

Indice

- [Come creare un titolo \(sensato\) capace di attirare tantissimi utenti?](#)
- [Per creare un titolo efficace bisogna prima di tutto avere la giusta mentalità di partenza.](#)
- [Come scrivere dei titoli ad effetto: quattro consigli per mettere l'utente al centro.](#)
 - [Consiglio 1: Non strafare in ottica SEO.](#)
 - [Consiglio 2: Mantieni le promesse.](#)
 - [Consiglio 3: Crea un titolo originale.](#)
 - [Consiglio 4: Inizia dal titolo.](#)
- [Tadaaan... creare titolo ad effetto: un metodo infallibile](#)
- [Il titolo giusto per ogni tipo di target](#)
 - [Il titolo competitivo](#)
 - [Il titolo benefit driven](#)
 - [Il titolo ispirazionale](#)
- [Creare dei titoli efficaci senza sforzo](#)

Te lo dico subito: puoi anche essere cintura nera di [SEO Copywriting](#) , ottimizzare al massimo le tue pagine e scrivere persino magnifici contenuti super interessanti ma...

Ma in realtà un titolo che funziona sarà sempre responsabile al 70%, forse anche l'80% del successo dei tuoi articoli, delle tue pagine o delle tue offerte.

Ogni buon [consulente SEO](#) sa bene quanto l'interazione pagina -> utente giochi un ruolo importante in ottica di posizionamento sui motori di ricerca (io ne ho parlato sino allo svenimento) e proprio a riguardo, il titolo, rappresenta esattamente la porta d'accesso verso la prima fondamentale interazione: quel maledetto click che dal motore di ricerca porta l'utente sulle tue pagine.

Come creare un titolo impossibile da non cliccare

Google

<https://www.google.it/> ▼ Traduci questa pagina

Search the world's information, including webpages, images, videos and more. **Google** has many special features to help you find exactly what you're looking ...

Google Maps

Find local businesses, view maps and get driving directions in ...

[Altri risultati in google.it »](#)

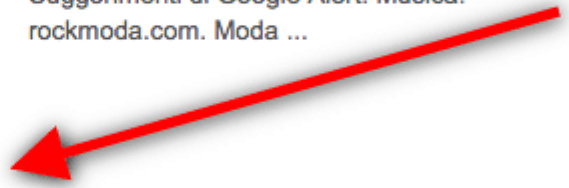
Google Alert

Suggerimenti di Google Alert. Musica. rockmoda.com. Moda ...

Clicca me, Clicca me, Clicca me!

<https://www.roberto-serra.com/cliccami> ▼

A quel paese Google! >> Lo so che lo vuoi fare: fallo! Cliccami ora, non attendere oltre... su su su cli..ck! Fai un click! Non esiste una ragione precisa ma so che lo vuoi! Clicca me :D Non è una buona azione, e che voglio davvero che tu lo faccia! TAC TAC TAC... Click, Click CLiCk!



Si, quest'immagine è uno scherzo che ti faccio allo scopo di farti rimanere il concetto ☐

Come creare un titolo (sensato) capace di attirare tantissimi utenti?

Quali sono le parole ad effetto da usare affinché i nostri contenuti web attirino sacrosante vagonate di click permettendoti finalmente di [aumentare le visite al sito](#)?

Su questo stesso blog abbiamo già visto insieme quali sono le migliori tecniche lato **SEO** per creare dei [tag title](#) efficaci, capaci di aiutarci a salire la china delle SERP di **Google** e degli altri motori di ricerca. Ti ho parlato della lunghezza giusta, delle parole da inserire e di tutte le caratteristiche che possono rendere un [tag title SEO friendly](#).

Che dici? te lo sei perso e ora vorresti capire come ottimizzare al meglio il tag title in ottica **SEO**?

Leggi l'approfondimento: [Title Tag, come ottimizzarlo al meglio in ottica SEO.](#)

Oggi voglio fare di più: oggi voglio spiegarti come creare un titolo perfetto dal punto di

vista del **copywriting**, capace cioè di ghermire la mente dell'utente, anche di quello più distratto.

E da buon [esperto SEO](#) per farlo non mi limiterò a esporti alcune regole e alcuni consigli. No, **ti fornirò anche degli esempi** di titolo ad effetto, e ti spiegherò come farne altrettanti seguendo uno schema preciso, così da ridurre al minimo le possibilità di errore. Insomma, ti mostrerò esattamente ciò che faccio più spesso quando creo un titolo.

Sei pronto per imparare a scrivere dei **titoli efficaci per il web**? Bene, iniziamo.

Per creare un titolo efficace bisogna prima di tutto avere la giusta mentalità di partenza.

Per prima cosa, per riuscire a creare dei titoli efficaci è necessario mettere l'utente al centro della tua mente, fin da subito.

Proprio così: anche in quelle poche parole che compongono un titolo, **il potenziale cliente deve essere centrale**. Questo, del resto, vale per qualsiasi elemento copy, per qualsiasi testo: tu, in quanto scrittore, in quanto brand, **devi scomparire**.

Il protagonista deve essere sempre il cliente, per il semplice fatto che tutti quanti pensano in primo luogo a sé stessi. Quindi sì, devi presentare la tua attività, i tuoi prodotti, i tuoi servizi, i tuoi valori, ma devi farlo senza rubare spazio al cliente.

La tua attenzione, dunque, deve essere focalizzata verso il **valore** che tu vuoi e puoi passare all'utente. E non parlo in senso generico: devi dire all'utente in modo più o meno esplicito cosa lui potrà guadagnare leggendo quel contenuto (e affidandosi al tuo brand).

Parliamoci chiaro: Quali saranno i benefici che avranno aprendo quella pagina?

Quali vantaggi avranno acquistando i tuoi prodotti? Non nasconderti, diglielo subito, fin da titolo!

Come scrivere dei titoli ad effetto: quattro consigli per mettere l'utente al centro.

Consiglio 1: Non strafare in ottica SEO.

Per scrivere dei titoli efficaci - come per qualsiasi altro elemento copy, - cerca sempre di non pensare solo e unicamente a [come apparire su Google](#), oscurando l'utente.

Ricordatelo: è Google che decide il **ranking**, ma è pur sempre l'utente (persona fisica che esiste nel mondo reale) che si deve trasformare in un cliente pagante.

Quindi sì, non lasciarti scappare l'occasione di [indicizzare un sito](#) al meglio ottimizzando le tue pagine in ottica [SEO](#), ma non guardare alla sola ottimizzazione [on-page](#) fredda e asettica. Quello che ci vuole è un sano equilibrio tra ciò che influenza il motore di ricerca e quello che invece interessa agli utenti.

Sei indeciso tra un titolo con una keyword competitiva e secca e un titolo accattivante, capace cioè di rapire l'attenzione dei tuoi utenti? Se è possibile, cerca e impiega un compromesso. Se non ce la fai, se il compromesso è impossibile, segui la seconda opzione: è l'insieme dei contenuti del tuo sito a determinare le performance del tuo portale sul motore di ricerca, **non un semplice tag!**

Consiglio 2: Mantieni le promesse.

Tra i titoli ad effetto più efficaci ci sono quelli che preannunciano al lettore quello che accadrà una volta terminato il post.

Alcuni esempi? Eccoteli serviti:

'Scopri come guadagnare con il tuo blog' o 'Come creare un titolo impossibile da non cliccare' o ancora 'Impara a scrivere a scrivere un titolo ad effetto'.

Funzionano, puoi scommetterci, funzionano davvero. Ma **solo a condizione di rispettare quanto promesso**: non puoi attirare sul tuo sito qualcuno promettendo mari e monti con il

tuo snippet su Google, per poi presentare dei post che non mantengono quanto preannunciato.

In primo luogo, non si fa per una questione etica.

In secondo luogo, Google ti penalizzerà ben presto.

Ti stai domandando perché?

Te lo dico subito: Google legge e conosce il comportamento dell'utente sulle tue pagine. Se non mantieni le promesse leggerà ad esempio un tasso di rimbalzo eccessivo - in quanto gli utenti abbandoneranno velocemente il tuo sito dopo aver constatato la fregatura e di conseguenza penalizzerà le tue pagine.

Consiglio 3: Crea un titolo originale.

Pensa al tuo utente. Perché sta cercando quell'argomento su Internet?

Te lo dico io: Perché vuole saperne di più, vuole informazioni nuove.

Per accontentarlo, ti servirà un titolo fresco, e quindi diverso da qualsiasi altro titolo presente nel tuo portale e su altri siti in rete.

Consiglio 4: Inizia dal titolo.

Per non rischiare di sviare l'utente, parti con lo scrivere il titolo del tuo contenuto, e solo poi scrivi il testo vero e proprio. In questo modo sarai certo di realizzare un testo che corrisponda davvero a quanto promesso dal titolo, senza rischiare di andare fuori tema o di dimenticarti il focus principale.

Contatta Roberto

la prima [consulenza web](#) è sempre gratuita!

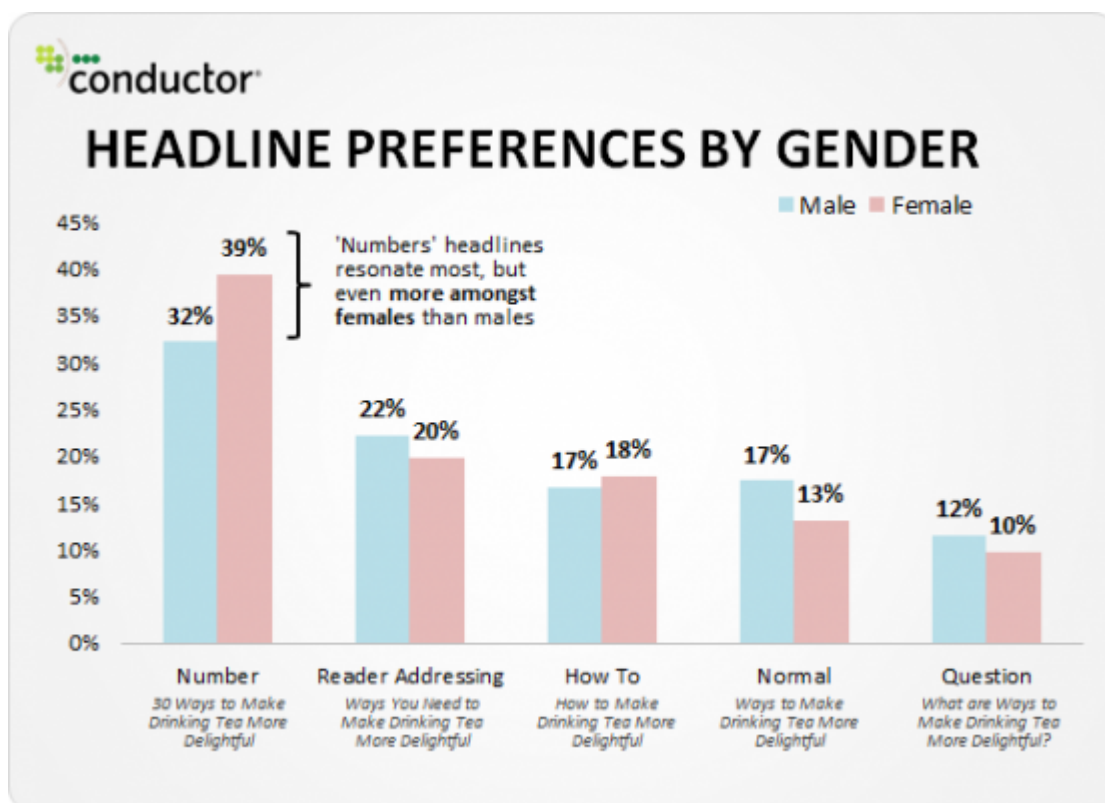
[Si lo voglio!](#)

Ecco, queste sono 4 semplici ma fondamentali dritte per **scrivere degli ottimi titoli**.

Ma hai mai pensato ai motivi per i quali è necessario impegnarsi così tanto per scrivere dei titoli che, in fin dei conti, sono costituiti da una piccola manciata di parole?

Perché dovremmo fare più fatica a scrivere il nostro titolo che a realizzare un intero paragrafo di testo?

Secondo questo studio un titolo può aumentare le performance delle pagine di oltre il 500% ed è risaputo che a funzionare meglio sono le headline che contengono numeri.



Ma se comunque non dovesse bastarti ebbene, i motivi per i quali prima di sentire un [consulente web](#) per il tuo progetto dovresti impegnarti a scrivere degli ottimi titoli sono essenzialmente tre:

1. in primo luogo, il titolo è quell'elemento in base al quale le persone decidono se

leggere o meno quel dato contenuto. Insomma, è prima di tutto qui che si gioca la partita.

2. In secondo luogo, il titolo deve essere perfettamente coerente con il testo che segue, e viceversa.
3. Infine - anche se è triste dirlo - molte persone **non leggeranno mai il tuo intero contenuto**, al contrario è molto probabile che si soffermeranno sul solo titolo.

Meglio farlo bene, non trovi?

Direi che è tutto chiaro, no?

In ogni caso, vedrai che con i prossimi esempi di titolo ad effetto, tutto sarà cristallino!

Tadaaan... creare titolo ad effetto: un metodo infallibile

Ognuno usa dei trucchi diversi per creare dei titoli efficaci.

Io negli anni ho letto tantissimo sull'argomento, imparando molte differenti tecniche di copywriting per realizzare delle ottime headline, e ho monitorato di volta in volta i risultati di ogni singola tattica.

Il metodo che ti voglio proporre oggi, dunque, non è per nulla casuale, ed è pure testato.

A metterlo insieme è stato **Neville Medhora**, la mente dietro a NevBlog e KopywritingKourse (giusto per nominare due dei suoi progetti), il quale si è dedicato anima e corpo proprio ad insegnare le più efficaci tecniche di copywriting.



Ma non perdiamoci in cicalecci: Neville ha battezzato il suo metodo con il nome **'ROT Formula'**, dove ROT è un acronimo per **Results, Objections e Time**, ovvero i tre elementi fondamentali per creare un titolo efficace.

Dapprima, dunque, ci sono i risultati che il pubblico vuole raggiungere. Poi ci sono le ovvie obiezioni che il lettore potrebbe muovere contro i risultati anticipati. Infine, c'è il tempo, in quanto è sempre bene definire in modo esplicito le tempistiche entro le quali i risultati si concretizzeranno.

Vuoi il primo esempio di titolo efficace seguendo la formula ROT?

Eccolo qui:

Prima pensiamo a quali sono gli elementi *Results, Objections* e *Time* del nostro articolo

Results: *Impara a parlare tedesco*

Objections: *Anche se hai delle competenze minime in italiano*

Time: *In sole due settimane*

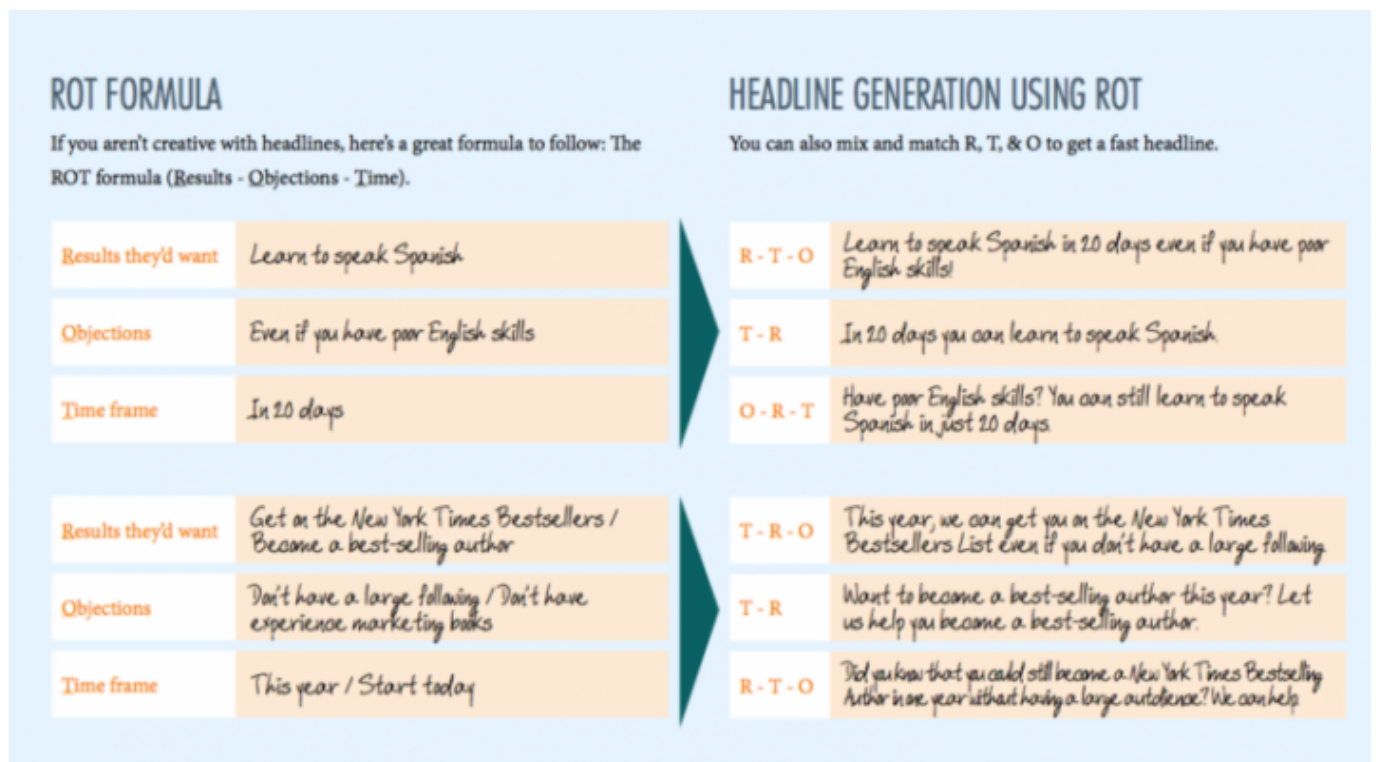
Fatto questo, possiamo mescolarli per mettere insieme il nostro titolo, variando la composizione alla ricerca della formula che più ci convince:

R-T-O: *Impara a parlare tedesco in sole due settimane, anche se hai delle competenze minime in italiano!*

T-R: *Impara in sole due settimane a parlare tedesco!*

O-R-T: *Hai delle competenze minime in italiano? Puoi imparare comunque a parlare in tedesco in sole due settimane!*

Come vedi, con questo metodo e un po' di lavoro è davvero semplice creare dei titoli efficaci e ad effetto per i tuoi contenuti web.



Una volta definiti gli elementi fondamentali, non ti resta che confrontare le varie combinazioni, e capire quale funziona meglio (per i contenuti più importanti potresti chiedere l'opinione di colleghi o di amici, o perfino fare degli A/B test mirati).

Vuoi altri esempi di titoli ad effetto a partire dalla formula ROT? Vediamone insieme degli altri!

Results: *Pubblica il tuo libro*

Objections: *Anche se ora non hai una casa editrice*

Time: *Entro la fine dell'anno*

R-T-O: *Pubblica il tuo libro entro la fine dell'anno, anche se ora non hai una casa editrice!*

T-R: *Puoi: Pubblica il tuo libro entro la fine dell'anno*

O-R-T: *Ora non hai una casa editrice? Pubblica comunque il tuo libro entro la fine dell'anno!*

T-R-O: *Entro la fine dell'anno puoi pubblicare il tuo libro! (anche se ora non hai una casa editrice)*

Non dimenticarti mai che il motivo fondante del titolo non è solo quello di attrarre degli utenti, ma è anche quello di attrarre gli utenti giusti, quelli cioè che davvero possono trasformarsi in clienti. Per questo non devi essere troppo generico, e per questo i tre elementi scelti (ROT) devono essere precisi ed espliciti.

Il titolo giusto per ogni tipo di target

Ogni attività, e quindi ogni sito web, ha un'audience diversa. Il pubblico di un e-commerce che vende pentole non è il medesimo di un sito che offre consigli manageriali. Anche i titoli che si vanno a realizzare, dunque, devono essere differenti.

Ora ti mostro alcuni modelli.

Il titolo competitivo

Perfetto per un'audience altrettanto competitiva, che vuole battere i concorrenti, con una personalità forte e bonariamente aggressiva. Esempi di titolo ad effetto:

Fai mangiare la polvere ai tuoi competitors con questa nuova tecnica di web marketing!

Il 90% più duratura di qualsiasi altra batteria

Il titolo benefit driven

Questo è il titolo perfetto per le persone che si muovono in modo razionale e analitico. Esempi di titolo ad effetto:

Impara come scrivere titolo efficaci e raddoppia i tuoi utenti

Il mio sito ha una montagna di traffico: scopri come è possibile

Il titolo ispirazionale

Serve davvero spiegare cos'è? Esempi di titolo ad effetto:

Anche tu potrai sfornare delle torte perfette!

Ci vediamo sulla cima. Sei nato per vincere! (questo è il titolo di un libro di Zig Ziglar)

Creare dei titoli efficaci senza sforzo

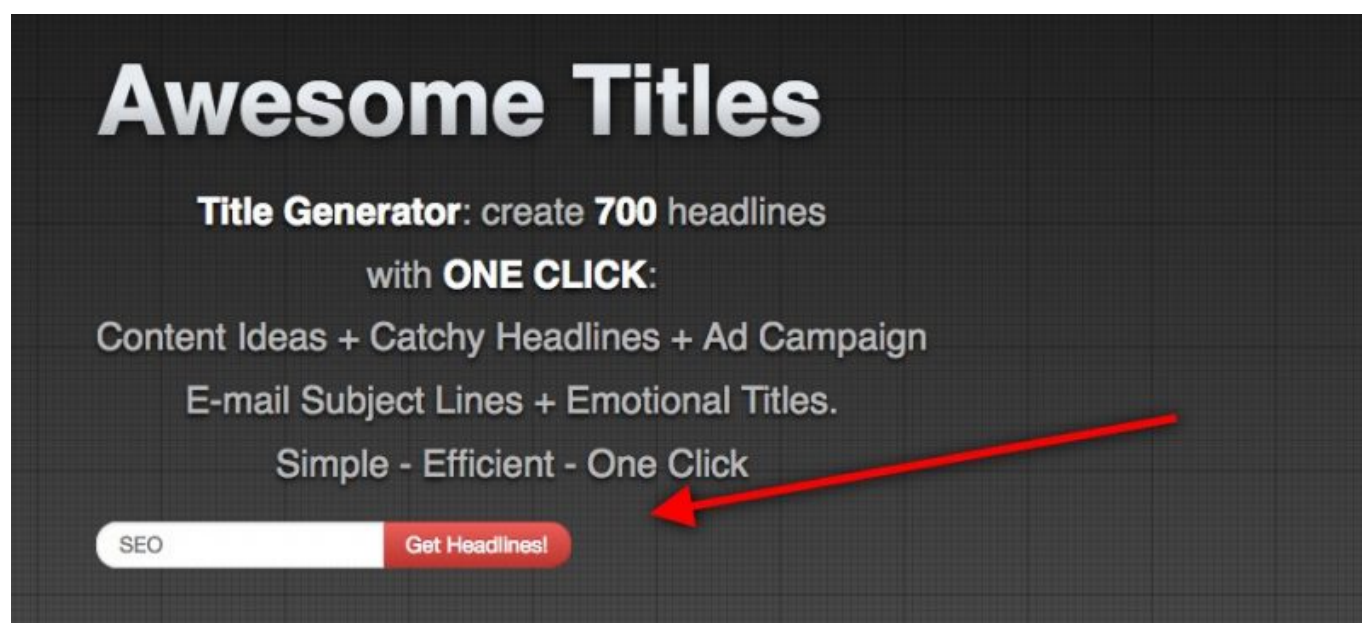
Ora sai davvero tutto quello che ti serve per creare dei titoli davvero competitivi. Ma forse... ma forse tu sei davvero pigro. O forse ti trovi in un periodo in cui il tuo business non ti lascia nemmeno un momento libero, e fatichi sempre di più a ritagliarti lo spazio sufficiente per creare dei contenuti di qualità per il tuo sito web... figuriamoci quanto tempo ti resta per realizzare dei titoli ad effetto!

Buona notizia: non è una tragedia.

Certo, nulla può essere efficace quanto un buon metodo ragionato e testato come la formula ROT di cui sopra, ma bisogna ammettere che in rete esistono dei tool davvero ben pensati per creare dei titoli efficaci con un solo click. Sono in lingua inglese, ma possono darti gli spunti che cerchi per creare qualcosa di memorabile in zero secondi.

Comunque sempre meglio di improvvisare sul niente non trovi?

Il primo che ti voglio suggerire è il mitico [Title-Generator](#): ti basterà inserire il tema del tuo contenuto per avere decine e decine di titoli suggeriti, alcuni dei quali davvero accattivanti.



Altro strumento molto utile è [Kickass Headline Generator](#). In questo caso, oltre a

Come creare un titolo impossibile da non cliccare

domandarti il tema, il portale ti chiederà di inserire altri dati, come il risultato ricercato, l'audience di riferimento e la tipologia di contenuto. Come vedrai, le combinazioni possibili sono davvero tantissime!

Kickass Headline Generator

Write engaging titles like a boss!

About Numbered Lists **How To** Explanatory / Why Strong / Controversial Fun / Playful DIY Headline Formulas

How To Headlines

Topic	Making Money Online	The How To Headline	How To Make Money Online
Desired Outcome (to)	Make Money Online	The Ultimate Guide Headline	The Ultimate Guide To Making Money Online
Successful Outcome (past tense)	Made Money Online	The Celebrity Headline	How To Make Money Online Like Bill Gates
Time Frame	2 Weeks	The How To / Without Headline	How To Make Money Online Without Causing Jealousy
Well Known Celebrity	Bill Gates	The Tutorial Headline	The Comprehensive Guide To Making Money Online
Biggest Frustration	Causing Jealousy	The Results Headline	How We Made Money Online In Only 2 Weeks
Descriptive Power Word	Comprehensive	The Like a Boss Headline	How To Make Money Online Like A Boss

SumoMe

Ultimo tool che ti voglio suggerire è [Portent](#), il quale è davvero una fabbrica di idee strampalate, alcune delle quali sono però molto affascinanti.

Come creare un titolo impossibile da non cliccare



Per offrirti alcuni esempi di titolo ad affetto ho inserito nel portale la parolina headline (sì, lo so, sono fissato) come topoc, ed ecco qualche risultato proposto da Portent:

How Headlines Killed Kenny

8 Ways Headlines Can Find You the Love of Your Life

What Wikipedia Can't Tell You About Headlines

Curare i titoli significa concedersi la possibilità di guadagnare più visite ma è creando ottimi titoli che riuscirai a coinvolgere i tuoi utenti e fare in modo che loro si ricordino di te,

Fantastico, no? E ora è il tuo turno di creare dei titoli ad effetto per il tuo sito web, dubbi o domande? Lasciami un tuo commento!

Come creare un titolo impossibile da non cliccare

Fai marketing ascoltando, non strillando.
Un abbraccio.

Che mi racconti di bello?