Social media, l’importanza dei titoli nei post

Vorticidigitali è una rubrica settimanale a cura di **@andrea_boscaro** promossa da **Key4biz** e **www.thevortex.it**. Per consultare gli articoli precedenti, **clicca qui**.
Anche i post hanno un titolo. Come i titoli degli articoli di giornale non sono scritti dai giornalisti che hanno redatto il pezzo, ma da professionisti capaci di attirare l’attenzione e invitare alla lettura, anche i post hanno una parte che non sostituisce il testo, ma permette che il compulsivo scorrere del feed si soffermi sul contenuto per leggere ciò che vi è scritto.

Questo contenuto è un “social object”, un’immagine, un video, una infografica, una GIF animata, una mappa interattiva: non si tratta di rinunciare dunque, quando si scrive per i social media, ad approfondire un tema, ma proprio per farlo al meglio occorre una strategia non solo di produzione dei contenuti, ma anche di distribuzione dei contenuti.

-

In questa ottica, sono molto utili strumenti quali:

- **Giphy.com** per trovare o creare gif animate;
- **My Maps** di Google per realizzare mappe interattive a partire da Google Maps;
- **Thinglink** per uploadare immagini e renderle interattive con contenuti e link in mouse-over;
- **Canva** o **Easel.ly** per realizzare infografiche.

Un buon social media manager ha dunque in sè più il dna del titolista che dell’articolista anche se è consapevole che indurre al *click-baiting* può produrre danni all’autorevolezza del suo profilo social e dosa con sapienza tali aspetti.

https://www.key4biz.it/social-media-limportanza-dei-titoli-nei-post/250970/