Carlo D'Angiò

www.lavoro-casa.com

Edizione 2009

ATTENZIONE! *Tutti i diritti sono riservati a norma di legge. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta con alcun mezzo e senza l'autorizzazione scritta dell'autore. È espressamente vietato trasmettere ad altri il presente libro, né in formato cartaceo, né elettronico, né per denaro, né a titolo gratuito. Tutto ciò che viene suggerito in questo libro è il frutto di anni di esperienza e di studi; quindi non viene garantito il raggiungimento dei medesimi risultati economici. Il lettore si assume la piena responsabilità delle proprie scelte, consapevole dei rischi connessi a qualsiasi forma di investimento.*

Sommario

1. Premessa **4**
2. Il mio primo blog **11**
2.1 La scelta del nome *12*
2.2 Il minisito *14*
2.3 Un pò di fortuna non guasta *19*
3. La seconda fase
ebook e liste **28**
3.1 L'affiliate marketing *32*
3.10 Il prezzo di un prodotto *65*
3.11 La magnifica esperienza di "Fai Soldi online Disegnando" *68*
3.2 Il programma affiliativo della Bruno Editore *37*
3.3 Il mio consiglio agli affiliati *40*
3.4 La mia lista di email *42*
3.5 Chi sono gli iscritti alla tua lista? *45*
3.6 Ai sensi della legge sulla privacy... ..... *48*
3.7 Allontana gli infelici dalla tua vita *54*
3.8 Il ragionamento degli stolti *58*
3.9 Email Marketing, la mia esperienza *61*
4. La terza fase
il blogging business **73**
4.1 La WLG di lavoro-casa.com *77*
4.10 La frequenza dei blog post *99*
4.2 Il template di lavoro-casa.com *80*
4.3 L'importanza dei colori nel blog *82*
4.4 Usabilità ed estetica dei blog post *87*
4.5 Testi modulari *89*
4.6 Il mio plugin editor *90*
4.7 La strategia editoriale di lavoro-casa.com *91*
4.8 Il tema centrale del mio blog *91*
4.9 Quantità e qualità dei contenuti del mio blog *95*
5. I plugin per fare blogging business **106**
5.1 I feed RSS fanno branding, non profitto *107*
5.2 AdSense, sistema antibusiness *112*
5.3 Banner, un drappeggio inutile *113*
5.4 GWA Autoresponder *114*
5.5 Your Members, il plugin più importante *132*
6. Epilogo **145**

Premessa

La domanda che mi viene rivolta più di frequente dai miei lettori è questa:

si possono realmente guadagnare soldi con un blog?

È evidente che la mia risposta è sì. Ma non è altrettanto evidente, per chi mi ascolta, il "come" si arriva a ottenere certi risultati.

Il blog è uno strumento portentoso, una vera e propria sorgente della ricchezza. Genera soldi, celebrità, confort. Ma le sue porte segrete, quelle che danno accesso al benessere che deriva da tutte queste cose, pochi riescono a scovarle.

Il motivo è semplice: **il blog è invisibile agli occhi di chi vive secondo gli usi e i costumi della società tradizionale**.

Mi spiego meglio…

Pochi anni fa svolgevo la professione di Consulente del lavoro. Una professione come tutte le altre, fatta di uffici, consulenze, pratiche da disbrigare e parcelle da incassare con santa pazienza.

E proprio come tutte le altre professioni, anche quella del Consulente del lavoro si regge sull'ambizione illusoria di conquistare un ruolo sociale prestigioso ed elitario. In altre parole, il sogno più grande di chi arriva a sostenere l'esame abilitante, è quello di potersi sedere legittimamente dietro una scrivania ed esercitare il potere derivante dalle sue specifiche attribuzioni.

L'avvocato, il medico, l'ingegnere, sono tutte figure professionali a cui si accede dopo un percorso di studi che i giovani scelgono in una fase contrassegnata dall'audacia e dall'ambizione.

La ricchezza, in quanto tale, è un falso obiettivo o, se vogliamo, un obiettivo strumentale al raggiungimento del più grande e nobile scopo della *superiorità*, del potere e dell'affermazione.

La motivazione (passionale) di un giovane studente deriva dal desiderio dell'onore, della gloria, ma ancor più della *vittoria*, perché la vittoria è una forma di superiorità.

Uno studente di giurisprudenza sogna di proferire la sua devastante arringa al cospetto dei giudici e della giuria e di essere indicato da tutti come un avvocato importante e autorevole.

Lo stesso vale per chi studia medicina, che non vede l'ora di indossare il camice bianco e di essere riverito dalla società in cui vive e dalle persone che lo circondano.

Quello che voglio dire è che gli aspiranti professionisti desiderano il *potere* più che la ricchezza, anche perché della ricchezza non hanno ancora provato il vero bisogno.

Non c'è niente di male a lasciarsi guidare dalla passione giovanile. Solo che molti professionisti si accorgono troppo tardi di avere fatto la scelta giusta sul territorio sbagliato.

Eh sì! Perché anche la **territorialità** è un fattore importante. Per esempio, fare lo psicologo a Roccasecca (in un paese di montagna) significa non lavorare e non avere clienti, a meno che non si decida di cambiare posto e di sceglierne uno dove il contesto sociale e il modo di vivere delle persone favoriscano l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro in questo specifico settore.

Ma quando non hai la possibilità di spostarti, per le ragioni più svariate, allora la tua professione diventa una vera e propria sciagura. La peggiore cosa che poteva capitarti.

E qui sto parlando di me, della mia professione di consulente del lavoro, che in un mercato come quello di Milano è forse una delle più ricche in Italia; ma nella provincia di Caserta, dove regna sovrana la cultura del lavoro sommerso, è di sicuro la più vacua e mortificante di tutte le professioni e di tutti i mestieri presenti sul mio territorio.

Quando si è giovani la speranza è forte, perché riguarda il futuro, ovvero, quello che si desidera fare, le ambizioni, i sogni, la voglia di costruire qualcosa anche nelle condizioni più difficili. Del resto, non può essere diversamente. I giovani non hanno esperienze da ricordare. Hanno solo un futuro da immaginare. Ed è per questo che, unitamente al loro coraggio, sono animosi e pieni di speranza.

Ma gli anni passano per tutti. Le prime esperienze si imprimono nella mente senza indulgenza, una sull'altra, quasi a formare uno strato coriaceo di *vita vissuta*, con i ricordi che attenuano le speranze e sviliscono lo spirito combattivo e le ambizioni.

Più passano gli anni e più aumentano i ricordi di fatti spiacevoli, di errori, di inganni, di delusioni. E la cosa più triste è che le *certezze* diventano probabilità e, forse, insicurezze.

Un **uomo adulto** desidera la ricchezza più che la gloria, la sicurezza economica più che la vittoria sugli altri, la libertà dai

vincoli professionali più che il potere. Ma è *sospettoso* a causa della sua diffidenza, perché è diffidente per esperienza.

E laddove la vita gli presenta nuove opportunità, egli le pregiudica con cinismo, perché interpreta ogni cosa in senso deteriore.

Ed è questo il suo limite più grande: **la paura di cambiare**.

Un professionista adulto (veterano) comincia a perdere la speranza e con essa il coraggio. Forse non del tutto – e non in tutti i casi -, ma le abitudini e le convinzioni sono talmente radicate che anche il più semplice dei ragionamenti viene interpretato con sospetto e viltà.

Ne è prova il trattamento che mi fu riservato dai miei ex colleghi sul *forum nazionale* dei consulenti del lavoro, quando provai a condividere con loro il mio entusiasmo rispetto a ciò che avevo scoperto: **il blogging business e il nuovo internet marketing**.

Avevo letto già una dozzina di ebook sull'argomento e avevo capito che il modo migliore per far funzionare le cose online non era il classico sito vetrina (*drive to site*) - che migliaia di professionisti si ostinano ad avere senza alcun risultato -, ma il **blog**, ovvero, questo nuovo, potentissimo strumento della tecnologia informatica che permette alle persone di condividere e interagire.

Postai qualche *topic* per dire queste cose, per sollecitare una riflessione comune sull'opportunità di rivedere il nostro approccio alla rete. Peraltro, avevo già delle strategie molto efficaci da far conoscere, come gli infoprodotti, le landing page, l'advertising di Google AdWords, ma la risposta più carina che seppero darmi fu quella che mi tacciava di essere un venditore di pentole, se non anche un imbonitore o un ciarlatano con propositi truffaldini.

Devo ammettere che ci sono rimasto male. Ho sofferto per quello che mi fu detto. Perché io cercavo in buona fede di dare un'informazione preziosa. E in cambio sono stato offeso con una gratuità inaudita.

Però, ho imparato la lezione!

Il blog è invisibile agli occhi di chi vive secondo gli usi e i costumi della società tradizionale.

Le persone non sanno. E chi non sa, semplicemente non sa di non sapere!

Il blog ha introdotto un nuovo modello di produzione del reddito che non si basa sullo scambio lavoro/tempo/soldi, ma sulla conoscenza e sulla condivisione.

Conoscere significa avere le giuste informazioni in un settore specifico.

Condividere significa dare queste informazioni per aiutare gli altri a fare meglio qualcosa nella vita.

Se nel mondo del lavoro tradizionale tutto questo ha poco valore, per la tempistica e per le regole che sottostanno alle dinamiche di scambio, su internet il *sapere specializzato* vale più dell'oro e del petrolio. È una risorsa patrimoniale ad alto rendimento che può essere immessa nel circuito con sistemi automatici di profitto, ovvero, con strategie che producono reddito indipendentemente dalla tua presenza e dal tempo. Il blog è il mezzo che ti permette di fare questo.

I giovani sono audaci e ottimisti, ma sono mossi dal desiderio eroico di farsi vedere, di piantare lo stendardo della vittoria. I soldi sono solo un *obiettivo secondario*. E siccome tutti quelli che parlano di *blogging business*, parlano sempre di soldi e di profitto, alla fine ne viene fuori una comunicazione che i giovani semplicemente non ascoltano.

Gli adulti sono più sfiduciati e freddi. I soldi, per loro, sono un obiettivo primario. Ma diffidano di tutto e di tutti. Hanno paura della fregatura, di quello che c'è dietro. E per questo non danno ascolto alle parole di chi **blogga** con successo e vive di rendite online.

Ma si può vivere di rendite online? La mia risposta, come in premessa, è **assolutamente sì**!

Lo dico per esperienza diretta, perché la mia professione non mi ha dato quello di cui avevo bisogno. E alla fine ho potuto volgere il mio sguardo altrove, verso una realtà che sfugge alla gran parte degli italiani.

Anche io vivevo secondo gli **usi e i costumi** di questa società, dove ho cercato con fiducia di creare i presupposti del mio lavoro ideale. Ho aspettato per 10 anni, ho fatto enormi sacrifici. Ma tutto è sempre rimasto tale e quale.

Conosco molte persone che in situazioni simili preferiscono stringere la cinghia e tirare avanti alla meno peggio, senza prendere una decisione, nella speranza che prima o poi qualcosa possa succedere.

Ma io non ce l'ho fatta. Sono crollato sotto il peso delle responsabilità e dei debiti accumulati nel corso degli anni.

Dopo 10 anni di professione, con immenso dolore, con l'orgoglio mortalmente ferito e con quasi 100 mila euro di debiti, ho dovuto ammettere di avere fallito.

In lacrime, guardavo i miei figli di notte, per non farmi vedere, per non metterli di fronte alla realtà di un padre che li amava così tanto, ma che alla fine dei conti non era stato un buon padre. Perché un *buon padre* riesce sempre a dare un futuro ai suoi figli, anche quando si tratta di un futuro "piccolo-piccolo".

Io invece quel futuro, il futuro dei miei figli, lo avevo distrutto con le mie mani.

Poi, però, qualcosa è successo…

Ero troppo disperato per non dare ascolto a quella parte di me che mi diceva di cercare (urgentemente) una soluzione migliore. La diffidenza dell'uomo adulto ha dovuto cedere il passo alla *speranza*. E questo mi ha salvato la vita.

Infatti, solo in questo modo ho potuto accogliere con fiducia quelle promesse di ricchezza e di benessere che leggevo su internet. In condizioni diverse non le avrei nemmeno notate.

E così un bel giorno, mentre navigavo, ho scoperto **il segreto più grande di tutta la mia vita**. Quello che ogni uomo vorrebbe conoscere, non solo per guadagnare di più, ma anche per vivere meglio e per avere più tempo libero da dedicare alla famiglia e alle passioni.

Era il 26 giugno del 2007. Da quel giorno sono successe cose strepitose che mi hanno permesso di pagare tutti i miei debiti in meno di due anni, di costruirmi una bellissima casa e di prendere la decisione più difficile, quella di abbandonare definitivamente la mia vecchia professione di consulente del lavoro.

E ora vediamo cosa è successo!

Cap. 1 - Il mio primo blog

È ancora online! Basta scrivere nel browser http://lavoro-casa.blogspot.com per *capire* di cosa sto parlando.

C'è voluto 1 minuto per creare questo mio primo blog, proprio come promesso nella landing page di blogger.com.

Ed è stato qui che è nato il nome di **lavoro-casa**.

In realtà, non è proprio il naming più bello del mondo, ma la fretta di vedermi online e di cominciare a mettere in pratica quello che avevo imparato dalla lettura dei vari ebook sull'argomento mi ha spinto a fare un ragionamento molto spartano, ma efficace.

La scelta del nome

Ho pensato alle parole chiave più usate sui motori di ricerca da chi come me poteva avere bisogno di informazioni sui sistemi di guadagno automatici. In particolare, sono stato subito ispirato dalla frase "lavoro da casa". Forse perché il mio focus non era solo sul guadagno in sé, sull'arricchimento, ma anche sulla possibilità di abbandonare la mia professione - che mi teneva 14/15 ore al giorno lontano dalla mia famiglia – e avere di che vivere senza uscire di casa.

Sono andato sul selettore di Google per assicurarmi che il numero delle richieste mensili fosse rilevante. E lo era! Lo è sempre stato. E continuerà a essere una delle richieste più importanti ai motori di ricerca.

Qui sotto puoi dare un'occhiata ai risultati che si ottengono con questa Keyphrase (interrogazione del 3 luglio 2009).

Parole chiave	Concorrenza tra inserzionisti	Volume di ricerca locale: maggio	Volume di ricerca mensile globale	Tipo di corrispondenza: Esteso
Parole chiave correlate ai termini inseriti - ordinate per pertinenza				
cerco lavoro da casa		4.400	4.400	Aggiungi
offerte lavoro da casa		5.400	4.400	Aggiungi
lavoro da casa		110.000	74.000	Aggiungi
lavorare da casa		18.100	18.100	Aggiungi
lavori da casa		8.100	8.100	Aggiungi
annunci lavoro da casa		320	390	Aggiungi
lavoro da casa part time		1.000	1.000	Aggiungi
offerte di lavoro da casa		Dati insufficienti	1.900	Aggiungi
lavoro da casa con pc		880	480	Aggiungi
offro lavoro da casa		Dati insufficienti	390	Aggiungi
cerca lavoro da casa		Dati insufficienti	260	Aggiungi
lavora da casa		1.900	2.400	Aggiungi
www lavoro da casa		Dati insufficienti	260	Aggiungi
telelavoro da casa		1.000	1.000	Aggiungi
offresi lavoro da casa		Dati insufficienti	36	Aggiungi
lavorare da casa con internet		1.300	880	Aggiungi
lavoro da casa internet		Dati insufficienti	1.600	Aggiungi

Non ho perso tempo. Ho preferito subito questo settore di ricerca ai tanti altri che pure si possono prendere in considerazione per creare un sito/blog sull'argomento.

Tuttavia, nella frase "lavoro da casa" c'è la preposizione "da" che non mi ispirava fiducia. L'idea di avere un dominio del tipo *www.lavorodacasa.com* non mi andava giù, anche perché avevo letto sul blog di Matt Cutts che la migliore cosa da fare, quando si deve nominare un file o una cartella per il web, è usare il trattino. Il motivo è semplice, sintatticamente il trattino è un carattere divisorio che mantiene inalterata la semantica delle singole parole.

Il discorso di Cutts era fatto con riferimento all'underscore che unisce le parole, modificandone la semantica (es. lavoro_casa), ma il vantaggio che se ne ricava per l'indicizzazione su Google rende utile il concetto anche per chi deve scegliere tra un dominio con i trattini, tipo *lavoro-da-casa*, e uno senza, come *lavorodacasa*.

Siccome ero propenso all'uso del trattino, ragionai qualche ora sul fatto di tenere nel dominio anche la preposizione "da", ma avevo la sensazione che, seppure SEO *friendly*, il dominio *www.lavoro-da-casa.com* fosse troppo difficile da ricordare. Troppi trattini da tenere a mente.

Chissà!? Forse sarebbe stata la stessa cosa. O forse avrei goduto di una migliore indicizzazione. Ma resta il fatto che non mi sono fidato della memoria dei navigatori. Non potevo correre il rischio di non essere trovato per via di una preposizione.

Così, alla fine, ho deciso di farne a meno.

Il minisito

Oltre a dare vita al blog, acquistai il dominio www.lavoro-casa.com e ci montai sopra un minisito per la vendita del mio primo ebook "**Guadagnare soldi con internet lavorando da casa**", che puoi scaricare gratuitamente dal link sul titolo e aprire con la password *lavorocasacom*.

Non avevo l'esperienza di oggi. Ero solo agli esordi di una carriera che mi ha dato veramente tanto in così poco tempo. Ma potevo onestamente raccontare delle mie vendite online fatte con il cravattificio. 450 cravatte (dal valore medio di 100 € cad.) vendute in un solo anno in tutto il mondo con un sito vetrina realizzato in stile web 1.0.

Il cravattificio fa parte del mio percorso di crescita. È stato un momento importante della mia vita. E oggi posso dire francamente che il mio successo deriva proprio da quello che ho imparato negli anni in cui disegnavo e vendevo cravatte.

L'esperienza fatta con Photoshop, con i disegni e con la vendita delle mie tavole progettuali agli imprenditori fashion americani, unita alle potenti strategie di internet marketing che ho appreso negli anni successivi, mi hanno permesso di scrivere l'ebook più venduto su lavoro-casa.com. Sto parlando di "**Fai soldi online disegnando**", una guida per disegnatori, illustratori e fumettisti da cui ho ricavato qualcosa come 50.000 € in poco più di un anno.

Ma ora torniamo al mio primo minisito.

Tutto è cominciato un giorno quando chiamai Enzo, che all'epoca era il mio web master, per avere delle spiegazioni sul mio posizionamento online.

Volevo capire perché il sito del cravattificio non era tra le prime pagine di Google e cosa avrei dovuto fare per raggiungere questo risultato. Alché, Enzo mi disse che l'indicizzazione del mio sito era fortemente compromessa dai contenuti e dalla frequenza con cui venivano aggiornate le pagine.

Il che significava che dovevo scrivere nuovi contenuti. A che scopo? Era un sito, non un blog. Come potevo giustificare i cambiamenti?

La risposta di Enzo non mi persuase. Anzi, mi portò a riflettere sul fatto che il sito di Marinella Cravatte, nonostante avesse pochi meriti sul piano SEO – e di sicuro non veniva aggiornato da anni -, era sempre ben posizionato.

Enzo non lo sa, ma è stato lui, con la sua risposta evasiva, a far cambiare la mia vita e a farmi diventare un punto di riferimento per migliaia di lettori che ogni giorno seguono il mio blog.

Ero deciso a scalare la classifica dei posizionamenti. Avevo fatto delle vendite importanti grazie al web, nonostante fossi male indicizzato. Chiunque al mio posto avrebbe cercato di ottimizzare la situazione.

Così ho cominciato a studiare tutto quello che c'era da sapere sull'argomento, ivi comprese le parti più tecniche e noiose. Passavo le giornate chiuso nel mio ufficio a leggere PDF, pagine web, forum e blog di esperti. Ricordo che i miei collaboratori mi guardavano perplessi. Erano preoccupati per questo mio improvviso isolamento.

Ma tu sai perché ero così determinato. L'ho detto in premessa. Non avevo tempo per piangere sul latte versato. La mia situazione finanziaria era tragica. Dovevo trovare una soluzione efficace e rapida a tutti i costi.

Divoravo le informazioni come un leone affamato. Salvavo decine di pagine web tra i miei siti preferiti. E quando temevo di non ricordarne la presenza, le stampavo e le leggevo poi a casa. Oppure mi annotavo le cose più importanti sui *post-it* di cui erano rivestiti i miei quaderni.

Scrivevo appunti, considerazioni e idee. E poi rileggevo il tutto ogni volta che ne parlavo con Enzo o con mia moglie, alla quale pure ho fatto passare lunghe ore ad ascoltare i miei progetti e le mie aspettative.

Credo che il mio livello di preparazione sull'argomento fosse già andato oltre le esigenze di partenza. Eppure, mi mancava qualcosa. Mi sentivo paralizzato dall'indecisione, dal senso di colpa che avevo verso la mia vecchia professione.

Ero in mezzo al guado della mia vita. Una situazione pericolosa assai. In mezzo al guado non ci si può stare oltre il tempo necessario per l'attraversamento. Chi si trattiene oltre, rischia di morire come Federico Barbarossa, l'imperatore del sacro romano impero che mentre attraversava il fiume Göksu in Turchia, appesantito dalla sua stessa armatura e fiaccato dall'intensa calura del posto, data anche la sua età, affogò nelle acque che a malapena arrivavano ai fianchi.

Forse mi mancava quella spinta di cui ognuno di noi ha bisogno per prendere delle decisioni importanti. Le mie paure erano giustificate dall'urgenza della mia crisi.

Anche se avevo imparato molte cose sul web marketing e sull'e-commerce, come potevo realizzare un progetto importante senza trascurare la mia professione? L'odiavo quella professione, ma era una cosa certa, presente, che conoscevo bene. Mentre tutto il resto era solo una piacevole ipotesi.

Le mie paure erano giustificate, ma mi stavano uccidendo.

Spesso i miei lettori mi parlano di situazioni simili. Si aprono e mi raccontano la loro vita. E forse credono che io non possa capire, che le mie esortazioni a prendere una decisione coraggiosa siano per avvantaggiarmi dell'eventuale acquisto di un ebook o della sottoscrizione al **Gruppo Premium**. Niente di più sbagliato.

In realtà, non sanno che su ogni singolo centimetro del loro percorso di sofferenza ci sono già passato io con tutta la mia famiglia e con tutto il peso della mia storia.

Le persone sottovalutano troppo l'importanza di avere di fronte qualcuno che le capisca. Si concentrano più sulle competenze, sulle tattiche, sui procedimenti che un coaching può trasferire. Mentre non riescono a scorgere il grande valore dell'esperienza. Peccato! Perché si perdono il meglio di una sessione consultiva.

Ritornando ai miei studi, avevo incamerato una tale quantità di nozioni da potermi già permettere di scendere in campo e di offrire le mie conoscenze a chi ne aveva bisogno. Ma non sapevo come. E soprattutto, mi mancava il coraggio.

Fino a quando un giorno (era il 26 giugno del 2007) mi sono imbattuto in un ebook dal titolo "**Fare soldi online in 7 giorni**". Era il primo ebook di Giacomo Bruno, il giovane editore romano che molti conoscono per il suo ampio catalogo di libri in

formato elettronico sulla crescita personale, professionale ed economica, e di cui parleremo anche dopo a proposito delle affiliazioni.

Quel libro mi ha dato la spinta giusta. Mi ha fatto prendere la decisione di uscire dal guado. Mi ha permesso di avere un termine di riferimento importante e di capire che se c'era un mercato per quel tipo di informazione, allora avevo veramente tutte le carte in regola per essere io stesso un formatore di successo.

Non fraintendermi, il libro di Giacomo Bruno è molto valido sul piano motivazionale. Si vede subito che è scritto da uno appassionato di PNL (Programmazione Neuro-Linguistica). Non fosse altro per il *concept* che rispecchia l'approccio delle grandi firme, come quella di Paul Mckenna, autore di un best seller dal titolo "Cambia vita in 7 giorni".

Ma sul piano della concretezza e della specificità dei contenuti, l'opera di Giacomo non soddisfa le esigenze cognitive del lettore. Si può quasi sostenere che il difetto più grande di quel progetto deriva dal fatto stesso che l'autore ha una grande abilità motivazionale cui spesso, durante la lettura, non corrispondono strumenti e risorse pratiche per soddisfare le attese.

Qualcuno ha parlato anche di un'eccessiva e sgradevole autoreferenzialità dell'opera, che effettua continui rimandi ad altre risorse per integrare le informazioni appena abbozzate. Io dico che ha un suo valore intrinseco, che prescinde dallo stile narrativo, ma che tanto mi è bastato per comprendere che in quel mercato degli *info-products* potevo legittimamente occupare la mia quota. Semplicemente perché **sapevo di poter offrire di più**.

Un po' di fortuna non guasta

Era il giorno 11 agosto del 2007. Era sabato. Avevamo fatto ogni cosa. Il minisito, la lettera di vendita, il PDF, la campagna AdWords, il pulsante PayPal che dopo il pagamento rimandava l'utente su un'apposita pagina per il download.

Solo una cosa avevo deciso di non fare di proposito: **il modulo da compilare** con i dati del cliente prima del pagamento. Tutti lo usavano, ma a me dava fastidio. Pensavo alle tante volte che ero stato in procinto di comprare un qualsiasi prodotto online, ma poi non ho concluso la procedura di acquisto semplicemente perché non mi sono più raccapezzato sulle cose da fare e sui campi da compilare.

Mi capita ancora oggi. Sul sito di IBS libri, per esempio, più di una volta sono stato costretto a dover rinunciare all'acquisto perché mi sono perso tra gli adempimenti da compiere prima del pagamento.

Qualcuno mi ha detto che solo un'idiota non saprebbe compilare quei moduli. Io dico che di idioti ce ne sono molti. Forse io stesso lo sono. E che di certo preferisco avere anche i loro soldi, piuttosto di sapere che non hanno comprato solo perché erano idioti. Non trovi?

L'usabilità di una pagina web è data proprio dalla semplicità con cui l'utente deve poter interagire con le diverse *call to action* del sito. Se un cliente non compra perché trova difficile compiere alcuni step, non è colpa sua. Potrebbe anche essere un'idiota, ma è ancora più idiota chi continua a perdere soldi per non modificare un modello prefatto, oppure, perché tutti usano la stessa procedura e non ci si vuole allontanare dallo *schema collaudato*.

Ho letto da qualche parte che non bisogna essere originali a tutti i costi e che se certe ricette non le cambia nessuno, è perché funzionano. Io penso che sia vero solo in parte, quando

non sai essere originale, oppure, quando cerchi a tutti i costi di ostentare qualcosa di innovativo solo nelle intenzioni. In questi casi, è meglio affidarsi agli schemi collaudati.

Ma la storia degli uomini è fatta di personaggi che sapevano essere originali e che hanno cambiato il mondo grazie a un modo di fare assolutamente fuori dagli schemi.

Nel mio caso, non si trattava di una strategia collaudata. Non l'avevo appresa da un libro o dall'esperienza di altri. Semplicemente mi sono calato nei panni del cliente. E ho pensato che ero infastidito dall'obbligo di dover compilare un modulo prima di acquistare.

Del resto, come ti sentiresti se ogni volta che vai a comprare un paio di scarpe, la commessa ti chiedesse di scrivere i tuoi dati su un foglio? Magari lo faresti comunque. Ma perché appesantire la procedura di conversione con uno step i cui obiettivi possono essere raggiunti in una fase successiva al pagamento?

Tra la decisione d'acquisto e il click sul pulsante PayPal non devono esserci interferenze di nessuna specie. Il gesto deve essere *incontaminato*. Deve compiersi con la fluidità naturale indotta dallo stato mentale di sicurezza raggiunto diacronicamente dal visitatore. Anche la più piccola distrazione (un banner che lampeggia, un'icona sconosciuta, un *pop up* inatteso etc.) in questa fase può provocare il crollo della sicurezza e l'interruzione dell'acquisto.

Non è necessario far compilare il modulo prima del pagamento. I dati di cui hai bisogno (per la mailing list, per la fattura o per altro) puoi averli sicuri al 100%, reindirizzando l'utente sul modulo dopo che la transazione è stata conclusa.

PayPal ti permette di settare l'URL di destinazione, ovvero, di mandare l'acquirente su una specifica pagina *post vendita*. In genere, si usa questa pagina per i ringraziamenti e per indicare il *link di download* del prodotto. Tu puoi semplicemente

anteporre il modulo da compilare in tutti i suoi campi prima di scaricare il prodotto acquistato.

L'utente che ha effettuato il pagamento, ora più che mai, è disposto a fare tutto pur di accedere alla mercanzia che ha diritto di avere.

Semplice, no?

Era, dunque, il giorno 11 agosto del 2007. Era sabato! Mia moglie era al supermercato, mentre io aspettavo fuori in macchina con i miei figli.

Da qualche ora, con l'aiuto di Enzo – che ha continuato a collaborarmi - e del mitico Super Jepy, il minisito di lavoro-casa.com era online, bello e pronto per accogliere i visitatori e per fare quello per cui era stato programmato, cioè, **vendere**.

Quel sabato mi sarei dovuto rilassare. Avevamo controllato così tante volte tutti gli aspetti tecnici che eravamo veramente stanchi di tutto.

Pensai: "*È sabato! Chi vuoi che stia lì, davanti al computer, a leggere la mia sales letter e a interrogarsi se vale la pena di spendere 72 euro per acquistare il mio ebook?*".

72 euro! Un prezzo assolutamente anomalo. E anche qui potremmo discutere per ore.

Gli esperti suggeriscono di fare un'accorta valutazione sul prezzo. Una valutazione che tiene conto di due fattori:

1. Lo scaglione psicologico (50, 100, 200 etc.)
2. Il numero finale della cifra (9**9**, 9**7**, 10**0**)

Riguardo allo scaglione, alcuni studi hanno dimostrato che il valore dei soldi è misurato dalle banconote. 50€ è una banconota. Preservare quella somma significa preservare la banconota.

Il consumatore è psicologicamente legato al valore dei tagli. Per questo, ogni acquisto viene scandagliato in base al prezzo e alle banconote che lo compongono.

Se compro un ebook al prezzo di 67€, non ho speso solo 67 euro, ma ho consumato due banconote da 50€. Dalla seconda, infatti, prelevo 17€ per completare il pagamento. E seppure mi restano altri 33€, la banconota da 50€ non è più nel mio patrimonio.

Ecco perché secondo alcuni non ha senso prezzare gli infoprodotti nelle zone centrali dello scaglione. Se vendo il mio prodotto a 67€, posso venderlo anche a 99€. Lo sforzo richiesto al consumatore – in termini appercettivi - è lo stesso!

Riguardo al numero finale della cifra, la valutazione degli esperti si basa prevalentemente su tre numeri, 7,9 e 0.

Ma sull'argomento ho trovato un articolo interessante scritto da Davide Pozzi (in arte, il *Tagliablog*) del 16 febbraio 2009, che riporto di seguito:

Il numero 7 nel (web) marketing

Mi ha incuriosito notare che su parecchie landing page (principalmente anglofone) che propongono ebook sul "guadagnare online" o corsi e screencast di vario genere, praticamente tutti i prodotti hanno un costo che termina per 7.

Intendo dire che, tipicamente, il prezzo indicato è di $97, $247, $497 o qualcosa di simile.

Cerchiamo dunque di capire perché il 7 è diventato il numero di moda nel mondo del *pricing* online…

Il nove e lo zero

La pubblicità televisiva e cartacea ci ha da tempo abituati al 9: guai a dire che un prodotto costa 100 euro, il prezzo su qualsiasi volantino di qualsiasi supermercato sarà sempre 99.

La componente psicologica è chiara: la cifra non è tonda (non finisce con lo zero) -> sembra che il prezzo sia molto più basso di quello che è in realtà (nel caso riportato qui sopra, con 1 euro in meno passo da un prezzo di 3 cifre ad uno di 2).

Nel libro The Art of Pricing si parla proprio di *The Nine and Zero Effect*: secondo l'autore, le persone associano il numero nove al risparmio e lo zero alla qualità; l'esempio citato è quello di un fast food messo a confronto con un ristorante di alto livello: un "burger

menu" viene venduto a 4,99 dollari, mentre una portata nel miglior ristorante nella città potrebbe costare 30 dollari.

La scelta del pricing è quindi una scelta di comunicazione: vuoi comunicare risparmio o qualità? scegli il prezzo di conseguenza.

Il numero sette

Ma veniamo ora al 7, che presenta una serie di aspetti molto interessanti: innanzitutto pare sia il numero preferito dalla maggior parte degli esseri umani (a parte dagli orientali, che mi risulta preferiscano l'8), ed è quello che viene più spesso menzionato quando si chiede un numero a caso.

Ma il 7 ha anche un fortissimo significato religioso, soprattutto nella tradizione cristiano-cattolica:

7 sono le virtù, i doni dello Spirito Santo e i Sacramenti. 7 sono anche i peccati capitali e i sigilli menzionati nell'Apocalisse (la cui rottura sancirà la fine del mondo). Il 7 ha inoltre un significato di "infinito"; nel Vangelo di Matteo si legge: "*Signore, quante volte dovrò perdonare al mio fratello, se pecca contro di me? Fino a sette volte?*". Gesù risponde a Pietro: "*Non ti dico fino a sette, ma fino a settanta volte sette*" (ovvero sempre).

Infine 7 sono i giorni della settimana con i quali, religiosi o no, è scandita tutta la nostra vita.

Tre teorie sul sette…

Nell'ebook *Get Google Ads Free*, si ipotizza che il 7 sia visto come il meno "minaccioso" di tutti i numeri, e quindi se ne consiglia l'uso:

"*QUESTION: Why set or round up to even amounts ending in the number 7?*

ANSWER: Well first off, no one likes loose change; so never sell at any price that adds frustration to someone trying to balance their checkbook (they may see this ahead of time and just decide it's easier not to buy). Secondly (and this may shock and even surprise you!) but a lot of psychological study went into price theory and price perception, and the number 7 is thought of as less threatening as any other number. Make all your prices end in 7s."

In un altro studio sulla percezione del valore di tutti i numeri compresi tra 1 e 100, il 77 ha dimostrato di avere il più basso valore percepito rispetto al suo valore effettivo (fonte: *AllExperts – Marketing Research – Psychological pricing*)

Più semplicemente, il 7 potrebbe essere visto come il "nuovo 9", oramai troppo sfruttato… fino a che la gente non si abitua anche a quello, ovviamente :-) (teoria in discussione su WMF).

Conclusione

"*The number '7' may be lucky in dice, but in marketing, it's just another number!*" ci dice un articoletto intitolato The Truth About The Fallacy Of "7", cercando di sfatare il mito che aleggia intorno a questo numero.

Sarà anche vero, ma se avessi un ecommerce (o se fossi un venditore incallito su eBay) inizierei a fare un bel po' di Split Test, utilizzando prezzi che terminano con lo 0, il 7 e il 9… e volendo pure con tutte le altre cifre

Di un po'… te lo aspettavi tutto questo complesso meccanismo di valutazioni argute sul prezzo?

Io avevo deciso di far pagare il mio ebook 60€ + IVA, ovvero, 72€. Avevo scelto lo "0" per indicare la qualità del prodotto? Niente affatto. Nemmeno conoscevo queste strategie.

Il mio ragionamento – anche qui – è stato molto spartano, tipico di chi non ha molta esperienza e cerca di fare le cose seguendo solo l'istinto e il buon senso.

60€ erano più di 50€ (quello che volevo guadagnare per ogni vendita) e meno dei 97€ o dei 99€ con cui venivano prezzati i prodotti della concorrenza.

Forse ho perso molti soldi per via della *psicologia della banconota*. E altrettanti per non avere usato il **7** magico. Chi lo sa!??

Intanto, come stavo dicendo più sopra, il minisito era online, e io avevo deciso di non occuparmene nel week end. Bisognava solo aspettare. I risultati sarebbero arrivati di certo nella prima settimana.

Solo che in macchina, quando non hai niente da fare e hai tra le mani un telefonino che ti permette di consultare la tua posta elettronica, la tentazione di dare uno sguardo è forte.

Sono un tipo impaziente, che non sa aspettare. Ma sapevo pure che era assurdo sperare di avere fatto delle vendite in poco più di 8/9 ore dal lancio del sito.

In verità, non è assurdo. Era la mia ansia a farmi ragionare in questo modo. Avrei potuto consultare la posta e togliermi lo sfizio, senza troppi giri di parole. Ma mi spaventava il solo

pensiero di non vedere risultati, benché cercassi di convincermi che era passato troppo poco tempo.

Credo che tutti gli infomarketer possano capire di cosa sto parlando. Lo stato d'animo che segue nelle prime ore di lancio è un po' come quello dei candidati al parlamento che a partire dalla chiusura dei seggi elettorali cominciano a scalpitare per i risultati.

C'è grande attesa. La speranza che tutto vada bene si alterna alla preoccupazione di avere fatto un buco nell'acqua. E quello che ne viene fuori è una frenesia pazzesca.

Capisci cosa intendo? La tua vita non è mai stata così eccitante. Se hai fatto bene, il miracolo si compie. I soldi arrivano, e la tua scelta è stata quella giusta. Finalmente!!!

Se hai fatto male, le vendite non arrivano, la tua speranza si spegne, e anche questa volta sei costretto a ritornare sui tuoi passi, a dare ragione a chi ti avevo detto di non credere a queste cose e di farti carico delle tue responsabilità.

Con l'esperienza di oggi, credo di poter sostenere che la carriera di un infomarketer è in buona parte condizionata da quello che succede nelle prime ore, quando i valori tradizionali vengono messi in crisi da una nuova visione delle cose, ma i nuovi punti di riferimento non sono ancora stabili da garantire la *perseveranza*.

Ecco perché dico che **un pizzico di fortuna non guasta**.

È il mio caso. Quel giorno in macchina non ho saputo resistere. Ho consultato la posta, e per poco non ci sono rimasto secco. Dio, che emozione!!! Non dimenticherò mai quel momento. C'era una mail di PayPal che diceva delle cose, tipo "*Numero dell'oggetto… Notifica della ricezione di un pagamento da…*".

Era la mia prima email di pagamento. Cazzo! Possibile? Stava funzionando? Qualcuno, nell'universo, aveva deciso di darmi i

suoi soldi, di fidarsi di me, di comprare il mio ebook. Non ci capivo più niente.

Calma, mi dissi, devo riprendere fiato. Del resto, ho fatto tutto questo proprio per vendere online. E se le cose funzionano non c'è niente di strano.

Si, è vero! Ma era fantastico lo stesso. Volevo dirlo a mia moglie. E poi a Enzo, a Jepy, ai miei fottutissimi colleghi consulenti del lavoro.

Volevo gridare al mondo intero quello che mi stava succedendo: "*Ragazzi, l'infomarketing funzionaaaaaaaaa!!!*".

Nel frattempo, arrivò mia moglie con le buste della spesa. Forse i miei occhi parlavano da soli. Volevo dirglielo con calma, a mo' di sorpresa. Ma fui tradito dal mio entusiasmo.

Lei sapeva del lancio e, forse, come me aspettava di conoscere i primi risultati. Era focalizzata, diremmo oggi. La sua attenzione verso il mio progetto era ai massimi livelli.

E così le raccontai tutto. Decidemmo di correre in ufficio per leggere meglio la mail e per controllare la transazione direttamente su PayPal. Volevamo essere sicuri prima di festeggiare il primo, grande successo di lavoro-casa.com.

Ricordo che in macchina si facevano discorsi stupidi, del tipo: "*mi accontenterei anche di una sola vendita a settimana. Con 200/300€ in più al mese si riescono a fare un sacco di cose*".

Abbiamo detto questo anche il giorno dopo, quando ci fu la seconda vendita. E poi con la terza, con la quarta e così via. Man mano che aumentavano le entrate settimanali, noi dicevamo sempre di essere contenti e di non avere altre pretese.

Ci sono state delle settimane, nei mesi successivi, in cui ho incassato più di 2.000€. È stato quando ho deciso di cancellarmi dall'ordine dei consulenti del lavoro.

La fortuna forse non esiste. Magari si tratta solo di condizioni favorevoli. Beh, io ho avuto la *fortuna* di averle.

Ho scritto un ebook, ho fatto un minisito, ho attivato una campagna AdWords… ed è cambiata la mia vita! Vaffanculoooo!

ATTENZIONE!

Se vuoi leggere la versione integrale di quest'ebook e scaricare tutto il pacchetto dei bonus (*15 video lezioni + 4 ebook sul blogging business avanzato*), **torna alla pagina di vendita**.

Ti auguro una vita strepitosa come quella che sto vivendo io grazie al blogging business avanzato.

A presto
Carlo D'Angiò