Un caffè con Chiara Maci: guida al successo sul web

chiara-maci-2c2214a0

A **Chiara Maci**, la più celebre food blogger italiana, abbiamo chiesto come si crea engagement sul web. E non solo, ovviamente. Volto femminile della cucina di FoxLife, dove conduce ***Chiara Maci #vitadafoodblogger*** - dal lunedì al venerdi alle 19 (Sky, 114)-, è anche consulente di comunicazione per le aziende food. Il suo successo è nato sul web: dopo l'esito ottenuto con il blog *www.sorelleinpentola.com* creato con la sorella Angela, ha lanciato con ottimi riscontri il suo sito *www.chiaramaci.com* dove racconta la sua vita ai fornelli -e non solo-. Richiestissima come protagonista di show cooking in tutta Italia, è stata anche insignita **Migliore Food Blogger** dai Macchianera Italian Awards, la manifestazione che ogni anno a settembre premia il meglio del web, nel 2014 e nel 2015.

Qual è la ricetta del tuo successo?

Conduco una vita semplice e la racconto con semplicità. La gente mi segue perché si riconosce nella mia normalità. Ma questo approccio è solo la mia chiave di lettura. Non è l'unico modo di creare engagement e, soprattutto, funziona solo con un certo tipo di target.



C'è ancora posto nel web per i food-blogger?

Sì, ma a patto che sappiano gestire la comunicazione digitale a tutto tondo. Non basta gestire un blog: occorre anche padroneggiare le varie piattaforme social che garantiscono una fruizione del contenuto più immediato e veloce e che alle aziende interessano ancora più del blog. E per avere seguito, e quindi alta visibilità, bisogna scrivere bene, sapere incuriosire i lettori, creare interazione con le persone. Non è facile. Ecco perché penso che in futuro il numero di blogger crescerà, ma che saranno sempre meno quelli in grado di emergere.

Come si crea engagement?
Facendo immedesimare il lettore e coinvolgendolo nel contenuto postato, magari con una domanda. Per esempio, sopra la foto di un piatto di pasta può essere efficace scrivere qualcosa del genere: “Ecco la mia ricetta per gli spaghetti al pomodoro. E voi come li preparate?”.

Quali sono i social più forti in Italia?
Facebook resta il social più diffuso, quello di massa. Tuttavia, Instagram, soprattutto tra le donne, nel 2015 si è diffuso moltissimo. Per il 2016, invece, scommetto che crescerà molto anche in Italia Google +, molto diffuso all’estero e decisamente efficace anche perché ottimizza l’indicizzazione sul motore di ricerca di Google. Io lo uso da poco, ma con grande soddisfazione: attraverso Google + ho raggiunto velocemente milioni di persone. Quanto a Twitter, resta un social di nicchia.

Le aziende chiedono anche video ricette, oltre alle foto?
Sì, quasi sempre. I video suscitano un maggiore coinvolgimento, ma richiedono più tempo e maggiore attenzione nella fruizione. Ecco perché, dati alla mano, i video sono meno visti delle foto. Per renderli più accattivanti, quindi, la tendenza è di creare video più brevi. Per chiarirci: non più 3 minuti, ma un minuto, al massimo un minuto e mezzo. A volte pure più brevi: basti pensare che su Instagram i video durano solo 15 secondi. E funzionano molto. Va detto che la durata incide sul linguaggio audiovisivo: oggi il montaggio deve essere dinamico e serrato.

Veniamo infine ai temi di questa rubrica. Il bar per te è…?
Il luogo dell’aperitivo. Che, però, da quando sono mamma di Bianca mi concedo davvero di rado.

Che ristoranti preferisci?
In generale amo la semplicità e la tradizione, ma una o due volte alla settimana mi piace coccolarmi nei ristoranti di cucina creativa e d’autore.

Dove porteresti a cena un’amica straniera a Milano?
Se avesse voglia di pizza, al **Dry**. Diversamente, per una cena di alta cucina e di sostanza, andrei **da Giancarlo Morelli, da Claudio Sadler o da Filippo La Mantia**.