



# POSIZIONAMENTO NARRATIVO E PERSONAL CONTENT MARKETING

## MASTERCLASS 4

Master Trainer: Helga Ogliari

## MODULO 6

Il tuo Piano Editoriale

# PIANO EDITORIALE

ARGOMENTO	DESTINATARIO	OBIETTIVO	SCOPO	FORMATO	# o PAROLE CHIAVE	DATA

## 📌 **Contenuto 1 – L'azienda familiare può innovare senza perdere la sua identità?**

- 🎯 **Destinatario:** Marco Rinaldi
- 🎯 **Obiettivo:** Mostrare che innovazione e tradizione possono coesistere, riducendo la sua paura di perdere l'identità aziendale.
- 📌 **Canale:** LinkedIn (post + articolo), Newsletter
- 📌 **Formato:** Articolo con case study di aziende manifatturiere che hanno innovato con successo senza stravolgere la loro cultura



ChatGPT

---

## 📌 **Contenuto 2 – 3 strategie per attrarre e trattenere talenti in una PMI in crescita**

- 🎯 **Destinatario:** Laura Bianchi
- 🎯 **Obiettivo:** Fornire soluzioni pratiche per ridurre il turnover e migliorare il coinvolgimento dei dipendenti.
- 📌 **Canale:** Blog aziendale, LinkedIn (post con carosello)
- 📌 **Formato:** Articolo + carosello LinkedIn con consigli pratici e dati di settore

### 📌 **Contenuto 3 – Webinar: Come espandere la tua PMI in nuovi mercati senza rischiare il fallimento**

- 🎯 **Destinatario:** Marco Rinaldi
- 🎯 **Obiettivo:** Offrire un framework strategico chiaro per internazionalizzare l'azienda con meno rischi.
- 📌 **Canale:** Webinar in diretta su Zoom + registrazione su YouTube
- 📌 **Formato:** Webinar con casi pratici, Q&A e checklist scaricabile



ChatGPT

---

### 📌 **Contenuto 4 – Check-up strategico: Il tuo modello organizzativo è pronto per la crescita?**

- 🎯 **Destinatario:** Laura Bianchi
- 🎯 **Obiettivo:** Aiutarla a capire se la sua azienda ha una struttura organizzativa adatta alla crescita e stimolarla a considerare la consulenza.
- 📌 **Canale:** LinkedIn (lead magnet con form), Newsletter
- 📌 **Formato:** PDF scaricabile con una checklist di autovalutazione e consigli strategici



ragiona come un esperto di copy e definisci un piano editoriale per un agente immobiliare donna che opera nel centro di Milano con queste aree destinatario, obiettivo, canale, formato

## 🎯 AREE DEL PIANO EDITORIALE

AREA	DETTAGLI
🎯 Destinatario	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Clients acquirenti:</b> Professionisti, investitori, famiglie benestanti in cerca di immobili di prestigio nel centro di Milano.</li> <li>- <b>Clients venditori:</b> Proprietari di immobili di fascia alta che vogliono vendere al miglior prezzo.</li> </ul>
🚩 Obiettivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posizionarsi come esperta del mercato immobiliare di Milano centro.</li> <li>- Generare fiducia e autorevolezza.</li> <li>- Attrarre lead qualificati per vendite e acquisti.</li> </ul>
📌 Canali	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>LinkedIn:</b> networking, contenuti di valore per professionisti.</li> <li>- <b>Instagram:</b> storytelling visivo con focus su lifestyle e immobili.</li> <li>- <b>Facebook:</b> post di community e gruppi locali.</li> <li>- <b>YouTube:</b> approfondimenti e video tour.</li> <li>- <b>Blog/Sito Web:</b> articoli SEO per intercettare ricerche organiche.</li> </ul>
🗣️ Formati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Post testuali e caroselli su LinkedIn.</li> <li>- Reel e post con caroselli su Instagram.</li> <li>- Video brevi per TikTok e YouTube Shorts.</li> <li>- Articoli di approfondimento su blog.</li> <li>- Newsletter per lead nurturing.</li> </ul>



## ESEMPIO DI PROGRAMMAZIONE CONTENUTI

### **Frequenza: 3-4 contenuti a settimana**

◆ Lunedì – Post LinkedIn / Instagram Reel

👉 *Esempio:* “Il mercato immobiliare di Milano nel 2025: conviene comprare ora?”

◆ Mercoledì – Blog + Post Facebook

👉 *Esempio:* “Come valutare il prezzo giusto di un immobile nel Quadrilatero della Moda”

◆ Venerdì – Instagram Reel / TikTok

👉 *Esempio:* “3 errori da evitare quando compri casa a Milano”

◆ Domenica – YouTube Short / Video Tour

👉 *Esempio:* “Tour esclusivo di un appartamento di lusso in Brera”



ChatGPT



ChatGPT

## ESEMPI DI CONTENUTI

### Educativi (LinkedIn, Blog, YouTube)

- *Guida per investitori: dove comprare a Milano nel 2025*
- *Le zone di Milano con la crescita immobiliare più alta*

### Lifestyle & Storytelling (Instagram, TikTok, Facebook)

- *Vivere in centro a Milano: costi e vantaggi*
- *Dietro le quinte: una giornata da agente immobiliare*

### Case Study & Testimonianze (LinkedIn, Blog, Instagram Stories)

- *Come ho aiutato una coppia a vendere il loro attico in 2 settimane*
- *Da zero a investimento: storia di un cliente soddisfatto*

### Trend & News (LinkedIn, Blog, Instagram Stories)

- *Cosa aspettarsi dal mercato immobiliare nel 2025?*
- *Nuove normative immobiliari a Milano: cosa sapere*

### Engagement & Call to Action (Instagram, Facebook, LinkedIn)

- *Quiz: che tipo di investitore immobiliare sei?*
- *Domanda aperta: qual è la tua zona preferita di Milano?*



ChatGPT

## KPI & MONITORAGGIO

- Engagement sui post (like, commenti, condivisioni)
- Aumento follower e interazioni su Instagram e LinkedIn
- Lead generati (richieste info, contatti via DM o sito)
- Traffico al sito web



**«Ma io non ho tempo per produrre tutta questa roba!»**





ChatGPT


Ora imposta un nuovo piano editoriale con 3 contenuti a settimana sapendo che l'agente usa solo facebook, instagram e poco LinkedIn

## PIANIFICAZIONE CONTENUTI (3 A SETTIMANA)

### Lunedì – Reel Instagram + Post Facebook


 **Obiettivo:** Educazione e awareness


 **Esempio:**

- “  3 errori da evitare quando vendi casa a Milano” (Video breve o carosello)
- “Dove comprare casa nel 2025? Le zone migliori di Milano”

◆ **Formato:** Reel su Instagram + Post con immagine su Facebook

### Mercoledì – Post interattivo su Instagram/Facebook


 **Obiettivo:** Coinvolgimento e interazione


 **Esempio:**

- **Quiz:** “Qual è il quartiere di Milano più adatto al tuo stile di vita?” (Carosello con domande)
- **Domanda aperta:** “Qual è la tua zona preferita di Milano? Scrivilo nei commenti!”
- **Story con sondaggio:** “Meglio comprare o affittare nel 2025?”

◆ **Formato:** Post grafico + Stories con sondaggi

### Venerdì – Reel Instagram + Facebook Story

 **Obiettivo:** Lifestyle e storytelling

 **Esempio:**

- “Un giorno nella vita di un’agente immobiliare a Milano” (Dietro le quinte)
- “Tour di un appartamento di lusso in Brera”
- “Ecco cosa guardo in una casa prima di proporla ai miei clienti”

◆ **Formato:** Reel breve su Instagram + Storia Facebook



ChatGPT



**Il piano editoriale mi sta un po' stretto»**

# PECCATI CAPITALI DEL CONTENT MARKETING

- 1. COPIARE CONTENUTI ALTRUI**
- 2. COPIARE E INCOLLARE TESTI DAL SITO-BLOG**
- 3. REPLICARE LO STESSO IDENTICO CONTENUTO SU CANALI DIVERSI**
- 4. USARE LA TERZA PERSONA PER PARLARE DI SÉ STESSI**
- 5. PARLARE A SÉ STESSI**
- 6. FARSI PRENDERE DALL'ANSIA DEI LIKE**
- 7. PRENDERTI GIOCO DELLE PERSONE**

«È più facile far credere una cosa a centomila persone che a una sola.»  
(Dal film SIMONE)



**Tu non sei SIMONE!**