai "soliti" siti di divulgazione sanitaria e di salute. Significa che **per te sarà abbastanza difficile riuscire ad arrivare in prima pagina** perché è verosimile che ci sia molta competitività per posizionarsi nella ricerca "attacchi di panico".

I siti "grossi" hanno costruito un serie di vantaggi nel tempo - che non ti spiegherò qui perché è troppo complicato - che per te sono difficili da colmare per finire in prima pagina assieme a loro.

Per cui puoi provare ad affinare la ricerca:



Come vedi **ho evidenziato "attacchi di panico notturni"** perché potrebbe essere una ricerca che fa al caso tuo, non "troppo in alto" e né "troppo in basso".

Infatti se guardi la ricerca per "attacchi di panico notturni" **vedi che ci sono anche psicoterapeuti liberi professionisti posizionati nelle prime pagine, quindi è più alla tua portata**. Per cui l'argomento del tuo articolo diventerà "Attacchi di panico notturni".

Questa è una prima scrematura.

Ricerca le keywords

Ora vediamo come capire se c'è un interesse reale per la ricerca "attacchi di panico notturni". Infatti potrebbe anche essere che il numero di ricerche e l'interesse siano così basse che non ti conviene scriverci un articolo sopra.

Per validare queste tue supposizioni **devi aiutarti con l'analisi delle "parole chiave"**.

Presta attenzione perché è una fase importante se vuoi raggiungere le prime posizioni col tuo articolo.

Le parole chiave (note anche come "keyword", "parole chiave SEO", "frasi chiave" o "query di ricerca") sono parole e frasi che gli utenti digitano per fare ricerca su un determinato argomento.



Tu dovrai verificare alcuni parametri per la parola chiave "attacchi di panico notturni".

"Come li verifico?"

Ci sono strumenti online che ti danno una serie di indicatori sulle parole chiave.

Quelli che ti danno più informazioni sono a pagamento, ma ti offrono anche alcune ricerche gratuite al giorno - con meno informazioni- ma nel tuo caso possono bastare.

Qui alcuni tra i siti più popolari:

- [Semrush](#)
- [Ahrefs](#)
- [Answer the public](#)
- [Sistrix](#)

Ora vado su uno di questi e digito la tua parola chiave.

Keyword ideas for "attacchi di panico"

The first 100 keywords out of 3,730

Phrase match / Questions

Keyword	KD	Volume	Updated
attacchi di panico	11	24K	1 day
attacchi di panico sintomi	10	15K	1 day
sintomi attacchi di panico	10	5.3K	1 day
attacchi di panico notturni	0	2.8K	2 days
attacchi di panico cosa fare	1	2.7K	about 23 hours
attacchi di panico senza motivo	0	1.4K	7 days

Ho digitato “attacchi di panico” per farti vedere la differenza con “attacchi di panico notturni”.

Ho evidenziato con 3 frecce il:

- **numero di parole chiave** - sono le parole chiave totali correlate ad "attacchi di panico". Considera quindi che ci sono almeno 3.730 varianti con cui le persone cercano intorno a questo argomento.
- **“Volume”** sono le ricerche mensili effettuate per ogni parola chiave - “attacchi di panico” ne ha 24K, mentre “attacchi di panico notturni” ne ha 2.8K

“beh allora usiamo “attacchi di panico” che ha più ricerche”

No, per lo stesso motivo di prima, tutti vogliono posizionarsi in prima pagina per le parole chiave più ricercate e perciò c'è molta competitività, tu ne devi scegliere una alla tua portata.

- **KD** sta per Keyword Difficulty ed è una stima espressa in un valore da 0 a 100 di quanto sia difficile posizionarsi tra i primi 10 risultati nella ricerca Google per quella parola chiave - come vedi “attacchi di panico” ha valore 11 e “attacchi di panico notturni” ha valore 0, quindi è molto più facile posizionarsi tra i primi 10 per “attacchi di panico notturni”.



Google Trends

Un altro strumento gratuito che puoi usare è Google Trends, che **ti dice l'interesse nel tempo per una determinata parola chiave.**



Nel tuo caso, come vedi, negli ultimi 5 anni, in Italia, l'interesse di ricerca per "attacchi di panico notturni" è rimasto abbastanza stabile. Questo è un buon segno perché significa che mediamente vengono fatte lo stesso numero di ricerche nel corso del tempo. Per dire, non è una parola chiave che ha un picco di popolarità - come può essere un evento di cronaca - e poi sparisce.

Per cui per te è buono perché **l'articolo potrebbe portarti risultati costanti nel tempo.**

Google Keyword Planner

Un altro strumento ancora è Google Keyword Planner. Se hai un account Adwords, Google ti dà la possibilità di pianificare le parole chiave per le tue campagne dandoti informazioni relative.



Al momento abbiamo un articolo così abbozzato:

- **tema** - "ansia"
- **argomento** - "attacchi di panico notturni"
- **obiettivo** - dare un assaggio della tua soluzione (che deve essere diversa dalle altre o almeno percepita tale) e che le persone passino a un approfondimento su una pagina che ha un'offerta per il tuo libro.

Passiamo ora alla fase successiva.



SCRIVI IL TITOLO DELL'ARTICOLO

Il titolo **fa l'80% del successo del tuo articolo.**

Senza un titolo che attiri in modo istantaneo l'attenzione delle persone, il tuo articolo si infilerà in un vicolo cieco.

Ci sono due tipi di titolo:

- **H1** - è quello che compare nella pagina vera e propria del tuo articolo.
- **Titolo SEO** - è quello che compare nella ricerca Google

non devono per forza essere diversi, molto spesso coincidono.

Il motivo più ricorrente per cui sono diversi è il fatto che titoli lunghi vengono tagliati nella ricerca Google.

Per il titolo SEO infatti dovresti mantenere una lunghezza di 65 caratteri circa, spazi compresi.



Altrimenti succede questo:



Per progettare il titolo inizia ad **analizzare i tuoi concorrenti**.

Se torni sulla ricerca Google “attacchi di panico notturni” vedrai che il taglio dei titoli è simile :



parlano di cosa sono gli attacchi di panico notturni, come gestirli e i sintomi. Per te è un bene, significa che hanno esplorato - come si dice in gergo - pochi “angoli di attacco”.

Qui hai almeno 2 strade, puoi decidere se:

- **esplorare qualcosa di nuovo**
- **migliorare quello che c'è già.**
-

Ricorda però che devi tenere in considerazione nel titolo la parola chiave per cui vuoi posizionarti, ovvero “attacchi di panico notturni”.

Se vuoi scoprire come scrivere titoli “magnetici” **qui ti regalo 9 modi** per riuscire a farlo.

Potresti pensare a un **titolo migliorativo di uno già presente:**

“Attacchi di panico notturni: 10 sintomi che spaventano” (55 caratteri)

oppure **potresti fare una promessa** (chiaro deve essere sostenuta da evidenze, metti che utilizzi un metodo che li risolve in 3 mesi) il titolo potrebbe essere:

“Attacchi di panico notturni: come uscire dal tunnel in 3 mesi” (61 caratteri)

Oppure creare curiosità:

“Attacchi di panico notturni: quello che non ti dicono” (53 caratteri)

Vedendo però quello che Google “premia” per questa ricerca, in questo caso starei su un titolo migliorativo.



Il nostro titolo SEO sarà perciò:

- **“Attacchi di panico notturni: 10 sintomi che spaventano”**

Il nostro titolo H1 potrebbe aggiungere invece qualcosa:

- **“Attacchi di panico notturni: 10 sintomi che spaventano e come superarli”.**



CURA LA DESCRIZIONE DELL'ARTICOLO

Se guardi la foto qui sotto vedrai che c'è una freccia che indica **“meta description”**, è la **descrizione dell'articolo come appare nelle ricerche Google**.

Devi pensarlo come un potente mini titolo che attira l'attenzione, specifica, fa promesse, offre vantaggi. Chiaro, deve rispecchiare ciò che scriverai nell'articolo. Deve essere lunga intorno ai 155 caratteri, altrimenti Google la taglia come nella foto.



Una meta description per il nostro articolo potrebbe essere la seguente:

“Ti svegli di notte in preda all'angoscia? Potrebbe essere un sintomo di un attacco di panico notturno. Scopri come affrontarli e superarli”.

Ricapitolando, il nostro articolo apparirebbe così nella ricerca:



Psicologabravabrava
<https://www.psicologo-vicenza.it> › ...

Attacchi di panico notturni: 10 sintomi che spaventano

Ti svegli di notte in preda all'angoscia? Potrebbe essere un sintomo di un attacco di panico notturno. Scopri come affrontarli e superarli.



guidapsicologi
<https://www.guidapsicologi.it> › 7-sl...

7 Sintomi di un attacco di panico notturno: come affrontarlo?

Nov 15, 2022 — Come affrontare i sintomi degli **attacchi di panico notturni**?
Concentrarsi sulla respirazione; · Pensare positivo; · Parlare con una persona cara: ...



Studio Colamónico
<https://www.studiocolamónico.it> › ...

Attacchi di Panico Notturmi: Sintomi, Cause e Come Affrontarli

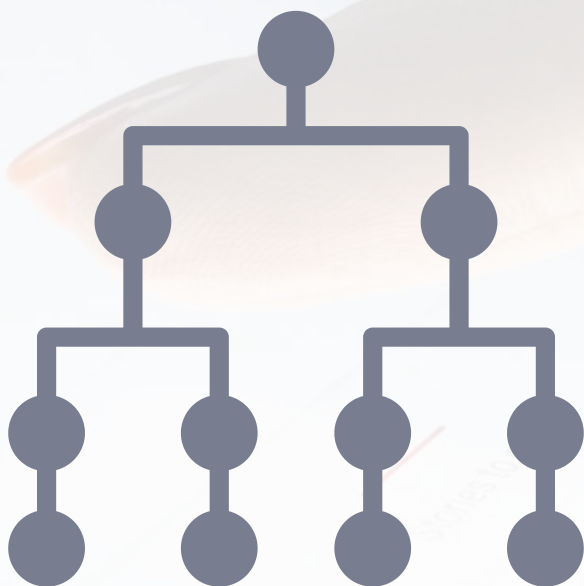
Pratiche di meditazione e rilassamento; · Praticare yoga per favorire una respirazione profonda;
· Training autogeno; · Rilassamento muscolare; · Assumere tisane ...

Quale titolo e descrizione attirano di più la tua attenzione tra i 3? Già...



STRUTTURA L'ARTICOLO

Ora hai tutti gli elementi per iniziare a strutturare l'articolo su più fronti, vediamo quali.



FAI UNO SCHEMA

Una volta che hai argomento, tema e obiettivo, hai già la base del tuo schema. Ti serve a questo punto articolarlo ed espanderlo per definire che punti andrai ad affrontare e in che ordine.

Come dice il mio mentore, Andrea “il Baffo” Lisi, fondatore di Copy_Persuasivo®, la prima agenzia di Copywriting in Italia, l’ordine base di uno schema è quello di un teorema di geometria euclidea:

1) afferma quello che vai a dimostrare

2) dimostralò, e poi

3) annuncia la conclusione.

Domandati, cosa deve sapere il lettore per far sì che sia d’accordo con la mia conclusione?

Schema possibile:

- 1) Introduco l’argomento parlandogli di qualcosa in cui si possa immedesimare e riconoscere e su ciò che la notte può rievocare, qualcosa che lo riguarda da vicino
- 2) gli dico brevemente cosa sono gli attacchi di panico
- 3) gli parlo degli attacchi di panico notturni
- 4) analizzo i 10 sintomi uno per uno
- 5) gli parlo delle possibili cause
- 6) gli do qualche strumento classico per gestirli e gli dico i limiti di questi strumenti
- 7) gli parlo della speranza di poter superare gli attacchi di panico e in particolare gli attacchi di panico notturni
- 8) introduco la mia soluzione, in modo molto leggero, gli faccio sapere che c’è una possibilità di uscire dal tunnel degli attacchi di panico in modo diverso ed efficace e lo invito a scoprire come, mettendo un link o un pulsante che rimanda alla mia pagina dove approfondirò la tematica e introdurrò la mia offerta del libro.

DEFINISCI H1, H2, H3

Da questo schema dovrai poi ricavare e impostare:

- **H1** - per i titoli principali
- **H2** - per titoli secondari, come possono essere i titoli dei paragrafi in cui è suddiviso un blog post;
- **H3** - per un' intestazione di livello inferiore, per esempio per i titoli dei sottoparagrafi.

È importante farlo perché **l'articolo sarà più chiaro a te, guiderà i lettori e aiuta Google** a scansionare, indicizzare ed eventualmente posizionare l'articolo.

Anche qui puoi analizzare la struttura degli articoli dei tuoi concorrenti per la ricerca “attacchi di panico notturni”, e magari migliorarla e renderla più chiara.



Una possibile struttura dei paragrafi del nostro articolo, che discende dal tuo schema, potrebbe essere questa:

H1: **Attacchi di panico notturni: 10 sintomi che spaventano e come superarli**

H2: La notte può essere spaventosa

H2: Cos'è un attacco di panico

H3: Cosa sono gli attacchi di panico notturni

H2: I 10 sintomi degli attacchi di panico notturni

H3: sensazione di soffocamento

H3: Sintomo 2

etc... (fino al decimo)

H2: Possibili cause degli attacchi di panico notturni

H2: Come gestire gli attacchi di panico notturni

H2: Guarire è possibile

H2: Se hai bisogno di una mano

Ogni titolo di paragrafo e sottoparagrafo dovrebbe essere **studiato per invogliare a continuare la lettura**, ma sempre con un occhio alla SEO, ovvero cerca di inserire titoli attinenti con varianti della parola chiave.

Quando fai ricerca sulle parole chiave con gli strumenti che ti ho dato, le informazioni che riceverai saranno infatti anche di questo tipo:



Idee di keyword			Domande			Keyword correlate		
All Keywords 797 Volume totale: 211,3K			Domande 130 Volume totale: 17,8K			Keyword correlate 659 Volume totale: 208,0K		
Keyword	Volume	KD%	Keyword	Volume	KD%	Keyword	Volume	KD%
attacchi di panico	22,2K	48 ●	quando mi metto a letto mi batte forte il cuore	1,0K	47 ●	attacco ansia notturno	70	14 ●
attacchi di panico sintomi	12,1K	50 ●	come calmare un attacco di panico	720	29 ●	attacco di panico notturno	720	19 ●
attacco di panico	12,1K	47 ●	come eliminare i sintomi fisici dell'ansia	720	60 ●	attacchi di panico di notte	90	17 ●
attacco di panico sintomi	9,9K	47 ●	come gestire un attacco di panico	720	21 ●	attacchi di panico sintomi notturni	50	22 ●
13 sintomi attacco di panico	5,4K	42 ●	come morire nel sonno	590	17 ●	attacco panico notturno	90	18 ●
Visualizza tutte le 797 keyword			Visualizza tutte le 130 keyword			Visualizza tutte le 659 keyword		

- **All keyword** - sono tutte le parole chiave relative all'argomento attacchi di panico.
- **Domande** - sono le domande correlate che fa la gente per la nostra parola chiave
- **Keyword correlate** - sono le parole chiave strettamente correlate alla nostra ricerca.

Tu puoi utilizzarle inserendole nei titoli dei paragrafi e anche nel testo. Dovresti farlo in modo naturale e non forzato perché Google se ne accorge e non gli piace.



FAI ANALISI E RICERCA

Contestualmente fai analisi e ricerca sull'argomento. Ok, sei un'esperta, ma magari c'è qualche storia interessante che hai tralasciato, ricerche innovative di cui non sei a conoscenza, dati, statistiche che potrai inserire nel tuo articolo.



USA LINK INTERNI ED ESTERNI

Prevedi all'interno dell'articolo **link interni che portano ad altre tue risorse e link verso fonti esterne autorevoli e affidabili** (non ad esempio a psicologiatruffaldina.com), a Google piace molto. Chiaro che i link devono essere pertinenti altrimenti ottieni l'effetto contrario.



PROGETTA LA COPERTINA DELL'ARTICOLO

È la copertina che comparirà all'inizio del tuo articolo. Progettala con cura perché **dovresti mantenere sempre quella base** anche per gli altri articoli, **per renderti riconoscibile e aumentare la familiarità** con le persone che usufruiscono dei tuoi contenuti.

Ad esempio potrebbe essere così:



SCEGLI E OTTIMIZZA LE IMMAGINI

Oltre alla copertina devi scegliere altre immagini pertinenti da inserire nell'articolo. Le immagini si indicizzano e posizionano velocemente e **potrebbero portarti dei vantaggi**, a patto di saperle ottimizzare. Ti lascio una comoda infografica:



03 Imposta le dimensioni

- scegli il formato adatto (PNG, JPEG o WebP)
- mantieni l'immagine fra i60 e gli 80K



04 Scegli un titolo descrittivo

- descrivi esattamente il contenuto dell'immagine
- Puoi inserire la keyword o una variante, in modo naturale

05 Scrivi il testo alternativo

- deve essere descrittivo
- non superare i 125 caratteri
- inserisci la keyword o una sua variante in maniera naturale



06 Inserisci la didascalia

- usala quando è necessaria
- non inserirne troppe, rischi di sovraottimizzare!

infographic by  creacity

RENDI IL TUO ARTICOLO FACILE E BELLO DA LEGGERE

L'esperienza che le persone avranno nel leggere il tuo articolo è importante.

Questo concetto si rifà alla UX che sta per User Experience.

"Cos' è?"

È un complesso di sensazioni che prova una persona quando utilizza un sito (ma anche un sistema, un prodotto, un servizio). Prende in considerazione anche aspetti soggettivi, come le emozioni, l'esperienza, il senso e il valore attribuiti all'esperienza vissuta, e percezioni personali quali utilità, efficienza del sistema e semplicità di utilizzo.

Ti elenco alcuni aspetti base che dovresti prendere in considerazione:

- **design** - Il design della pagina è importante perché determina come guidi il lettore attraverso l'esperienza, che deve essere semplice ma non scarna. Un esempio è la disposizione degli elementi di testo, delle immagini e il loro rapporto. Con il design dovresti riuscire a costruire un percorso chiaro, fargli capire cosa vuoi che faccia, ma anche incuriosirlo e spingerlo ad andare avanti a leggere.



- **font** - usa font ad alta leggibilità, che non diano problemi nel caricamento. Imposta una grandezza adeguata, se il testo è troppo piccolo le persone non leggono, se è troppo grande è fastidioso. Risultato se ne vanno dalla tua pagina
- **immagini** - se utilizzi immagini di scarsa qualità la percezione è che il tuo articolo sia di scarsa qualità
- **usabilità sugli smartphone** - il tuo articolo deve poter essere letto anche sugli smartphone in modo fluido e chiaro
- **velocità** - oltre i 3 secondi di caricamento della tua pagina le persone si spazientiscono e passano oltre.

Google di questi aspetti tiene conto e non poco, per cui se vuoi arrivare “in alto” devi farci i conti.



RICAPITOLANDO

È stato un viaggio lungo e spero di avertelo reso comprensibile.

Abbiamo progettato un intero articolo assieme.

Godiamoci il frutto della nostra fatica:

- **parola chiave dell'articolo:** "attacchi di panico notturni"
- **tema:** guarire dall'ansia
- **argomento:** Attacchi di panico notturni
- **obiettivo:** informare la persona della tua soluzione particolare dandogli un piccolo assaggio del tuo metodo. Lo scopo ultimo è che la persona approfondisca l'argomento su un' altra tua pagina che continua a informarlo ed educarlo sul tuo metodo e alla fine ha un' offerta per acquistare il tuo libro sugli attacchi di panico.

E ancora:

- **Titolo SEO:** "Attacchi di panico notturni: 10 sintomi che spaventano"



- **Titolo H1:** "Attacchi di panico notturni: 10 sintomi che spaventano e come superarli"
- **Meta descrizione:** "Ti svegli di notte in preda all'angoscia? Potrebbe essere un sintomo di un attacco di panico notturno. Scopri come affrontarli e superarli"

in più hai ottenuto:

- **come ricercare le parole chiave** per i tuoi articoli
- **come si fa uno schema** del tuo articolo
- **come si fa una struttura dei paragrafi e sottoparagrafi H1, H2, H3...**
- **Come progettare la copertina** del tuo articolo
- **una serie di dritte** su come: ottimizzare immagini, usare i link, fare ricerca, pensare alla UX.

Non male no?

Ora non ti resta che **SCRIVERE**.

Ti posso aiutare anche qui. Puoi scaricare la mia [guida gratuita](#) "Da sconosciuto a Psicologo autorevole" nella quale è inclusa la check list per capire se i tuoi contenuti sono di alto valore e il metodo per trovare idee INFINITE per i tuoi articoli. Potrai anche capire come funzionano i contenuti per aumentare autorevolezza, pazienti e guadagni.



NON È FINITA QUI

Eh lo so...ma se inizi fallo per bene.

Infatti una volta scritto l'articolo dovrai poi "solo":

- **revisare l'articolo** per: la grammatica, l'efficacia, potenziare lo stile, gli elementi persuasivi e di credibilità
- **importarlo nel tuo sito**
- **preparare il design** della pagina che conterrà l'articolo
- **impostare i permalink**
- **fare un'ultima revisione** per controllare che tutto sia ok e metterlo online.
- **collegare Google Analytics 4 e poi Google Search Console** al tuo sito per richiedere una indicizzazione più veloce. Ma soprattutto per avere dati su quanto stia performando il tuo articolo: quanti clic riceve, quante volte è visto, le query per cui si sta posizionando e come puoi migliorarlo. Senza dati vai alla cieca.
- **aggiornare l'articolo quando necessario**
- ...

"Aiutoooo! Basta!"



Sì, ti capisco, un piccolo semplice articolo richiede **un lavoro immane**.

Pensa lo sforzo di costruire autorevolezza, aumentare i tuoi pazienti/clienti, ottenere un valore duraturo e opportunità per la tua professione, quante conoscenze, tempo, esperienza richieda.

Per questo, progettare e scrivere contenuti all'interno di una strategia di marketing per portarti valore a 360° è una professione.



SE VUOI UNA MANO CON I TUOI CONTENUTI

Tu puoi decidere di **fare tutto in autonomia, impiegando tempo e fatica** per acquisire conoscenze ed esperienza. Puoi farcela se ti formi.

Oppure una possibilità è affidarti a un professionista, per lo meno all'inizio, che è fondamentale. Il rischio di impostare un lavoro di marketing e contenuti in modo amatoriale è quello che la tua comunicazione ne subisca conseguenze per gli anni a venire. Oltre a non ottenere risultati.

Perciò **se vuoi iniziare senza stress o investimenti ti metto a disposizione una**

consulenza gratuita di 1h.

Potrai capire a che punto sei e come puoi fin da subito promuoverti in modo più efficace. Potremo impostare un piano di azione per aumentare la tua autorevolezza e pazienti con i contenuti.

Non avrai nessun obbligo, se non quello di impegnarti a trarre il massimo dalla consulenza gratuita (per me sono comunque ore di lavoro e **mi piacerebbe lavorare con persone motivate**)



Ogni mese riservo questa opportunità a 2 Psicologi o Psicoterapeuti.

Quindi **se hai capito che fa per te ti basta cliccare sul link qui sotto** per conoscerci e parlare delle tue esigenze (non preoccuparti, non è una “Manovra a Tenaglia”, non succederà niente di male, se clicchi andrai su una pagina che ti spiega meglio in cosa consiste la consulenza gratuita che ti offro).

[Ok conosciamoci](#)

A presto e buon articolo



Segui la newsletter di Psicologo Autorevole per avere dritte esclusive su marketing e contenuti per Psicologi e Psicoterapeuti:

[Iscriviti alla newsletter](#)

