

12 consigli



Come strutturare un contenuto chunkato che funzioni

1 Parti dai **titoli e sottotitoli**

I titoli sono le **bussole che guidano la lettura**, ad esempio “Come applicare il chunking ai menù digitali”. Gli H2 segnano i capitoli, gli H3 i sotto-argomenti. Per l’utente, è una mappa visiva; per Google, è una gerarchia semantica

Paragrafi **brevi e chiari** 2

Un paragrafo dovrebbe contenere un’idea sola, sviluppata in **poche frasi**. Non più di 3–5 righe su desktop. Così eviti il muro di testo e permetti al lettore di respirare.

3 **Liste** quando servono

Se devi spiegare un processo, usa una lista numerata. Se invece elenchi elementi senza ordine, usa i punti. Sono strumenti semplici che danno ordine e ritmo, ma non vanno abusati: una lista di 20 voci stanca più di un paragrafo.

Evidenzia i **concetti chiave** 4

Il grassetto non è decorazione: è un faro che dice al lettore **dove fermarsi**. Scegli poche parole o frasi decisive, quelle che riassumono davvero il concetto.

5 Alterna **testo e visual**

Foto, tabelle, infografiche o box informativi: ogni elemento visivo è un chunk che spezza la monotonia e rende l’esperienza più completa. In un articolo food, un box con gli ingredienti o una tabella nutrizionale funziona molto meglio di un testo spiegato tutto in fila.

Una **domanda, una risposta** 6

Ogni sezione dovrebbe rispondere a una domanda specifica. Ad esempio: “Quanto dura il prodotto in frigo?” --> risposta chiara in poche righe. Questo rende i contenuti facili da leggere ma anche perfetti per i motori di ricerca e per gli snippet di Google.

7 Riassumi dentro l'articolo

Un buon contenuto chunkato inserisce anche micro-sintesi: un box riassuntivo, una checklist o una callout che in 3 righe ripete i concetti principali. È un aiuto per chi legge velocemente e vuole solo il succo.

Pensa in ottica modulare 8

Ogni blocco dovrebbe vivere anche da solo: un paragrafo può diventare un post social, un elenco una mini-guida o una FAQ un contenuto per la newsletter.

9 Scrivi in modo semplice ma preciso

Se devi spiegare un processo, usa una lista numerata. Se invece elenchi elementi senza ordine, usa i punti. Sono strumenti semplici che danno ordine e ritmo, ma non vanno abusati: una lista di 20 voci stanca più di un paragrafo.

Chiudi con una CTA coerente 10

Ogni chunk dovrebbe avere una conclusione chiara, magari una piccola azione: scaricare una guida, leggere un approfondimento o scoprire un prodotto.

11 Non dimenticare la leggibilità su mobile

Il chunking funziona se pensato per smartphone: spazi bianchi, caratteri leggibili o tabelle che diventano liste. Il testo non deve mai apparire come un muro compatto su schermi piccoli.

Misura e aggiusta 12

Infine, il chunking è anche un processo di test. Con strumenti di analytics puoi capire dove le persone si fermano e dove scorrono di più. Se vedi che una sezione viene ignorata, forse va riscritta o spostata.



Your
Social Food

***Vuoi scoprire come applicare
il marketing al tuo brand?***

Scrivici e **costruiamo insieme** la tua esperienza.

← *Clicca qui*