

Podcast #27

La truffa del Growth Hacking

Eccoci alla puntata #27 del podcast di *CopyPersuasivo*. Io sono Andrea Lisi, copywriter freelance, formatore e consulente sulla comunicazione persuasiva per gli imprenditori che vogliono avere più impatto con il potere delle loro parole.

Oggi, a proposito di parole strane o "parolacce", parleremo di Growth Hacking o Growth Marketing. Ne ho sentito molto parlare ultimamente, poiché va di moda. Chi fa impresa o cerca sempre di essere aggiornato sul mondo del marketing sicuramente ha incontrato nuovi libri che stanno uscendo al riguardo. Secondo me si tratta di un nuovo *shiny object*, come direbbero gli americani, un "oggetto scintillante" che in realtà non rappresenta una grande novità.

Per mettere in discussione la mia opinione ho voluto parlare con un ragazzo, **Angelo Sorbello**, che ho conosciuto proprio nella mia community di [SfornaClienti](#). È un altro ragazzo siciliano, come Davide Cardile che ho intervistato nella [puntata #26 del podcast](#) che ti consiglio di andare a sentire.

Da parte sua ho visto grandi progressi, infatti ora vive all'estero, in Germania, ma lavora prevalentemente in America come coach, imprenditore e consulente. Si tratta di un esperto di questa materia, perciò abbiamo sicuramente tutti da imparare.

A proposito di Angelo, se vai sul suo sito troverai già un sacco di testimonianze sul suo lavoro. Brendan Alan Barrett di *StartInPhx*, un imprenditore americano, ha scritto di lui: "Non me l'aspettavo, dopo la nostra call, di andare via con una marea di nuovi modi per generare nuovi lead usando LinkedIn, ti ringrazio".

Vinay Hahrdway di *AdWize*: "Angelo è di una razza rara quando si tratta di marketing, è una persona brillante e persuasiva ed è anche una persona molto di classe sia a livello personale che professionale. Sa come posizionare il tuo brand per fargli avere la massima esposizione. Se stai cercando qualcuno per far aumentare i profitti della tua azienda Angelo *is your man*".

Queste erano solo alcune delle testimonianze, ora ti lascio all'intervista. Buon ascolto!

- **Andrea Lisi: Ciao Angelo!**

- Angelo Sorbello: Ciao Andrea!

- **Come stai?**

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

- Tutto bene.

- **Soprattutto, "dove" stai?**

- In Germania, mi sono trasferito da un paio di settimane a Bonn. In realtà sono passato da un luogo freddo ad un altro, dalla Polonia alla Germania, per cui aspetto tra poco di andare in Sicilia, nella mia terra natia!

- **Caspita! E come sei finito lì? Raccontaci un po' di te, presentati agli ascoltatori di CopyPersuasivo!**

- Innanzitutto, grazie mille dell'invito, spero che questa puntata vi possa dare un po' di delucidazioni sul Growth Hacking o Growth Marketing – che in un certo senso sono parole o parolacce – perché spesso non se ne capisce molto il senso. È anche difficile darne una definizione.

Io sono un imprenditore, un consulente di marketing e di Growth Marketing. Ho iniziato con un business online, nel 2007, quando in realtà ero molto piccolo. Avevo circa tredici anni ed avevo una rivista di videogiochi. Erano degli anni particolari per il mondo dell'online, i social media come li conosciamo adesso non esistevano, quindi se eri bravo con il posizionamento sui motori di ricerca, avevi il mondo in mano, in un certo senso. Per cui, con un pizzico d'intraprendenza e con tanta voglia di fare e di agire, la rivista Gamer World è diventata una delle più importanti in Italia sull'argomento.

Ho proseguito poi ad investire gli introiti che provenivano da lì per comprare altre riviste in modo da allargare il gruppo, così da creare delle sinergie per avere dei siti con una forte autorità. Il singolo sito magari da solo non valeva niente, mentre in un gruppo aveva molto più valore.

Così ho proseguito a comprarne altri, a perfezionarli e poi a rivenderli fin quando, nel 2013, non ho iniziato a studiare in Bocconi, dove mi sono laureato ormai due anni fa. Adesso sto finendo la mia laurea specialistica, e nell'arco di questi anni della mia vita universitaria ho partecipato ad altri progetti interessanti tra cui **Gamer World**. Ho fatto consulenza un po' a tutti, alle start-up, alle multinazionali ai singoli imprenditori, il cosiddetto *entrepreneur* e adesso sono qua.

Quello che è successo come stavo accennando ad Andrea è che, adesso che mi sto per laureare e gli introiti provenienti dalla mia precedente attività stanno per finire, ho bisogno di nuove fonti di reddito per campare.

Ho avuto bisogno di capire quale doveva essere la mia prossima mossa e sentivo un bel po' di pressione su di me, perché il mondo esterno mi diceva: "Adesso cosa farai Angelo, ti stai laureando?". Molti dei miei colleghi adesso stanno iniziando a lavorare in fantastiche

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

società di consulenza, a lavori molto prestigiosi e tutto quanto, ma come dice **Jim Rohn**, "se vuoi dei risultati eccezionali, devi fare cose inusuali".

Stavo per lanciare un progetto seguendo questa pressione, qualcosa di molto figo all'apparenza, qualcosa legato all'intelligenza artificiale e avevo tutto pronto: il logo, la landing page, tutti gli elementi essenziali, avevo anche i primi accordi con i principali collaboratori per cui ho sprecato del tempo a selezionarli.

Poi mi sono fermato dopo aver parlato con due dei miei consulenti e, uscendo da queste conversazioni che ho avuto con loro, che mi hanno guidato già in questi anni nelle mie scelte, mi sono posto queste domande: "Dove mi vedo fra tre anni?", "Dove mi vedo nell'aiutare altre persone e nello scommettere con loro nel creare altre relazioni con loro?".

Questi sono i punti in cui mi reputo più forte e mi danno motivazione ed un significato quando mi sveglio la mattina, quando vedo i miei testimonial, quando gente ricevo mail da gente che, senza neanche che glielo chieda, mi manda delle e-mail che mi lasciano soltanto il sorriso in faccia!

Vuol dire che sono servite a qualcosa tutte le notti insonni, le giornate in cui mi volevo ritirare e non volevo vedere nessuno o volevo seguire proprio quella strada più percorsa, mentre cercavo di capire come mai non arrivasse del maledetto traffico nel mio sito, o come mai non riuscissi a chiudere un accordo pubblicitario nella mia rivista o per qualche cliente che chiedeva la mia consulenza. Adesso voglio dare qualcosa in cambio perciò sto continuando con le mie consulenze e con il coaching, che ho lanciato in realtà ufficialmente ho lanciato in maniera non proprio massiccia solo due settimane fa.

- **Quindi da poco, proprio una cosa fresca. Mi hai fatto venire in mente che anche io nel 2007, un'epoca fa praticamente, avevo creato il primo sito per la mia band metal, quando suonavo a Roma, ed era l'epoca di MySpace, non c'era neanche Facebook in Italia, o comunque non era quasi per niente conosciuto, le regole erano anche un po' diverse. Adesso invece sembra che questi strumenti siano diventati parte della vita quotidiana di tutti quanti, e anche i costi pubblicitari, quindi l'attenzione è diventata sempre più costosa da catturare su questi mezzi.**

Volevo chiederti di parlare, siccome abbiamo introdotto la parola Growth Hacking o Growth Marketing, del perché tu ti sia occupato e ti sia specializzato in questa nicchia. A te è piaciuto molto lo sviluppo che ha avuto negli ultimi mesi, quindi come ti sei aperto ad un pubblico ed una clientela internazionale in questo ambito?

Io ne avevo sentito parlare anni fa, ma ora è diventato un po' di moda in Italia questo termine, ma mi rimane un po' il dubbio sinceramente, quindi: non è che questo è solamente un modo per rivendere i principi classici del marketing o del copy a risposta diretta che esistono da più di cent'anni alla generazione dei ventenni attuali,

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

o comunque degli ingegneri informatici che hanno avviato delle start-up tecnologiche ed innovative?

- In un certo senso, da sotto certi punti di vista, Growth Hacking e Growth Marketing sono un rebranding del marketing, il branding quindi non avviene soltanto per il brand o per le aziende.

Essendo un'ondata che c'è stata negli ultimi anni, molti ci ricamano sopra, nel senso che non aggiungono nulla di innovativo; eseguono esattamente le pratiche che poi fanno parte del mestiere del Growth Hacking, ma semplicemente hanno cambiato da "Online marketer" a "Growth Hacker" perchè fa più figo.

In realtà un vero e proprio cambiamento c'è, e secondo me bisogna andare a vedere i motivi di questo cambiamento e del perché è diventato così famoso questo termine. Il principale motivo lo andrei a vedere nel fatto che la nostra società, se ci fai caso, noi che facciamo i sociologi, è sempre più data-centrica, siamo passati da un teocentrismo in cui, se c'era una siccità o una tempesta o un terremoto, pregavi o facevi dei sacrifici alla tua divinità o alle tue divinità per farle smettere, per riportare l'equilibrio.

Siamo poi passati all'umanesimo. L'uomo era visto come essere magnifico, creato ad immagine e somiglianza di Dio, che tramite le scienze e le arti può creare dei cambiamenti nella realtà, quindi la medicina è diventata più rilevante.

Adesso siamo più orientati ad un data-centrismo, e questo lo vediamo per esempio anche con l'ondata delle criptovalute e del blockchain di questo momento, per cui in realtà è più un'evoluzione naturale, nel senso che sin già dagli ultimi vent'anni il marketing è sempre più orientato ai dati, e il Growth Hacking o Growth Marketing, non consiste in altro che utilizzare un pensiero analitico, molto orientato sui dati, sui fatti, invece che sulle *assumptions* (supposizioni).

L'*assumption* è qualcosa che vai a testare tramite un esperimento, come un'ipotesi. Unisci poi questo pensiero analitico alla creatività, alle skill più tecniche e quindi ingegneristiche.

Parliamo non soltanto di programmazione, che ovviamente non è sempre richiesta, perché spesso puoi utilizzare dei software che ti fanno il lavoro, ma anche analisi dei dati che anche lì non sono richiesti. Molto spesso i software fanno da soli, o usano delle integrazioni di prodotto per portare una crescita in una determinata metrica che sia immediata e possibilmente anche sostenibile, che poi anche qui è un po' la differenza fra un Growth Marketer ed un Growth Hacker.

In realtà non è così sostanziale la differenza, io non starei troppo a guardare il termine. Molti si sono allontanati dal termine Growth Hacker, se vogliamo proprio dire la verità, proprio perché tra Bitcoin e criptovalute e Growth Hacking c'è molto più che della similarità di cui

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

parlavamo prima, nel senso che molti si sono avvicinati al Growth Hacking e sono rimasti affascinati da questa pratica, semplicemente perché cercano la scorciatoia.

Come nei bitcoin, si pensa: "c'è stato un ritorno del 1600%, allora mettiamoci subito il 50% del nostro portfolio", che è il motivo sbagliato. Ci sono scorciatoie con più *smartcut* come dice un libro di un autore americano, Shane Snow. Non ci sono scorciatoie, se prendi il mestiere del GH. Molto spesso si tratta di un lavoro noioso, nel senso che devi andarti a guardare tante metriche, devi analizzare i dati, insomma non è poi così semplice. Sento molto spesso la dopamina che ricevo dai risultati più istantanei, che ovviamente non sono male.

- Questo penso sia molto interessante soprattutto per le persone che non credo siano ultra-aggiornate, ed effettivamente questa parola magari è sembrata nuova o si pensa che ci sia effettivamente una nuova figura professionale che abbia delle competenze del tutto nuove sul mercato.

In realtà non è così, è un'evoluzione, come dicevi tu. Io volevo capire quindi, una volta chiarito questo punto, quanto è importante il copy all'interno di questo tipo di lavoro.

- Importantissimo. Il copy resta ancora l'attività essenziale e la skill più importante che puoi avere, semplicemente perché, come ci si chiede in un altro libro, *Solo una cosa* di Gary Keller:

“Qual è quella cosa per cui tutte le altre cose risultano più semplici?”. E “quella cosa” secondo me è il copywriting. Questa cosa non la dico solo io, la dice anche il mio mentore, Dean Clancy che è uno dei Growth Hacker più conosciuti al mondo, che tra l'altro aveva un'agenzia di copywriting in passato, perciò è assolutamente essenziale. Il copy è la skill più cruciale che mi venga in mente in questo momento.

- Pensando al lavoro che stai facendo tu in questo momento con i tuoi clienti che, da quello che ho visto io, sono soprattutto imprenditori o consulenti freelance americani, stai anche dando consigli in materia di copy quando parli di crescita dei contatti di crescita dei lead e delle vendite?

- Sì, allora, a parte i consigli classici su come strutturare una sales-letter che sono sempre ed ancora molto validi, il consiglio che do sempre è che la cosa che fa la differenza, alla fine, è conoscere bene i tuoi clienti e il tuo team. Però molto spesso hai a che fare con un “solopreneur” che non si applica troppo, anche se in realtà i preneur collaborano spesso con altri professionisti, ma questo è un altro discorso.

Uno dei consigli e delle pratiche meno utilizzate è per esempio andare su Amazon, una cosa che puoi fare subito, la dico perché i nostri ascoltatori la possono fare stasera.

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

Cercate ovunque si trovi il vostro prodotto, nella categoria o qualcosa di simile. Leggete le recensioni dalle 2 alle 4 stelle, e vedete che cosa la gente continua a ripetere, in quel range sicuramente moltissime persone cominceranno a dire se manca qualcosa.

Se ti vai a leggere i libri su un determinato argomento, noterai che, 100 persone inizieranno a dire "ma manca una parte pratica", "ma mancano più key studies". Questa cosa non soltanto ti serve per capire qual è il linguaggio dei tuoi clienti, ma la puoi fare anche in tanti altri modi. Per esempio, molto spesso ai miei clienti consiglio di creare una community o un'audience con cui avere a che fare.

Per esempio, l'ultimo messaggio con cui ho lanciato il mio [coaching](#), l'ho strutturato grazie alle parole chiave che erano state ripetute dai membri della mia mailing-list quando ho chiesto loro qual era la cosa con cui avessero più difficoltà in questo momento. Grazie a quelle parole ovviamente il tuo copy è più importante.

Nel momento in cui il tuo cliente si sveglia la mattina, qual è la prima cosa a cui pensa? Qual è la cosa che lo tiene sveglio la sera? Sono queste le cose che fanno la differenza nel lungo termine, e che ti danno un vantaggio competitivo.

Andate anche nelle altre sales-letters, nelle altre sales-page o landing-page dei vostri competitor, che sapete che hanno fatto delle ricerche e vedete se stanno sottolineando molto spesso qualcosa

- Molto interessante, questo lo vedo anche come un'evoluzione di un concetto che già esisteva perché è una strategia, quella di andare a controllare Amazon che ho sentito per la prima volta da Jay Abraham, ma non in maniera così dettagliata. Io ho visto con piacere che tu hai un bel gruppo anglofono che sta crescendo su FB che hai chiamato "The Free Entrepreneur", quindi "l'imprenditore libero".

Quindi tu hai avuto l'opportunità di applicare il concetto di cui hai parlato all'inizio e a cui dai tanto valore, a prescindere da quello che ti ritorna, non pensando a monetizzare subito. Come sta andando questa tattica, sta funzionando?

- È una tattica dove vedi ricavi nel lungo periodo. Io ho iniziato due mesi fa, inizialmente non vedevo un ritorno immediato, per cui magari ho iniziato a chiedermi se stessi facendo la cosa giusta per cui dovevo avere fiducia. Dopo due mesi ho creato un following, e adesso ho un'audience più ampia su LinkedIn rispetto magari al gruppo che in questo momento sto un po' trascurando.

- LinkedIn ritorna spesso in questo podcast, i nostri ascoltatori dovrebbero stare molto attenti.

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

- Il mio singolo post dove dicevo "Do una settimana gratis di coaching e consulenza con me a tre persone: metti -sì- se sei interessato", ha avuto 213 risposte, l'ultima volta che ho controllato. Il post è stato visto 50.000 volte, da 50.000 persone, questo solo su LinkedIn.

Perciò aggiungi pure il mio gruppo, perciò qualsiasi cosa tu voglia, se vuoi fare una ricerca, vuoi chiedere quella cosa su cui hai più difficoltà adesso, la riusi nel copy. Insomma, è un'arma che hai sempre. È un asset più che un'arma, è un qualcosa che serve, è sempre a disposizione e vale assolutamente la pena. Sono due mesi che faccio così. Direi che il grosso dell'ROI (Return On Investment, *ritorno dell'investimento*) deve essere ancora visto.

- **Questa cosa mi fa molto piacere ed è molto interessante. Io volevo fermarmi un attimo su questa cosa del titolo perché con CopyPersuasivo, per esempio, è stata la stessa cosa, quando l'ho fondato.**

A differenza di tanti che si sono creati il sito, e sono consulenti, fornitori di servizi in generale – vale anche per i nostri ascoltatori che hanno delle aziende classiche, tra chi può avere un negozio di prodotti alimentari o di abiti da sposa quando creano un progetto di marketing – è bene pensare a quale risultato vuoi ottenere.

Questa è una delle tecniche migliori per fare il naming. Tu il tuo gruppo, visto che hai seguito questo principio, l'hai chiamato "L'imprenditore libero", che è l'immagine e il risultato che si aspettano le persone che vengono da te, giusto?

- Bravissimo, hai capito esattamente il concetto con cui ho scelto il nome.

- **Questa è un'altra tecnica che si possono prendere e portare a casa. Questa cosa che hai spiegato prima è anche una cosa che ho usato spesso io – è un modo per fare ricerche di mercato "aggratis", perchè interagisci con il tuo popolo, gli stai chiedendo cosa non va ed è un modo per chiedergli cosa puoi vendere almeno in futuro, come li puoi aiutare, che tipo di valore vogliono veramente?**

E io in questo modo da imprenditore riduco anche il rischio di tempo che devo andare a mettere magari nel creare una campagna, o piuttosto che un prodotto o un servizio che probabilmente nessuno vorrà. Invece tu parti al contrario, perciò il beneficio diretto non è solo per il marketing in sè per sè, ma è anche proprio per la creazione di un prodotto, proprio per il lancio di un prodotto, giusto?

- Assolutamente, ma poi tra l'altro, se posso tornare su una cosa che hai detto, "The Free Entrepreneur" è l'imprenditore libero. Tu sai che devi mettere quella parola "free", che gli imprenditori valorizzano questo concetto di "libertà", proprio perché conosci la tua audience, conosci i tuoi clienti, e quindi ritorniamo al concetto di prima.

Tra l'altro la cosa bella di un gruppo di FB, è che tu non devi continuare ad essere lì, non devi essere per forza tu a postare, ci sono altre persone che possono postare, ed è quindi

© Andrea Lisi - Sono vietate la riproduzione e la diffusione

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

tutto questo concetto di community che è spettacolare, che tende soltanto a scalare sempre di più.

Quando ho deciso di creare un gruppo di FB, in realtà, l'altra domanda che mi sono posto era, "Dov'è che le persone stanno? Dov'è che le persone spendono il proprio tempo, senza essere pagate, senza averne un ritorno tangibile?". Questo posto è FB: la persona media ci spende tanti minuti ogni giorno. Avevo pensato che la potevo fare anche su SLACK, la potevo fare su qualsiasi altra piattaforma, ma FB è quella più cruciale, però in realtà, tornassi indietro, non avessi avuto questa cosa inizialmente, sarei andato a mille sul gruppo di FB, anche perché ora, con il nuovo algoritmo, verranno ancora più valorizzati i post nei gruppi.

- Ora che ci hai raccontato un po' del tuo percorso, delle evoluzioni recenti che stai affrontando, qual è l'errore che tu vedi più spesso fare da un po' di tempo per esempio nel tuo pubblico o negli imprenditori in generale?

Parlo degli imprenditori italiani, perché anche questo può interessare alle persone, a chi non è abituato a viaggiare tanto o non è stato fuori come noi, e che pensano che fuori dall'Italia vada tutto alla grande, sia tutto diverso. In realtà non è proprio così, ci sono delle misure per cui "tutto il mondo è paese" se non sbaglio, nel marketing, nella comunicazione delle piccole aziende e dei piccoli imprenditori. Tu che differenze vedi?

Vedi degli errori macroscopici magari da parte dei microimprenditori italiani, rispetto a quelli che invece frequenti tu adesso?

- Io vedo una certa autoreferenzialità. Quando vai nei siti di tantissime aziende italiane, la prima cosa che leggi è la headline, la parte più importante, che è copywriting. Leggi "Benvenuto nello shop!"... ma chi se ne frega!

Io sono un tuo utente, sono nel tuo sito magari perché cercavo prodotti ittici o della conserva di tonno. Ho 20 risultati su Google tra cui scegliere e sono capitato sul tuo sito.

Non conosco l'azienda e sono un utente che sta cercando quel tipo di prodotto, entro lì e mi dai il benvenuto nel tuo shop. Qual è il beneficio, e soprattutto dove sono, in questo momento, i pensieri dell'utente?

Hai quei pochi secondi per catturare la loro attenzione, e li hai sprecati. L'autoreferenzialità la vedo molto spesso nei post su FB, in generale sui social media, ma FB è quello più utilizzato dalle aziende italiane, perché molto spesso non si creano dei post senza pensare se quel post che crea valore al mio utente? Faccio un esempio eclatante che fanno spesso le start-up che hanno vinto dei premi precedentemente.

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

Spendono magari 10 post, ci mettono anche un budget con FB Ads per promuovere un post, riguardante il fatto che hanno vinto un premio. Ma chi se ne frega! Parla del tuo prodotto, proprio perché sei una start-up e stai promuovendo qualcosa di innovativo che può risolvere un problema, qual è il valore che stai creando?

Il secondo errore direi che è una scarsa concentrazione, nel senso che tanto vale fare soltanto una cosa, tanto vale scegliere soltanto un canale, che sia Facebook, LinkedIn, un Facebook group, qualsiasi cosa Instagram, quello che ti pare, e farlo bene, piuttosto che farne 10 e farli in maniera mediocre.

La terza cosa direi che è una scarsa valorizzazione di quella che è la storia dell'imprenditore che c'è dietro e dell'azienda, perché questo può veramente creare un impatto e fissarsi nella mente dell'utente finale.

- Spesso è un'obiezione, anch'io quando interagisco con i miei clienti, o le persone che mi contattano, nella prima fase c'è sempre un progetto di marketing, c'è sempre questa paura, poi il passo successivo è, "ok, c'ho messo la faccia sul sito, ma devo anche fare i video, è complicato... è complicato".

Tornando invece alla tua attività, alla tua esperienza, finora qual è la cosa tattica, la tecnica o la scelta che hai fatto e che ti ha pagato meglio nello sviluppo della tua carriera della tua attività?

- La prima cosa che mi viene in mente è, se parliamo di un personal brand, di creare contenuti che abbiano un valore perché mi hanno portato ed iniziato a portare dei ritorni molto molto rilevanti, nonché tutte le persone che ho a disposizione. Per carità anche io sono a loro disposizione, per supportarli, per esempio adesso che ho lanciato questo coaching ho visto che tanti miei amici si sono messi a condividere questa cosa, a dare dei referral, e insomma, è stato veramente cruciale.

Proprio ieri, il mio bel faccione è uscito su di una rivista on line, per cui sono molto felice. Non avrei avuto queste cose se non avessi creato contenuti e con i miei utenti in tasca.

- Sì, quindi mettendoci la tua faccia, il tuo tono di voce che comunque va studiato a livello di copy, non è banale ed interagendo direttamente. È vero che il personal branding va bene per noi che facciamo i consulenti, noi che facciamo i servizi o i freelance, magari i formatori, che stiamo su di un palco, magari va bene per noi perché il nostro business è tutto sull'autorevolezza personale?

Chi invece vende prodotti o comunque crea un brand che teoricamente dovrebbe crescere e magari scalare, avere tanti dipendenti ed un imprenditore che sogna, semplicemente anche di staccarsi dalla sua attività, come può sfruttare il personal branding?

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

- Innanzitutto, “solo a chi offre servizi” non direi, vai a pensare i primi che mi vengono in mente, direi i più grandi Richard Branson, Steve Jobs, Mark Zuckerberg. Spendono milioni e hanno speso un sacco di soldi, sul loro personal brand, proprio perché va coltivato per tutti. È un'arma in più che hai e una cosa che puoi fare e ti rende più semplice tutto il resto, qualsiasi cosa tu voglia fare.

Magari tu offri o vendi prodotti, in futuro vorrai vendere servizi, o magari vorrai fare il consulente in futuro, ma in generale veramente io non andrei troppo a discutere su quali siano i benefici, mi sembrano piuttosto ovvi dal mio punto di vista. Magari sono influenzato dal fatto che ho già visto i risultati, ma qualsiasi cosa tu vuoi fare, hai questa cosa a disposizione, Richard Branson ha un personal brand così forte che se decide durante le lezioni di sostenere politicamente qualcuno, può far spostare voti, mi sembra palese.

I numeri che ho detto prima, sui risultati che ho avuto nei miei post, non li ho detti per fare il figo: normalmente per ottenere 50000 views o impressioni su di un post, dovresti pagare un'infinità su Facebook ADS.

- Sì, mi piace fare sempre chiarezza su questo aspetto perché, soprattutto all'inizio vedo questo tipo di ritrosia soprattutto negli imprenditori nei professionisti italiani.

Senti, qual è la cosa più divertente che invece ti è successa nel tuo lavoro?

- Quando ero piccolo davo questa rivista di videogiochi, ero piccolissimo e la mia voce non era quella di un adulto.

Per cui nella mia intraprendenza, avevo comunque delle buone visite provenienti dai motori di ricerca o in altri modi, quindi volevo entrare nel circolo della stampa, che ovviamente riceveva videogiochi gratis per provarli. Era una figata per me che ero ragazzino, e quindi mi ero messo a contattare l'ufficio stampa di tutti i principali produttori, sviluppatori e distributori che erano presenti in Italia, oltre anche all'estero, anche se a quei tempi il mio inglese faceva un po' pena.

C'era questa particolare classe produttrice a cui avevo inviato le mail, gliene avevo inviate due o anche tre, ma siccome mi piacevano i giochi che producevano ho deciso di chiamarli.

Quando sei piccolo non ci pensi due volte a fare le cose, però avevo ancora la voce di un ragazzino, perciò ho provato in tutti i modi a renderla profonda.

Ho chiamato un ufficio e ha risposto la segretaria generale del centralino. Avevo un cuscino davanti alla mia bocca per renderla più profonda. "Sì, mi passi l'ufficio stampa" dissi, e non si capiva nulla! Alla fine ho tolto il cuscino perché tanto di giornalisti con la voce particolare ce ne sono tanti, penso all'ex direttore di Studio Aperto, Mario Giordano.

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

Di recente non me ne vengono in mente molti, ho avuto una chiamata con un matto, che voleva i miei servizi ma ha iniziato a parlare di robe fuori dal mondo, veramente un folle, che non mi ha fatto ridere.

- Eh quest'ultima è un'esperienza molto comune per tutti quelli che hanno la partita IVA in Italia... e com'è andata a finire?

- In realtà non sono rimasto ad ascoltarlo, perché mi sembrava pure brutto, mi sembrava in una posizione molto triste della sua vita, non volevo *mandarlo a cagare*.

- Vabbè, giustamente sei un coach quindi anche quello ti tocca fare.

- Infatti.

- Senti Angelo, ma invece quali sono i tre libri essenziali che consigli in ambito di marketing, di comunicazione, di persuasione?

- Direi, decisamente, qualsiasi libro scritto da [Robert Cialdini](#). Qualsiasi cosa scritta o un corso di [Dan Kennedy](#) che ancora oggi resta una pietra miliare non soltanto nel copywriting, ma nell'online marketing digitale. Poi consiglierei i corsi ed il blog di [Ramit Sethi](#), che secondo me rimane uno dei migliori. Aggiungo il blog chiamato [Activegrowth](#) di Shane Melaugh, uno di quello che seguo più spesso, un grande imprenditore svizzero.

- Anche di questi metteremo i link nelle note dell'episodio. Senti, anche a livello di tools e di strumenti, visto che tu sei bravo a scrivere copy, magari hai definito una strategia un po' di tattiche per il tuo marketing, per far crescere l'attività ma poi effettivamente in pratica che cosa usi per fare GH o GM?

- Allora, quelli che utilizzo più spesso io sono a seconda del problema, sfida o metrica da aumentare e da fare crescere.

I miei preferiti sono [SEMRush](#); qualsiasi cosa nella suite di [Thrivethemes.com](#), che tra l'altro è l'azienda dell'imprenditore di Shane Melaugh. [Moz.com](#), ottimo tool per avere dei risultati nel posizionamento sui motori di ricerca e [FindThatLead.com](#) ottimo tool.

Aggiungo due libri al volo che sono molto rilevanti un po' per tutti, che hanno avuto un grosso impatto sulla mia vita da imprenditore, da marketer e nella mia vita personale. Sono [L'Ego è il nemico](#) di Ryan Holiday. Poi [Headstrong](#) di Dave Asprey (scrittore di *Bulletproof Diet*), ex imprenditore della Silicon Valley, ex-ingegnere che poi si è dato al caffè, ed ha una delle aziende di caffè più in crescita al mondo, un caffè che fa bene, che costa più di quello di Starbucks). Io sono uno dei suoi "non pochi" folli clienti, perché fattura milioni.

Li volevo consigliare perché secondo me arriva un momento in cui magari hai una grossa conoscenza, sai anche quello che devi fare dal punto di vista di strategia e di marketing, e

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E VENDE

quello che cambia è veramente la tua mentalità e quanto riesci a pensare in maniera chiara, e quanto questo impatta sulla qualità delle decisioni.

- Anche perchè quelle decisioni si tramutano in risultati sulla vita e su ciò che andrai a fare, quindi è da prenderla sul serio, non fanno male due libri in più, leggeteli!

Per chiudere, ti ringrazio del tuo tempo.

Dove ti possono trovare gli ascoltatori del podcast?

- Mi posso trovare su AngeloSabello.com dove vi invito ad iscrivervi alla mia mailing list, se siete su LinkedIn seguitemi che mi fa piacere, forse è il modo più veloce per contattarmi è chiedermi quello che volete sono assolutamente disponibile.

Poi se andate su AngeloSorbello.com/CopyPersuasivo potrete ottenere una bella guida, purtroppo in inglese, però una bella guida su come generare più lead, tre metodi in questo momento poco utilizzati, uno di questi ne abbiamo parlato oggi molto molto efficaci e alla fine otterrete, se vi iscrivete, un coupon.

- Bella sorpresa! Fantastico, Angelo, alla prossima allora!

- Grazie a tutti spero vi sia piaciuto.

Bene, spero veramente che l'intervista sia stata di tuo gradimento, piena zeppa di consigli utili - stavolta specialmente per chi è agli inizi o magari dopo tanti anni di attività con il suo primo vero progetto di marketing educativo, inbound marketing, con il marketing SfornaClienti e con il CopyPersuasivo.

A proposito, il libro "[Il Piccolo Libro della Scrittura Persuasiva](#)" è ancora disponibile, ti consiglio di andarlo a prendere su Amazon. Ti consiglio già tante recensioni e specialmente, se vuoi, tanti modi veloci per affrontare il problema che Angelo ha esposto cioè l'autoreferenzialità di tante aziende italiane.

Se ti senti effettivamente di avere lo stesso problema, ti consiglio vivamente di comprare questo libro perché ti do 3 tecniche molto precise per superare questo problema nei tuoi testi tramite il potere persuasivo subito.

Inoltre, se ti è piaciuta questa puntata ti consiglio di mettere cinque stelle su [iTunes](#) e di ricambiare in questo modo scrivendo due righe, mi fa molto piacere e ci aiuta molto a crescere, ad arrivare a più imprenditori, e a divulgare il copywriting persuasivo.

Da ultimo, è chiuso il programma SfornaClienti per la prima sessione dell'anno, ma sto prendendo le iscrizioni per i prossimi venti che parteciperanno al prossimo programma ad aprile, quindi vai su SfornaClienti.it, e registrati.

Copy Persuasivo

SCRITTURA CHE PERSUADE E **VENDE**

Io ti auguro buon lavoro e alla prossima!