

# I SEGRETI DI UN COPY CONVINCENTE

8 CONSIGLI PER SCRIVERE CONTENUTI CHE CONVERTONO

1

## IMPARA TUTTO SUL TUO PROSPECT

Comprendere a fondo il tuo potenziale cliente e descrivere in modo accurato ed

efficiente le sue esigenze ed i problemi che

lo affliggono renderà ancora più luminose

ed attraenti le tue soluzioni.

2

## SFRUTTA LA PSICOLOGIA DELL'ESCLUSIVITÀ

Fai sentire speciali i tuoi clienti perché le persone amano sentirsi importanti: crea

desiderio presentando la tua offerta come

se i suoi vantaggi fossero un privilegio

esclusivo riservato ai tuoi clienti migliori.

3

## GIOCA SULLA LEVA DELL'EMOZIONE

La ragione conta poco quando dobbiamo prendere una decisione d'acquisto: di solito, il cuore e la pancia battono il cervello!

Quindi, va bene la logica, ma non sottovalutare mai il sentimento!

4

## USA ANALOGIE E METAFORE

Combina concetti diversi per raccontare una storia o evocare una visione nell'immaginario del tuo potenziale cliente.

L'associazione di idee lo aiuterà a percepire il valore reale della tua offerta.

5

## EVITA LE PAROLE AMBIGUE

I messaggi forti richiedono parole forti.

Ricorrere a termini dal significato dubbio denota una debolezza del messaggio già

all'origine: il tuo prodotto/servizio non

"aiuta a...", ma "lo rende possibile".

6

## CREA URGENZA

La comodità non fa muovere le persone: se la tua offerta dà l'impressione di essere sempre lì a portata di mano, sarà meno appetibile. Il senso della perdita induce ad agire per paura di perdere l'affare.

7

## USA LE CALL TO ACTION

Se vuoi che gli utenti si comportino in un determinato modo, dai loro la possibilità di farlo: chiedi loro di agire usando CTA personalizzate con formule di invito all'azione che li inducano a fare click.

8

## OCCHIO ALLA LEGGIBILITÀ

- usa parole semplici (evita termini stranieri e tecnicismi per addetti ai lavori)
- formula frasi brevi (elimina tutto ciò che è superfluo)
- utilizza correttamente la punteggiatura
- formatta bene i testi (font adatto, titoli e sottotitoli, allineamento a bandiera, divisione in paragrafi, grassetto, elenchi)
- piazza nei posti giusti link interni e verso altre risorse

## E RICORDA! UN TESTO CHE FUNZIONA:

- **NON deve ANNOIARE**  
ma educare, spiegare, divertire, informare e intrattenere
- **NON deve essere A SENSO UNICO**  
ma avviare un dialogo tra chi legge e chi scrive
- **NON deve INTERROMPERE come uno spot chiassoso**  
ma indurre a prestare attenzione
- **NON deve ALLONTANARE**  
ma favorire le richieste di contatto
- **NON deve LUSINGARE**  
ma attrarre verso vantaggi concreti
- **NON deve SVELARE troppo**  
ma stimolare la curiosità