

# Come scrivere Titoli Perfetti

5 SOLUZIONI PER ATTIRARE I TUOI UTENTI



# Introduzione

Conosci il modo di dire “mai giudicare un libro dalla sua copertina”?

Lo stesso non può essere detto quando parliamo del titolo. Specialmente quando si tratta di un articolo online.

Il titolo è **fondamentale per attirare l'attenzione degli utenti** in una frazione di secondo.

Perché questo è tutto il tempo che hai a disposizione per convincerli a leggere il tuo articolo.

A volte però l'ispirazione può mancare, succede a tutti.

Ecco perché in gioco questa guida, nella quale ti diamo delle scorciatoie che ti saranno utili anche per la stesura del contenuto.

Buona lettura!

# Le categorie di titoli

Esistono **5** principali macrocategorie nelle quali possiamo raggruppare le diverse tipologie di titolo.

## CATEGORIA 1

### **Come fare a**

Un titolo, una soluzione.

---

## CATEGORIA 2

### **Cavalca l'onda**

Fai riferimento a un nome famoso.

---

## CATEGORIA 3

### **L'ombra di una minaccia**

Affronta le paure dei tuoi lettori.

---

## CATEGORIA 4

### **Elenchi e liste**

La top 10, funziona sempre.

---

## CATEGORIA 5

### **Errori da evitare**

Ammettere di avere un problema.

---

# Come fare a

UN TITOLO, UNA SOLUZIONE

Come fare a [...]

Come [fare qualcosa] mentre [fai qualcos'altro]

Come fare a [...] in [tot tempo]

Come [...] senza [...]

CATEGORIA 1

È la prima regola di ogni web writer e non ha mai mancato il bersaglio.

Suggerire nel titolo la **soluzione a un problema**, o come imparare qualcosa di utile, è uno strike garantito.

Si tratta di un modo efficace per comunicare il contenuto dell'articolo suscitando un senso di necessità.

In fondo il Web è diventato la principale piattaforma informativa e chiunque vi navighi è in **cerca di risposte**.

Magari non avrà un suono particolarmente brillante, ma una cosa è certa: nessun utente può resistere a un "Come [...]".

## Come fare a [...]

Questo titolo ha visto più battaglie di un veterano.  
E probabilmente le ha vinte tutte.

Usatissimo tanto in pubblicità quanto su Internet, sfrutta una formula semplice ed efficace. Fa leva sulla **praticità**, abbandonando ogni lustrino.

## COME SCRIVERE TITOLI PERFETTI

Inutile truccarlo come qualcosa che non è: la sua forza sta proprio nel comunicare in modo diretto e chiaro consigli che possano essere messi in pratica per risolvere un problema o per implementare un'attività.

*Esempi:*

- *Come migliorare il posizionamento del tuo sito nei motori di ricerca.*
- *Come fare a trovare nuovi clienti.*
- *Come creare un blog con WordPress.*

### Come [fare qualcosa] mentre [fai qualcos'altro]

Le persone sono sì in cerca di una soluzione, ma preferiscono quelle che non interferiscono con la loro vita abituale.

Che si tratti di avviare un'attività mantenendo il proprio lavoro da dipendente o fare esercizio fisico mentre accompagni i figli a scuola, più la combinazione è brillante, più successo avrà il tuo articolo.

In questo caso è molto importante proporre **circostanze molto diffuse**, con temi che sei sicuro riguardino un pubblico vasto.

*Esempi:*

- *Come imparare una nuova lingua mentre guidi.*
- *Come lavorare mentre sei in viaggio.*
- *Come organizzare il tuo matrimonio mentre lavori.*

### Come fare a [...] in [tot tempo]

Questo titolo serve per incoraggiare chi è soggetto a **pigrizia**, ovvero quasi tutti.

Spesso, infatti, la soluzione diventa il problema se è percepita come eccessivamente complicata.

Il titolo "Come dimagrire" può risultare minaccioso, perché fa riferimento a un processo potenzialmente faticoso.

## COME SCRIVERE TITOLI PERFETTI

Ma “come dimagrire in tre mesi” mette tutto sotto una prospettiva più ottimista.

Ricorda sempre di settare un’**aspettativa verosimile**. Ne va della tua credibilità.

*Esempi:*

- *Come installare un tema di WordPress in 2 minuti.*
- *Come creare un ecommerce in un giorno.*
- *Come avere addominali scolpiti in 6 mesi.*

### Come [...] senza [...]

Alle volte le persone non affrontano un problema per **paura** di cosa possa comportare farlo: è tuo dovere **rassicurarle** suggerendo nel titolo che possono farcela senza cambiare quello in cui credono.

In poche parole questo titolo deve colpire e affondare due limiti: il problema in sé e la conseguenza della soluzione.

*Esempi:*

- *Come organizzare delle vacanze perfette senza dare fondo ai tuoi risparmi.*
- *Come delegare il tuo lavoro senza comprometterne la qualità.*
- *Come tornare al lavoro senza traumatizzare i tuoi figli.*

# Cavanca l'onda

FAI RIFERIMENTO A UN NOME FAMOSO

Cosa fa [nome famoso] per [obiettivo]  
Il segreto del successo di [nome famoso]  
I consigli di [nome famoso] per [fare qualcosa]  
Cosa pensa [nome famoso] su [tema]

CATEGORIA 2

Un nome conosciuto vale mille rassicurazioni.

Se vuoi scrivere un articolo che offra un beneficio ai suoi lettori, puoi ottenere molto più successo rapportandolo a un **caso ben noto**.

Inserendo nel titolo il nome di un personaggio o di un brand conosciuto, permetti al tuo utente di **proiettarsi concretamente sull'obiettivo** dell'articolo, invogliando a leggerlo.

## Cosa fa [nome famoso] per [obiettivo]

Raggiungere il successo? Aprire una nuova attività? Trovare un equilibrio personale? **Contestualizza** l'obiettivo dell'articolo a una storia di successo per ispirare il lettore.

In questo modo i tuoi consigli sembreranno ancora più fondati e pratici, e il titolo avrà un effetto persuasivo molto più potente.

*Esempi:*

- *Cosa fa la Apple per distinguersi dalla concorrenza.*
- *Cosa fa George Clooney per tenersi in forma a 50 anni.*
- *Cosa preferisce Carlo Cracco per preparare i suoi piatti.*

### Il segreto del successo di [nome famoso]

Tutti vorremmo una **fetta di successo** dei più grandi. Infatti è proprio a quello che aspiriamo quando ci imbarchiamo in un'avventura professionale (e non solo).

Questo titolo ha la capacità di incuriosire chi lo legge, malgrado sia molto semplice.

Lascia anche molto spazio all'immaginazione, permettendoti di sviluppare un contenuto in più direzioni. Dai consigli di business alla filosofia di vita, puoi scegliere in che modo proporre la storia di successo che hai selezionato.

*Esempi:*

- *Il segreto del successo di Barack Obama.*
- *Il segreto del successo di Facebook.*
- *Il segreto del successo di Yoox.*

### I consigli di [nome famoso] per [fare qualcosa]

Alle volte possono essere gli altri a fare parte del tuo lavoro per te.

Capita spesso – anche troppo spesso – che qualche personaggio “di rilievo” rilasci un'intervista o scriva un testo in cui offre dei consigli per **seguire le proprie orme**.

Perché allora non riproporli ai tuoi utenti sotto forma di articolo?

La forza di questo titolo sta nel fornire ipotesi (consigli) e tesi (nome di successo) **contemporaneamente**.

*Esempi:*

- *I consigli di Samantha Cristoforetti per avere successo nella vita.*
- *I consigli di Clio per il trucco.*
- *I consigli di Google per la SEO del tuo sito.*

## COME SCRIVERE **TITOLI PERFETTI**

### Cosa pensa [nome famoso] su [tema]

Un titolo che fa leva sulla **curiosità** è un titolo di successo.

Perché limitarsi a proporre un tema ai tuoi utenti, quando puoi affrontarlo dal punto di vista specifico di un personaggio ammirato (o detestato) dal pubblico?

Questo titolo aggiunge uno **spessore caratteriale** all'articolo, dandogli una netta personalità.

*Esempi:*

- *Cosa pensa George R. R. Martin della serie televisiva Game of Thrones*
- *Cosa pensa Veronesi sul fumo*
- *Cosa pensa Tim Cook sul futuro della Apple*

# L'ombra di una minaccia

AFFRONTA LE PAURE DEI TUOI LETTORI

Cosa si nasconde dietro a [argomento sensibile]  
Una verità che potrebbe colpire il tuo [...]  
Quanto è al sicuro il tuo [...] da [minaccia]?  
Le bugie che [determinate fonti] ti raccontano

CATEGORIA 3

Una premessa è d'obbligo: non ti sto consigliando di minacciare i tuoi utenti.

Un titolo "a minaccia" consiste nel sottolineare un possibile pericolo in cui chi legge potrebbe incappare. Le informazioni devono sempre **essere fondate** e la minaccia non può mai essere fine a se stessa.

Invece di proporre subito la soluzione, si mette in evidenza il problema, così che possa essere **ricosciuto** dall'utente. Durante lo sviluppo dell'articolo è però necessario spiegare anche **come venirne fuori**.

## Cosa si nasconde dietro a [argomento sensibile]

Questo titolo vuole mettere in luce le minacce che si celano dietro a qualcosa che forse l'utente **credeva totalmente innocuo**.

Non deve trattarsi per forza di un pericolo diretto, ma può riferirsi anche a una semplice verità non sempre chiara.

*Esempi:*

- *Cosa si nasconde dietro alle diete veloci.*
- *Cosa si nasconde dietro all'indicizzazione dei motori di ricerca.*
- *Cosa si nasconde dietro i viaggi low cost.*

### Una verità che potrebbe colpire il tuo [...]

Con questo titolo puoi coinvolgere direttamente il lettore, ponendogli un problema che verosimilmente **riguarda anche lui**.

Deve quindi trattarsi di una minaccia diffusa e concreta.

*Esempi:*

- *Una verità che potrebbe colpire i tuoi utenti.*
- *Una verità che potrebbe colpire la sicurezza del tuo sito.*
- *Una verità che potrebbe colpire le tue finanze.*

### Quanto è al sicuro il tuo [...] da [minaccia]?

Anche in questo caso il titolo ipotizza un problema, mettendo la pulce nell'orecchio di chi legge. Per rendere questi articoli credibili, è importante scegliere tematiche **attuali e verificabili**.

*Esempi:*

- *Quanto è sicuro il tuo sito web dalle intrusioni esterne?*
- *Quanto è al sicuro il tuo futuro dalla crisi economica?*
- *Quanto è sicura la tua casa dai furti?*

### Le bugie che [determinate fonti] ti raccontano

Questo titolo è una versione più aggressiva di [Cosa si nasconde dietro a], in quanto implica per forza una **connotazione negativa**.

Trattandosi di un'accusa – più o meno velata – deve basarsi su informazioni e fatti ancora più concreti.

*Esempi:*

- *Le bugie che il tuo fidanzato ti racconta.*
- *Le bugie che ti hanno raccontato quando eri piccolo.*
- *Le bugie che i dentisti ti raccontano.*

# Elenchi e Liste

UNA TOP 10 FUNZIONA SEMPRE

La top 10 di [...]

7 consigli per imparare a [azione]

Le migliori 20 risorse per [...]

I 5 modi migliori per [fare qualcosa]

10 cose di cui il tuo [...] ha bisogno per migliorare

CATEGORIA 4

Gli utenti amano le liste.

Sono facilmente “scansionabili”, non richiedono un grande impegno di lettura e **evidenziano i punti importanti** dell’articolo in modo chiaro.

Un titolo sotto forma di lista viene percepito come leggero e accattivante, tuttavia è importante assicurarsi che vi sia coerenza ma non ripetitività tra i punti inseriti.

## La top 10 di [...]

Un elenco dei primi 10 classificati riguardo a un tema. Dal viaggio alla gastronomia, fino all’informatica: non c’è limite alle possibilità.

*Esempi:*

- *La top 10 delle spiagge della Sardegna.*
- *La top 10 dei migliori plugin per WordPress.*
- *La top 10 dei film che hanno incassato di più nel 2015.*

## COME SCRIVERE TITOLI PERFETTI

### 7 consigli per imparare a [azione]

In questo caso l'obiettivo è fornire le soluzioni più importanti per imparare a **fare** una determinata cosa.

Assicurati che siano consigli facilmente eseguibili e tecnicamente completi.

*Esempi:*

- 7 consigli per imparare a parlare in pubblico.
- 3 consigli per imparare a conoscere il proprio partner.
- 5 consigli per imparare a lavorare in squadra.

### Le migliori 20 risorse per [...]

Un titolo molto efficace, dal momento che **siamo sempre in cerca di risorse** (siti, documenti, ecc.) che semplifichino o migliorino la nostra attività.

*Esempi:*

- Le migliori 20 risorse per trovare spunto per i tuoi contenuti.
- Le migliori 10 risorse per imparare l'inglese.
- Le migliori 20 risorse per creare infografiche originali.

### I 5 modi migliori per [fare qualcosa]

A differenza del titolo precedente, questo non si riferisce a risorse specifiche, ma a **procedure da mettere in atto**.

*Esempi:*

- I 5 modi migliori per incontrare l'anima gemella.
- I 3 modi migliori per fare amicizia con il tuo capo.
- I 7 modi migliori per scegliere la tua cucina.

## 10 cose di cui il tuo [...] ha bisogno per migliorare

Si potrebbe definire un titolo ibrido dei due precedenti, in quanto propone **interventi di miglioramento** che possono essere di qualunque genere: azioni, risorse o oggetti fisici.

*Esempi:*

- *10 cose di cui la grafica del tuo sito ha bisogno per migliorare.*
- *3 cose di cui il rapporto con i tuoi figli ha bisogno per migliorare.*
- *10 cose di cui il tuo appartamento ha bisogno per migliorare.*

# Errori da evitare

## AMMETTERE DI AVERE UN PROBLEMA

Non commettere questi errori sul tuo [...]  
Gli errori più comuni quando [fai qualcosa]  
3 [errori] che non ti fanno sembrare professionale  
Hai mai fatto questi errori nel ...?

CATEGORIA 5

Alle volte la minaccia non è esterna ma **interna**, e proprio da questo concetto nasce questa categoria di titoli.

Anziché spiegare ai tuoi lettori da cosa e come difendersi, puoi aiutarli a capire **cosa stiano facendo di sbagliato** nella loro vita professionale o personale.

Quindi non si tratta di un tutorial che parte da zero, ma di una guida che affronta un'**attività già in corso**.

### Non commettere questi errori sul tuo [...]

Questo titolo è l'approccio più diretto a questa categoria.

Serve per mostrare una **panoramica** degli errori più gravi che possano essere commessi riguardo a un argomento.

*Esempi:*

- *Non commettere questi errori sul tuo blog.*
- *Non commettere questi errori nel tuo matrimonio.*
- *Non commettere questi errori sul lavoro.*

### Gli errori più comuni quando [fai qualcosa]

Con questo articolo possono essere affrontati errori di diversa natura, dai più gravi ai più lievi. L'importante è che siano **ricorrenti** e che gli utenti **possano riconoscerli**.

*Esempi:*

- *Gli errori più comuni quando crei una newsletter.*
- *Gli errori più comuni quando compri un paio di scarpe.*
- *Gli errori più comuni quando scrivi il tuo CV.*

### [errori] che non ti fanno sembrare professionale

Ritorniamo in tema elenco, ma questa volta la lista riguarda degli **errori da evitare sul lavoro**, nel rapporto con i clienti o quando si cerca una nuova occupazione.

*Esempi:*

- *3 frasi pronunciate in un colloquio che non ti fanno sembrare professionale.*
- *5 abbigliamenti che non ti fanno sembrare professionale.*
- *3 comportamenti che non ti fanno sembrare professionale.*

### Hai mai fatto questi errori nel [...]?

Incuriosisci i tuoi utenti spingendoli a fare una sorta di **check-up** di un aspetto della propria vita.

Naturalmente non deve trattarsi di una lista fine a se stessa, ma deve fornire delle informazioni sui rischi di tali errori e/o su come correggerli.

*Esempi:*

- *Hai mai fatto questi errori nel tuo menu?*
- *Hai mai fatto questi errori nei tuoi articoli?*
- *Hai mai fatto questi errori durante il tuo primo appuntamento?*

# Grazie!

Ti vogliamo ringraziare per aver scaricato questa guida.  
Speriamo che ti sarà utile e che ti abbia dato nuove idee per creare **titoli perfetti**.

Ricorda però che con il titolo catturi l'attenzione, ma è con il contenuto che dai il **valore** che il tuo utente si merita.

**Parola d'ordine: qualità, sempre!**

Continua il tuo percorso di studio con i [Video Corsi di Webipedia.it](https://www.webipedia.it/corsi-video)

 **webipedia.it**