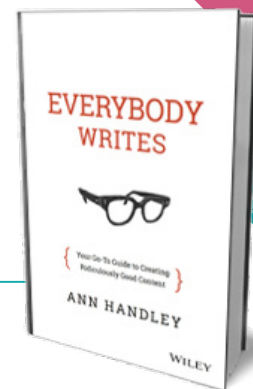


Recensione del libro: "Everybody writes" di Ann Handley



Titolo: Everybody writes

Autore: Ann Handley

Traduttore: /

Data di pubblicazione: 2 settembre 2014

Lingua: inglese

Argomento: Scrittura di testi e produzione di contenuti online

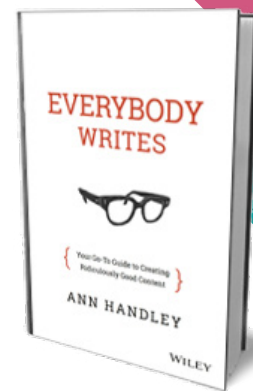
Tesi sostenuta dall'autore: con l'affermazione e la moltiplicazione degli strumenti di lavoro e svago online, è richiesto a tutti di scrivere. Saperlo fare bene diventa indispensabile, soprattutto per chi lo deve fare per lavoro. Il libro presenta 59 regole di scrittura online, approfondisce lo stile da usare per diversi strumenti (blog, post sui social network, newsletter, ecc...) e infine presenta una raccolta di strumenti utili alla creazione di contenuti online.

Breve riassunto: La regola principale, che sta alla base di tutte quelle descritte nel libro, riguarda l'utente. Ogni contenuto online va scritto come se si rivolgesse direttamente a una persona ideale che rappresenta il pubblico target. La prima parte del libro ("How to write better") spiega il processo di scrittura, propone regole per organizzarsi bene in questo processo e riporta tutte le regole relative allo stile da adottare e al raggiungimento degli obiettivi. La seconda parte ("Grammar and usage") spiega nella pratica la scelta e l'uso delle parole, gli errori tipici da evitare, e per questo risulta meno utile a chi scrive in italiano, perché si basa sulla lingua inglese. La terza parte ("Story Rules") definisce le regole per l'attività di storytelling mentre la quarta parte ("Publishing rules") presenta consigli pratici relativi alla cura del contenuto online, comprendendo temi legati al copyright, alla citazione delle fonti e al comportamento etico nel web. Nella quinta parte viene approfondita la scrittura per determinati strumenti online: Twitter, Facebook, LinkedIn, pagine dei siti web, blog, email, landing page e infografiche. Infine, l'ultima parte è un'utile raccolta di strumenti per la scrittura, la pubblicazione e la ricerca di contenuti online, divisi per categorie di utilizzo.



Stile: conversazionale, leggero, informale e simpatico.

Note sull'autore: Ann Handley è Chief Content Officer di Marketing Profs e scrive per la rivista Entrepreneur. Ha scritto con C. C. Chapman il libro "Content Rules", pubblicato in Italia da Hoepli e intitolato "Content Marketing".



Consigliato a: chi scrive online per lavoro e chi crea o cura contenuti online per aziende, brand o agenzie.

Da leggere per... apprendere nello specifico regole utili per la scrittura online, per approfondire la scrittura online per determinati strumenti o per cercare nuovi strumenti di content marketing.



scritto da
Giorgia Rossetto

