



LA GUIDA
PER
GUEST AUTHOR



Benvenuto su Coffee Writing!

Ciao **autore!** Ti diamo il **benvenuto** su **Coffee Writing**, il **neo-magazine** dedicato al mondo della **comunicazione**, della **scrittura** e dell'**editoria**, nato alla fine del 2016 con un preciso obiettivo: proporre **contenuti originali**, una **comunicazione efficace, creativa** e senza fronzoli. Da noi la banalità è bandita. Il nostro scopo è creare un punto di riferimento per tutti i **copywriter** e i **web writer** in circolazione e, per farlo, accettiamo **contributors** con una penna fuori dall'ordinario.

Premessa

Coffee Writing non è un **blog** chiuso: è partito con poco, ma si apre già a nuovi punti di vista e a nuove collaborazioni in grado di farlo crescere sempre di più. Per questo abbiamo deciso di dedicare una sezione del **blog** ai **Guest post** e ai **Guest Author**, blogger che potranno pubblicare articoli a proprio nome e farsi conoscere sotto un marchio in costante crescita. Il **Guest Posting** è fatto da **contributors** e da collaboratori volontari che scelgono di dare il via ad uno scambio di servizi, in questo caso divertente e stimolante.

Come **Guest Author** inizi una nuova avventura, fatta di crescita professionale e tanti, tantissimi vantaggi. Scopriamoli insieme.

Perché diventare un Guest Author di Coffee Writing?

Abbiamo ricevuto tante richieste di **Guest Posting**, perché è diventata ormai una delle attività di **web marketing** più diffuse e amate dai blogger e dai web writer, proprio perché offre tanti vantaggi e tante opportunità. Insomma, è arrivato anche per noi il momento di entrare nel mondo del **Guest blogging**.

Innanzitutto chiariamo cos'è un **Guest Author** e cosa significa fare **Guest Posting**. Un **Guest Post** non è altro che un "articolo-ospite", ovvero un post pubblicato all'interno di un **blog** che non è il proprio. Il **blog** ospitante fa in modo che l'**autore** del **post** si faccia conoscere e accresca la propria visibilità e, dalla sua, arricchisce il proprio **blog** con contenuti e punti di vista nuovi. La collaborazione di **Guest Posting** non si riduce soltanto a questo: infatti, **il blog-ospitato può chiedere al blog-ospitante di fare lo stesso sul proprio blog.**

Fare **Guest Posting** (o **blogging**) rende la collaborazione interessante sia dal punto di vista umano che, soprattutto, da quello strettamente professionale: si tratta di uno scambio stimolante di contenuti, link, prodotti in un continuo crescere di **branding** e **visibilità**.

Ci sono molti blog che offrono la possibilità di diventare **Guest Author**, ma li abbiamo trovati poco stimolanti poiché offrono esclusivamente la possibilità di inserire un articolo su un sito dopo una lunga trafila di revisioni. **Coffee Writing** fa molto più di questo.

Ogni Guest Author di C.W. può

- **Pubblicare** un **articolo** firmandolo con il proprio nome;
- **Inserire** il **link** diretto al proprio sito/blog o, a scelta, richiedere un banner personalizzato con link al proprio blog;
- **Ricevere**, a sua volta, **articoli** di qualità sul proprio sito web: Coffee Writing diventerebbe Guest Author del vostro blog;
- Avere una **scheda Autore** personale e far parte di un team di Guest Author visibili su una pagina dedicata sul blog;

- **Arricchire** il proprio **curriculum** e avere un **portfolio** di articoli da presentare alle aziende;
- **Accrescere** la propria **visibilità** grazie all'attività costante di **social media marketing** di Coffee Writing;
- Dopo la pubblicazione di 5 articoli, ogni Guest Author potrà inserire il proprio codice **Adsense** all'interno di ogni articolo pubblicato;
- Dopo la pubblicazione di 3 articoli, ogni Guest Author potrà richiedere di **essere pubblicizzato** o di pubblicizzare il proprio **prodotto** (ad esempio un libro o il proprio blog) all'interno del sito o sulla Pagina Facebook.

Niente male, vero?

La premessa è finita, spero non ti sia annoiato troppo, ti vogliamo carico come un caffè triplo.

Ora che sai cosa significa essere un vero **Guest Author** sei pronto per entrare nel team col botto. Ecco la **Guida ufficiale** di **Coffee Writing** per cominciare questa nuova avventura. Caffè in mano, si parte!

LA GUIDA

Come deve essere un Guest Post.

Se parti da zero sta' tranquillo, questa guida nasce apposta per sconfiggere ogni dubbio e permettere ad ogni autore di scrivere autonomamente.

Se sei finito qui significa che sai scrivere bene e, se hai scelto Coffee Writing, significa che hai un punto di vista e che ti piace essere creativo e originale.

Bene, hai già il 50% del potenziale richiesto per entrare nel team. Andiamo al sodo!

Ogni **Guest Post** deve possedere queste caratteristiche:

- **Qualità:** puntiamo molto sulla qualità dei testi, piacciono a noi e piacciono soprattutto a Google. Gli articoli, quindi, devono essere scritti correttamente: attenzione alla punteggiatura, ai tempi verbali, ai termini utilizzati e al linguaggio. Rileggi più volte.
- **Originalità:** va bene prendere spunto, anzi è essenziale, ma mai copiare. Ogni articolo deve essere originale e frutto del proprio lavoro. Ricerca, prendi informazioni dalle fonti e trasformale a parole tue.
- **Creatività:** Coffee Writing si distingue proprio per questa sua peculiare caratteristica. No ai testi banali, no alla monotonia e alla ridondanza, no alla troppa serietà. Ai lettori piace leggere testi pieni di personalità. Metti un pizzico di ironia nei tuoi, fa' conoscere il tuo punto di vista, esci dagli schemi. Insomma, sii creativo.

- **Semplicità:** rendere i testi complessi semplici è il dovere di ogni web writer. Evitare quindi di scrivere lunghe liste della spesa, utilizzare termini comprensibili all'utente comune, sintetizzare i concetti e rendere i testi ricchi ma non ridondanti. Questo è fondamentale.
- **Minimo 300 parole:** a Google piacciono i testi che abbiano un minimo di 300 parole. Solitamente un testo standard si aggira sulle 350-400 parole. Ciò non vuol dire "allungare il brodo" rischiando di diventando noiosi, ma aggiungere qualcosa in più e di interessante per il lettore. D'altro canto, non bisogna neppure scrivere testi lunghissimi che facciano scappare il lettore a gambe levate dopo il primo paragrafo.
- **Categorie:** scegli una sola categoria per ogni articolo che pubblichiamo tra "Tracce" (Comunicazione e scrittura in generale), "Legami" (Social), "Passepartout" (Strumenti di comunicazione e scrittura) e la Rubrica "Caffè corretto" (Chicche sulla lingua italiana).

Queste sono le caratteristiche base che ogni articolo deve possedere. Ricorda, inoltre, di usare un linguaggio informale e "smart": cerca di **coinvolgere** il lettore, di esprimere ogni concetto in modo intelligente ma non pretenzioso. **Leggi qualche articolo** del nostro blog per avere un'idea chiara sul **tono** da utilizzare.

Bene, è arrivato il momento di prendere un'altra decisione. Vuoi essere un **Guest Author dipendente** o un **Guest Author autonomo**?

Il primo invierà gli articoli alla redazione che provvederanno alla pubblicazione, i secondi, invece, faranno tutto autonomamente attraverso il **pannello Wordpress**.

Se desideri diventare un **Web Editor autonomo** dovrai faticare qualche altro minuto e continuare a leggere questa **Guida!**

GUEST AUTHOR AUTONOMO

Bene, hai scelto di pubblicare autonomamente i tuoi **Guest Post** e diventare un **Editor** del team di **Coffee Writing**. Complimenti!

Per essere un **Guest Author autonomo** dovrai rispettare **le linee guida** della pubblicazione dei post. Questo è fondamentale per mantenere l'equilibrio del blog e per permettere a tutti gli autori di svolgere al meglio il proprio lavoro.

Ricordiamo che, per le prime pubblicazioni, gli autori del blog dovranno revisionare i testi prima che vengano pubblicati e, nell'eventualità avere la possibilità di correggerli. C'è una politica interna ed è giusto che ogni autore, almeno all'inizio, venga seguito prima di diventare totalmente autonomo.

LINEE GUIDA PER LA PUBBLICAZIONE

- Non esistono **cadenze** né un minimo di pubblicazioni da rispettare;
- Puoi pubblicare **non più di due Guest Post al giorno**;
- Almeno **per i primi articoli** dovrai **salvare in bozze** l'articolo e comunicare attraverso la chat di Facebook che l'articolo è pronto per la revisione;
- È fondamentale compilare la parte sottostante dedicata al SEO (è spiegato in questa guida);
- È fondamentale **firmare i propri articoli** con il proprio nome.

PANNELLO WORDPRESS E COMPILAZIONE

Ecco la parte più divertente - si fa per dire - della pubblicazione di un articolo. La bacheca di **Wordpress** è pronta ad accogliervi.

Se non conoscete **Wordpress** niente paura. Abbiamo preparato per voi una serie di schermate utili che vi renderanno la vita più facile. L'esperienza farà il resto.

Accedete alla vostra bacheca di **Wordpress** con le credenziali che vi sono state fornite. Una volta dentro non fatevi cogliere dal panico, mi raccomando.

- Posizionate il cursore su "Articoli" e cliccate su "Aggiungi nuovo";
- Inserite l'articolo incollandolo se lo avete scritto con un programma di scrittura, o scrivetelo direttamente su Wordpress;
- Formattate l'articolo seguendo i prossimi consigli.

Potrete utilizzare il **Visual Composer** cliccando su "*Backend Editor*" per un inserimento intuitivo e semplice o utilizzare la schermata normale impostata già su "*Classic*".

Aggiungi nuovo articolo

Il titolo deve contenere un minimo di 6 e un massimo di 10 parole.

BACKEND EDITOR FRONTEND EDITOR

Aggiungi media

Paragrafo

Visuale Testo

Il testo deve contenere un minimo di 300 parole, evitare di superare le 800;

Dividi il testo in paragrafi, rendi la lettura scorrevole;

Utilizza i grassetto per evidenziare le parole chiave;

Se ci sono citazioni: "mettite tra virgolette e in corsivo".

Firma il tuo articolo apponendo Nome e Cognome in basso a destra.

Pubblica

Salva bozza Anteprima

Stato: Bozza [Modifica](#)

Visibilità: Pubblico [Modifica](#)

Pubblica subito [Modifica](#)

Leggibilità: Necessita di miglioramento

SEO: Non disponibile

Pubblica

Formato

Standard

Video

Audio

Galleria

Tag

Conteggio parole: 0

Una volta inserito l'articolo, scelto il titolo, evidenziato le parole chiave in grassetto (B), diviso il testo in paragrafi e sottotitoli e formattato le citazioni in corsivo (I), potrete compilare tutto il resto.

TAG E SEO

Nella sezione “**Tag**”, nel riquadro a destra, dovrete inserire le parole chiave e quelle che gli utenti cercherebbero per collegarsi al vostro articolo durante la ricerca. Scrivetele in minuscolo e separatele con le virgole.

Es. “*comunicazione, web writing, scrittura web, scrivere articolo, guest post, guest blogging*”. Inserirne almeno tre e poi cliccate su “**Aggiungi**”.

Scegliete una **categoria** del vostro articolo tra quelle del blog, cliccando sul quadratino vuoto. Dovrà comparire il segno di spunta.

“**Tracce**” per articoli inerenti alla comunicazione, alla scrittura e all'editoria in generale.

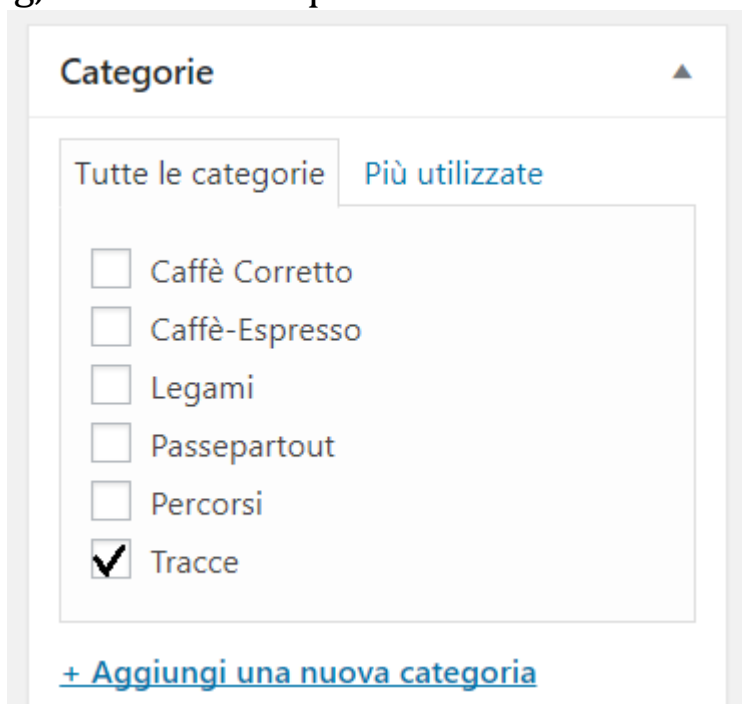
“**Percorsi**” per gli appuntamenti, i concorsi e gli incontri del settore.

“**Passepartout**” per proporre strumenti utili per comunicare e scrivere meglio.

“**Legami**” per parlare delle



The screenshot shows a 'Tag' section with a text input field containing 'comunicazione, web writing,'. Below the input is an 'Aggiungi' button. Underneath the button, there is a note: 'Separa i tag con delle virgole'. At the bottom of the section, there is a link: 'Scegli un tag fra quelli più utilizzati'.



The screenshot shows a 'Categorie' section with two tabs: 'Tutte le categorie' and 'Più utilizzate'. Below the tabs is a list of categories with checkboxes: 'Caffè Corretto', 'Caffè-Espresso', 'Legami', 'Passepartout', 'Percorsi', and 'Tracce'. The 'Tracce' checkbox is checked. At the bottom of the section, there is a link: '+ Aggiungi una nuova categoria'.

novità o delle chicche sui social network.

“**Caffè Corretto**” per articoli che riguardano la lingua italiana e il suo uso.

YOAST SEO

Dopo aver scritto l'articolo dovrete scendere giù, nella straordinaria sezione dedicata al **SEO**. Le spie di **Yoast seo** vi indicheranno se il vostro articolo va bene oppure no. **Verdi** se è perfetto, **arancioni** se è ok, **rosse** se necessita di miglioramento.

Per essere pubblicato un articolo deve avere le spie verdi o, al massimo, arancioni. Mai rosse. Se c'è una spia rossa è evidente che c'è qualcosa da sistemare!

Quindi cliccate su “Leggibilità” o “Parola chiave” per capire cosa non va.

- Solitamente la **spia rossa in “Leggibilità”** si riferisce a paragrafi troppo lunghi e all'assenza di Titoli e sottotitoli che li dividano. Ricordate sempre di separare i paragrafi troppo lunghi con i titoli: Titolo 2 e 3.

Una volta sistemata la **Leggibilità**, cliccate su “**Modifica snippet**” per inserire tutti i dati SEO. Copiate e incollate il titolo in “**titolo SEO**”, ricordate che la striscia sottostante dovrà diventare verde.

Inserite uno **slug** ottimale e non troppo lungo che riprenda il titolo. Ad esempio, lo **slug** del titolo: “Torino, torna il Festival del Libro” sarà: “torino-festival-libro”.

Dedicate un po' di tempo alla **meta-descrizione**, è importante. La meta-descrizione è quella piccola parte di testo sotto al titolo che l'utente vede e legge prima di aprire un articolo. Dovrete quindi sintetizzare al massimo il vostro articolo e invogliare il lettore a cliccarci sopra. Potrete anche inserire le prime due righe

dell'articolo. Anche qui la striscia sottostante dovrà diventare verde.

Inserite infine la **parola chiave**, la parola che nel testo compare più spesso poiché è l'argomento principale dell'articolo. La parola chiave dovrà essere anche all'interno del titolo, dello slug e nel nome dell'immagine (rinominatela) e comparire nel testo almeno quattro, cinque volte.

Leggibilità Parola chiave: ikea + Aggiungi keyword

Anteprima Snippet

The Changing Catalogue: ecco come Ikea salverà il tuo catalogo
www.coffeewriting.it/tracce/the-changing-catalogue/ ▼
Ti hanno rubato di nuovo il catalogo? Tranquillo, "The Changing Catalogue" nasce per porre fine al furto incontrollato dei cataloghi Ikea. Assicurato.

Modifica snippet ← Clicca qui

titolo SEO
The Changing Catalogue: ecco come Ikea salverà il tuo catalogo
Scrivi finché non diventa verde e **non** farlo diventare arancione!

Slug
the-changing-catalogue **accorcia il titolo e crea uno slug corto**

Meta descrizione
Ti hanno rubato di nuovo il catalogo? Tranquillo, "The Changing Catalogue" nasce per porre fine al furto incontrollato dei cataloghi Ikea. Assicurato.
Scrivi finché non diventa verde e **non** farla diventare arancione!

Chiudi editor snippet

Parola chiave principale
ikea **scrivi la parola che compare più volte nell'articolo**

This article is [cornerstone content](#)

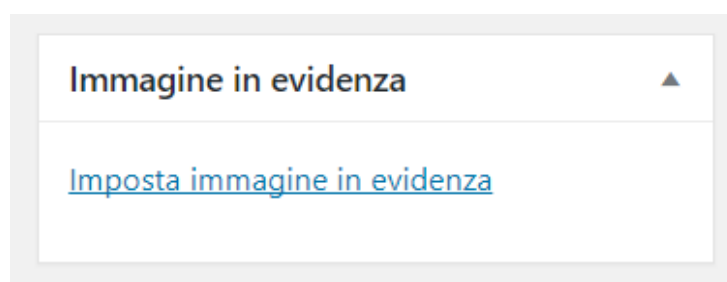
INSERIMENTO DELLE IMMAGINI

Per l’inserimento delle immagini all’interno degli articoli vi basterà andare su Google e impostare la ricerca con: Dimensioni “grandi” e “Contrassegnate per essere riutilizzate”.

Scegliete, quindi, **immagini libere** e soprattutto di **alta qualità**, ma se non dovessero essere disponibili scegliete quelle non libere, basterà citare la fonte.

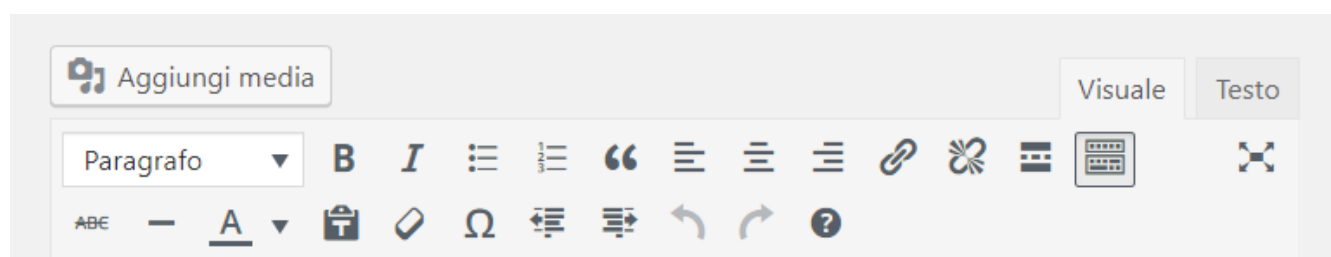
Potrete creare un’immagine in evidenza sullo stile di Coffee Writing o richiederla alla redazione. Saremo felici di farla per voi.

Per inserire l’immagine in evidenza, ovvero l’immagine che verrà visualizzata in anteprima con il vostro articolo, dovrete cliccare su **“Imposta immagine in evidenza”**.

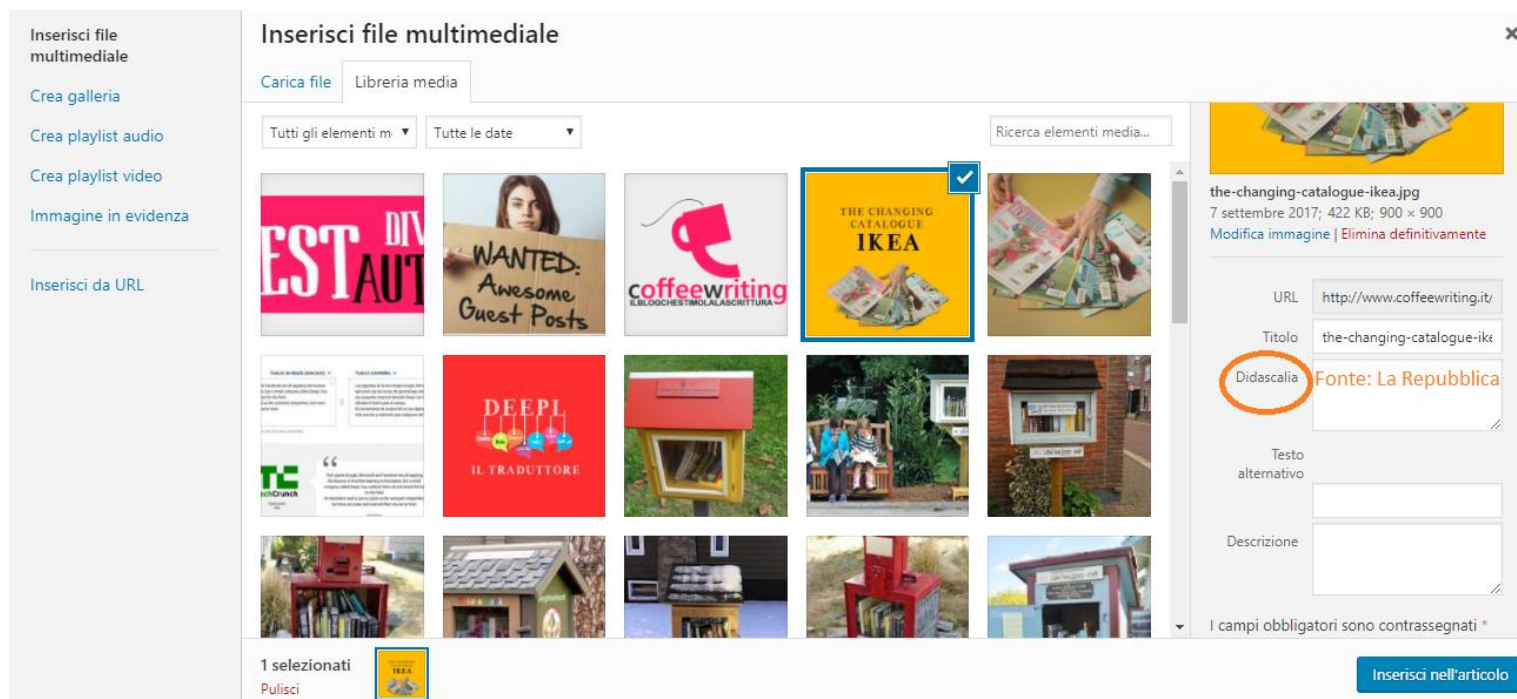


L’immagine in evidenza dovrà essere di dimensioni: **900x900**.

Per inserire altre immagini all’interno dell’articolo, dovrete invece cliccare su **“Aggiungi media”**, in alto. In questo caso le immagini **non** dovranno essere più grandi di **500 px**.

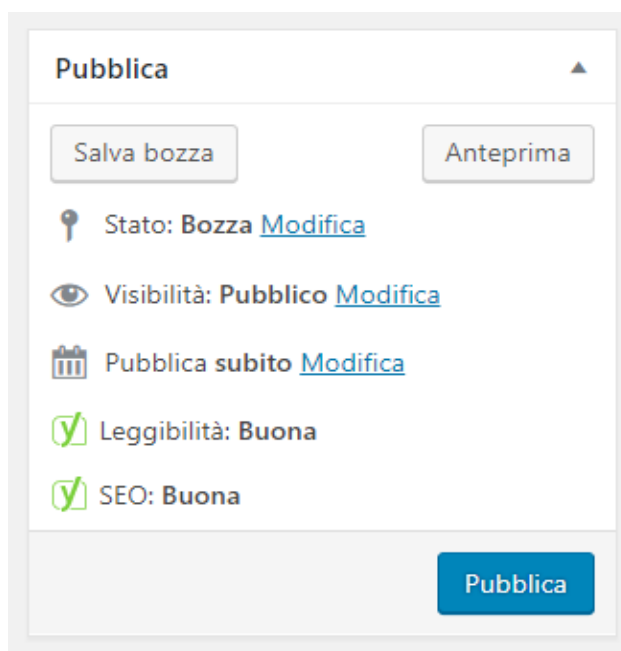


Se scegliete immagini che non sono libere e quindi non utilizzabili su altri blog, dovrete semplicemente **citare la Fonte del sito web** dal quale l'avete salvata scrivendola all'interno della Didascalia dell'immagine (come nella foto). Ad esempio, "Fonte: La Repubblica".



The screenshot shows the WordPress 'Inserisci file multimediale' (Add Media) interface. On the left, there are navigation options: 'Inserisci file multimediale', 'Crea galleria', 'Crea playlist audio', 'Crea playlist video', 'Immagine in evidenza', and 'Inserisci da URL'. The main area displays a grid of images. One image, titled 'THE CHANGING CATALOGUE IKEA', is selected with a blue checkmark. The right-hand panel shows the metadata for this image: 'the-changing-catalogue-ikea.jpg', '7 settembre 2017; 422 KB; 900 x 900'. The 'Didascalia' (Caption) field is highlighted with an orange circle and contains the text 'Fonte: La Repubblica'. Other fields include 'URL', 'Titolo', 'Testo alternativo', and 'Descrizione'. A blue button at the bottom right says 'Inserisci nell'articolo'.

Il vostro articolo dovrebbe essere pronto! Dategli un'altra occhiata e cliccate su "**Salva bozza**". Comunicate dalla chat di Facebook che il vostro articolo è in bozze, lo revisioneremo e lo pubblicheremo! Non appena sarete autonomi potrete cliccare direttamente su "**Pubblica**" o pianificare il vostro articolo.



The screenshot shows the 'Pubblica' (Publish) screen in WordPress. At the top, there are two buttons: 'Salva bozza' (Save Draft) and 'Anteprima' (Preview). Below these, the status is shown as 'Stato: Bozza' with a 'Modifica' (Edit) link. The visibility is set to 'Pubblico' (Public) with a 'Modifica' link. There is a 'Pubblica subito' (Publish Immediately) button with a 'Modifica' link. The readability is set to 'Buona' (Good) and the SEO is also set to 'Buona'. At the bottom right, there is a large blue 'Pubblica' button.

Per ogni dubbio o richiesta non esitate a contattare Coffee Writing inviando un'email a info@coffeewriting.it o alla redazione (redazione.coffeewriting@gmail.com). Per comunicazioni e domande veloci contattateci direttamente dalla chat della pagina ufficiale su Facebook.

Beh, benvenuti nel team e buon lavoro!