Brief editoriale B2B

dall’argomento a un incarico chiaro

La domanda, le prove, i criteri per accettare la bozza

1 Dall’argomento alla domanda del lettore



troppe direzioni aperte: meglio una domanda precisa

La domanda del lettore

«Quali informazioni raccogliere prima di chiedere un intervento?»: risposta riconoscibile, materiali scelti

Brief	Scaletta	Piano editoriale
l’incarico per un singolo contenuto	l’ordine delle sue sezioni	più contenuti coordinati nel tempo

Criteri di accettazione: quando il bisogno è soddisfatto

spiegare una differenza, mostrare le alternative, preparare una richiesta; «deve essere completa» non dice che cosa debba contenere

2 Che cosa contiene: l’esempio dell’assistenza

1 Lettore e domanda	2 Risultato atteso	3 Ricerca e pagina
chi deve chiedere assistenza per una macchina ferma o rumorosa e non sa quali dati servano	il lettore prepara già al primo invio una richiesta con tutti i dati del modulo	«come richiedere un intervento di manutenzione»; l’articolo rimanda alla pagina dell’assistenza

4 Risposta e confini	5 Materiali	6 Forma e linguaggio
modello, matricola, sintomo, foto, momento del problema; fuori prezzi e tempi	modulo di richiesta, domande delle telefonate, email reali rese anonime	guida per il blog: apertura con la risposta, elenco da copiare, termini spiegati

7 Accettazione	8 Consegna	9 Uso dopo
spiega tutti i dati del modulo e dà un elenco per controllare la richiesta	articolo, titolo per Google, descrizione, fonti; scadenza da concordare	inviare la guida a chi chiede; osservare ricerche e domande ancora ricevute

Una versione condivisa per scrivere e per rivedere

l’incarico usato per scrivere è lo stesso usato per valutare la bozza

3 Correzioni precise e prove: niente aggettivi

Richiesta vaga	Richiesta precisa
«rendilo più autorevole»	quale informazione manca
«rendila più completa»	dove inserirla
«deve essere completa»	quale materiale la sviluppa
chi scrive deve indovinare	**una correzione eseguibile**

Esempio: una guida ai preventivi di trasporto

«Aggiungi i dati della spedizione richiesti nel modulo allegato, perché la guida promette di aiutare a prepararli»

Manca una prova?	tieni fuori l’affermazione o ridimensionala a ciò che puoi sostenere
I documenti portano altrove?	aggiorna il brief prima di proseguire
Nuova domanda, pubblico o formato?	aggiorna il brief e rivaluta la consegna

Nessun numero ideale di parole per Google

lo spazio segue la spiegazione necessaria (Google Search Central)

Fonte: esempi dell’articolo; Google Search Central

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Brief editoriale B2B: che cos'è e come prepararlo
https://www.klc.it/blog/contenuti/brief-editoriale-b2b-trasformare-un-argomento-in-un/