

Emanuele Properzi Intervista Valerio Conti

In collaborazione con www.scrittorevincente.com

1 – Ciao Valerio, raccontaci brevemente chi sei, cosa ami fare e cosa rappresenta per te la scrittura nella vita.

Ciao Emanuele, anzitutto permettimi di dirti che son felice di poter partecipare a questa intervista perché sei una grande persona, e ti reputo uno che sa molto bene cosa vuole e ciò che sta facendo.

Cosa dirti di me?

Sono uno che ha vissuto parecchie cose nella vita, e ha visto parecchie cose, fino a che non ho capito che il miglior modo per vincere in qualsiasi campo è semplicemente non prendersi MAI TROPPO sul serio.

Non importa quello che ti accade, o il tipo di fallimento che uno subisce; ogni fallimento è solo un modo per avvicinarsi di più alla meta.

Per cui se fallisci, non prendere questo fallimento come la tua morte, o la tua rovina, è semplicemente un passaggio che ti avvicina al tuo traguardo.

Una delle mie passioni di sempre è la musica, sono chitarrista da 20 anni. Mi sono anche autoprodotta un album di musica strumentale.

La seconda passione è la scrittura.

La scrittura è per me l'espressione più intima del sentire umano, niente può sostituirla il potere trasformativo; quando leggi un bel testo, e lo fai ascoltando una bella musica, se il momento è quello giusto, allora una lacrima cade dai tuoi occhi, e magari questa lacrima smuove le tue fondamenta e ti spinge a fare cose che normalmente non avresti fatto.

Son convinto che la scrittura sia il mezzo più potente per raggiungere il cuore delle persone.

2 – Ci spieghi in parole semplici cos'è l'email marketing e perché potrebbe essere utile a uno scrittore per promuoversi efficacemente?

L'email marketing è semplicemente lo strumento-chiave per monetizzare online e comunicare con i tuoi clienti o potenziali acquirenti in qualsiasi mercato.

Chi non vuole impararlo è destinato a fallire molte volte, e alla fine si vedrà costretto a capirne le dinamiche perché solo in quel modo si ottengono risultati on line.

3 – Considerando, per come l'hai descritto, che l'email marketing non è così complicato come sembra e la capacità principale che serve per attuarlo è proprio saper scrivere, consiglieresti quindi ad un autore di adottare l'email marketing per autopromuoversi?

Assolutamente sì. E non solo quello. Gli suggerirei di apprendere i principi base del marketing per comunicare al meglio il valore di tutto ciò che offriamo, a prescindere se sia una cosa che vendi o anche un contenuto gratuito.

4 – Ci spieghi cos'è una Squeeze Page, cioè quella pagina di vendita adottata per vendere tanti best seller americani?

Certo! Le squeeze page sono dei mini-siti di una sola pagina con un unico scopo: catturare il contatto del visitatore (solitamente nome e email) in cambio di un regalo (solitamente un contenuto di valore di suo interesse).

Catturare il contatto serve per non perdere opportunità di fare business con i tuoi visitatori in futuro. Mentre chi usa i normali siti spera di concludere qualche vendita a primo colpo, noi email marketer usiamo una strategia più evoluta, riciclando il traffico acquisito all'infinito per aumentare vendite e conversioni sul lungo periodo.

5 – Secondo te è pronta questa tecnica (Squeeze Page) per vendere i libri anche in Italia?

Ci puoi giurare, è pronta già da anni, solo che ancora in pochi hanno colto l'opportunità, ciò significa pochissima concorrenza in molte nicchie di mercato.

6 – Quali sono le principali differenze tra Italia e USA nel web marketing, ad esempio per chi vuol adottarlo per promuovere un libro?

Le principali differenze sono nella mentalità.

L'americano vive a contatto col direct marketing, lì è un fatto interno alla cultura. Gli italiani invece sono diffidenti, e quando si tratta di opportunità online o anche semplicemente di fare un acquisto, vedono sempre la truffa dietro l'angolo.

Questo da solo rende più difficile la situazione online in tutto il nostro web italiano.

Il marketing americano e in generale ogni forma di pubblicità che arriva dagli USA sono sempre molto aggressive, dirette. Qui da noi invece l'approccio americano è inapplicabile. Dunque, le strategie vanno adattate alla mentalità nostrana, molto più dura da "educare".

7 – Spiegaci bene come le Squeeze Page e l'email marketing si combinano tra loro per sviluppare una efficace promozione libraria su internet

Ok, il concetto-chiave è che la pagina cattura contatti (squeeze page) dovrebbe sempre essere la porta d'ingresso di qualsiasi attività online.

- ✓ Una volta che il visitatore ti ha lasciato il suo indirizzo email, da quel momento in poi ti ha dato l'autorizzazione a poterlo ricontattare in seguito e fare business con lui, seguendolo via email (follow-up).
- ✓ Vuoi fare in questa maniera per instaurare un rapporto di fiducia con lui, e rendere la vendita del tuo prodotto o servizio praticamente superflua.
- ✓ Quindi, diciamo che il primo passo essenziale è la squeeze page. Con questa catturi il traffico nel tuo sistema di "aggiornamenti online, qualsiasi esso sia (feed, fan page, mailing list.). Non mancare questo punto!
- ✓ In seguito con l'email marketing curerai i rapporti con queste persone, in modo da trasformarli da semplici visitatori, a prospect affamati di tuoi prodotti e servizi.
- ✓ Tutto questo rende al massimo se il tuo sistema di ricontatti si fonda sul modello più potente (mailing list) dove è compito del tuo autoresponder e delle email che invierai loro creare confidenza e rapporto di fiducia

Infine, considera due modi di agire per avere successo con l'email marketing:

- ✓ Uno è usare solo strategie di persuasione, l'altro è regalare contenuto senza fine. Entrambi gli approcci sono fallimentari se usati singolarmente.
- ✓ Il perfetto marketing è un bilanciamento tra valore offerto gratis e forte spinta all'azione per ricevere di più sul tuo contenuto in vendita (audio, video, ebook, libri o quant'altro)

8 – Questo meccanismo che hai appena spiegato può quindi garantire a uno scrittore la possibilità di crearsi un sistema promozionale proprio, che una volta costruito, può permettere allo scrittore di riusarlo quando vuole (lancio di libri futuri ad es.), senza rifare il lavoro per ricrearlo?

Sì, infatti lo scopo è rendere automatizzabile la vendite dei tuoi prodotti e le tue opere in modo da non dover fare ogni volta la fatica di reimpostare tutto dall'inizio ogni volta.

Ci penserà il tuo assistente virtuale a vendere il tuo prodotto, la tua lettera di vendita, le tue email programmate, e i tuoi articoli sul blog, per chi volesse crearne uno (consigliato)

9 – Quali consigli a valenza generale daresti a uno scrittore che non ha esperienza di web marketing e che cerca di fare promozione online al suo libro?

Beh, la prima cosa che ho capito a mie spese è.. non creare mai contenuto gratuito senza uno scopo. Crea un piano nella tua testa sempre prima di fare qualsiasi scelta. Inoltre..

- ✓ Non scrivere su un blog senza avere un form che raccolga i contatti, o anche un exit pop up.
- ✓ Non promuovere assolutamente nulla senza aver creato almeno una squeeze page.

Questo è L'abc...

Poi a uno scrittore direi di focalizzare molto attentamente il suo messaggio in modo che arrivi proprio a color che stanno cercando quel preciso prodotto che lui sta creando, o prodotti simili dei suoi concorrenti. Il messaggio focalizzato è la chiave di tutto, questo vale sia nel marketing dei tuoi prodotti, quanto nei contenuti dei tuoi prodotti.

Il punto è che la lettera di vendita non deve essere noiosa, al contempo non devono esistere passaggi dentro il tuo libro dove ci sono punti morti, cose non perfettamente definite, elementi ambigui, che distraggano o confondano il lettore.. o peggio ancora che lo annoiano.

10 – Dandoci una tua definizione di pubblicità virale, come si potrebbe secondo te innescare per un libro una pubblicità di tipo virale su internet?

Ok adesso andrò controcorrente. Il problema è che le persone pensano al Viral Marketing ancora prima di aver creato buoni prodotti. Per questo il Viral Marketing non accadrà mai. E questo vale per qualsiasi altro sistema di traffico automatico (Adwords, email marketing.. ecc)

Ma c'è una cosa che nessuno dice lì fuori. E cioè che quando inizi ad avere non UNO, bensì una SERIE di buoni prodotti in vendita (e non libricini, ma capolavori..), allora il traffico sarà l'ultimo dei tuoi problemi. Proprio così..

Per fare in modo che ciò accada non dobbiamo per nulla seguire quello che fino ad ora è stato lo standard per la fruizione dell'informazione, perché non funziona più, non online.

Ora ti spiego una mia teoria..

Nell'era del web 3.0 è necessario un radicale cambiamento, un cambiamento che abbracci con sentimento le nuove esigenze di apprendimento e di assimilazione tipiche del popolo della rete di oggi.

Alla luce di questi cambiamenti nell'era moderna qualsiasi pezzo di informazione deve essere sempre **orientato verso 3 elementi chiave:**

- **Deve Essere Semplice**
- **Deve Essere Focalizzato**
- **Deve Essere Sintetico**

Parlando di manuali operativi che insegnano il "come fare a..", non ricordo di aver mai portato a termine un libro lungo 400 pagine, e so che gli utenti finali fanno altrettanto.

I formati lunghi per questo fine sono assolutamente inutili; così come inutili sono tutti quei corsi che "allungano" il percorso di apprendimento più del necessario, sia in formato testo, audio, o video, all'unico scopo di essere venduti a prezzi più alti.

Oggi, dopo l'esperienza accumulata in decine di mercati differenti, ho capito che qualsiasi prodotto o corso "formativo" per definirsi di buon livello deve per prima cosa essere orientato più che mai sulla facilità d'uso e sulla semplificazione dei processi, di modo da rendere l'esperienza dell'utente finale sul serio "trasformativa" e non castrante, costringendolo cioè ad acquistare altri corsi simili per via di un non ottimizzato percorso di assimilazione.

11 – Spiegaci perché è consigliabile usare un blog in sinergia a un sistema di email marketing per promuovere un libro.

Usare un blog non è un obbligo all'inizio.

Come ho detto si può cominciare subito con una squeeze page e portare subito traffico per raccogliere email. Ovviamente ci vuole un requisito importante.

Il requisito è avere già pronto un buon prodotto, e un buon contenuto gratuito "estratto" dal prodotto in modo da dare un assaggio ai visitatori che vorranno saperne di più. Tutto il resto è solo una perdita di tempo.

Alcune persone si preoccupano di fare un sito micidiale con una super grafica pazzesca e magari delegano questo lavoro a un bravo professionista del mestiere. Ma tutto questo non sarà servito a nulla se non hai già un tuo sistema di marketing già pianificato (per vendere).

Per vendere è sufficiente avere una singola pagina, con un unico carattere e 2 o 3 colori al massimo su sfondo bianco. Le cose semplici vincono sempre.

12 – Come va scritta una "mail convincente" in cui vuoi ad esempio vendere un libro?

Allo stesso modo in cui scrivi il tuo libro, mi spiego..

- ✓ Messaggio focalizzato, sintetico, semplice.

Puoi anche scrivere email lunghe, ma per chi è agli inizi è meglio che si mantenga semplice. Un problema – una soluzione.

Se nella mail inizi a parlare dei benefici del settore o della nicchia e cominci per esempio a parlare di te e meno dell'utente, hai già perso un cliente.

Poi ci sono almeno 3 modi di scrivere un email che promuova il tuo libro:

- ✓ Il primo è parlare di uno dei benefici-chiave del tuo prodotto. La tecnica consiste nell'esaltare per ogni email che invii un singolo beneficio del tuo libro, in modo da far gustare il prodotto e la voglia di saperne di più, colpendo diversi canali motivazionali, a puntate.
- ✓ Un altro modo è esaltando il grande problema che il tuo lettore sta avendo adesso, e raccontando storie e aneddoti su come ci sei passato e come lo hai superato. Questa è già una tecnica più difficile se sei un principiante, se non stai attento potresti fare danni, comunque ne spiego diverse dinamiche nei miei corsi.
- ✓ Infine il terzo modo è semplicemente dare un assaggio gratuito dei contenuti del tuo libro, spiegando il "cosa" ma non il "come".

13 – Che cosa ne pensi dell'efficacia promozionale del book-trailer per pubblicizzare un libro?

Insegno questa tecnica dentro il mio corso "I Segreti Delle Squeeze Page", ma in parte ti ho già risposto nella domanda precedente, gli stessi principi delle email valgono per lo special report, ma si possono avere diversi tipi di special report.

14 – Quali sono le caratteristiche del tuo prodotto "I Segreti delle Squeeze Page"?

È molto semplice: il corso insegna come aumentare traffico e conversioni dentro la propria attività imprenditoriale, e lo insegna meglio di qualsiasi altro prodotto in circolazione in lingua ITALIANA.

Questa è la grande promessa del corso, e credo, di poter affermare di essere riuscito nel mio intento, visto i risultati che sto riscontrato in tutti coloro che lo hanno acquistato.

Le conversioni sono il primo elemento trattato e sono oggetto del **modulo 1**.

Ho scelto di iniziare da lì proprio perché questo getta *le fondamenta di qualsiasi attività online: con la creazione, impostazione, e ottimizzazione* di una super squeeze page attira lead che qualifichi al meglio il traffico in entrata in modo da avere a che fare solo con gente motivata e altamente reattiva per la tua attività.

Ma il modulo 1 va oltre, infatti una volta terminato sarai in grado di creare un super sistema di vendita ad alta conversione (lead magnet - squeeze page - follow up) partendo da semplici minisiti di una pagina. Questo include anche la creazione di contenuti gratuiti che il nostro mercato sta cercando, e che fungano da magneti attira iscrizioni. Parliamoci chiaro è la potenza del tuo contenuto che fa sì che i tuoi visitatori ti diano l'email. Il primo passo è quello. E questo passo è facilitato da una formula che ho scoperto dopo anni di applicazione e frustrazioni (e tanti soldi buttati).

Se hai difficoltà tecniche con gli strumenti non deve preoccuparti, in quanto ho creato anche dei video tutorial che aiutano a impostare, caricare e ottimizzare la tua squeeze page dalla a alla z" e risucchiare tutto il traffico dentro la tua lista.

Il passo successivo è il percorso dell'iscritto, in modo da massimizzare i risultati e produrti le prime vendite prima ancora che tu lo ricontatti via email. Subito dopo trovi diversi suggerimenti e modelli di email da inviare per una buona promozione online di qualsiasi prodotto o servizio. E questo è soltanto il modulo 1..

Nel **modulo 2** ci concentriamo prevalentemente sul traffico, e sui 6 migliori sistemi che ho testato di persona per condurre centinaia se non migliaia di visite alle tue pagine ogni settimana assolutamente GRATIS.

Questo è il vero punto di forza del corso.

Infatti in un mercato dove oggi si insiste molto sul traffico a pagamento, e in una situazione in cui i giganti dell'industria come Google stanno tagliando l'accesso alla rete promozionale ai piccoli (quelli con meno oro in tasca..), ecco che le soluzioni proposte dentro i "i segreti" sono una vera salvezza, sia per chi non ha intenzione di investire in traffico, sia per quelli che si sono trovati sbattuti fuori da Adwords e altri sistemi con le loro politiche assurde.

In breve, quello che ho sviluppato è un sistema in 6 fasi per la generazione del traffico, che, se seguite tutte uno dopo l'altro, possono produrre miracoli per la tua attività. L'unico requisito è applicare le tecniche (minimo 30 minuti al giorno).

Il **modulo 3** è per "gli avanzati", dentro questo modulo vengono svelate alcune semplici ma POTENTI tecniche per far esplodere i profitti e il valore per visitatore. In realtà si tratta di un metodo scientifico per fare più soldi dalla tua squeeze page + swipe file, e formule killer usate dai top copywriter nel mondo

Ciò che si svela in questa parte del corso sono informazioni largamente ricercate da tutti su come testare velocemente diverse nicchie con prodotti in affiliazione e usare l'arma delle squeeze page per capire dove stanno i soldi e i mercati più ricchi.

In più ti metto al corrente di un piccolo trucco per COLPIRE la giusta nicchia, facendo la giusta offerta alle giuste persone per ricavare immediatamente profitto da qualsiasi persona si iscriva alla tua lista tramite la tua squeeze page

Non per ultimo, viene affrontata la delicata scienza dello split test. Perché farlo, e perché è determinante per aumentare i guadagni. Scoprirai due tecniche veloci per fare split test misurabile e creare pagine ultra ottimizzate, che ti producono sempre più denaro e sempre più iscritti

A tutto questo aggiungi anche la presenza di un MEGA BONUS apocalittico, che da solo vale ancora più di tutto il corso sulle squeeze page. Il bonus consiste nel nostro corso di punta:

"Email Marketing Formula" di cui abbiamo deciso di rilasciare alcune decine di copie in omaggio solo per le prime settimane di rilancio.

Il valore di questo ultimo pacchetto di materiale è di oltre 2000 euro e puoi averlo gratis solo acquistando i segreti delle squeeze page dal link posto in basso a questo PDF.

Ecco alcuni pezzi da 90 inclusi dentro i 5 moduli aggiuntivi:

Scoprirai come fare 1000 lead in 7 giorni con adwords (guida passo passo).

La sequenza di pre-vendita empatica in 6 email: Gli effetti di questa serie sono strabilianti. Tramite diversi modelli di comunicazione (noi contro loro, infiltrato, reporter, eroe) il tuo iscritto verrà condotto in maniera indolore all'acquisto ripetutamente nel tempo..

Come creare uno spartiacque tra coloro che cercano solo roba gratis, e chi

invece è disposto a investire anche una cifra minima pur di ricevere quella specifica informazione che tu stai consegnando

Ma la vera chicca è il modulo Dedicato alla "Hiper Response List", ovvero: come creare, strutturare e mantenere una lista iper reattiva nel tempo

Il corso è ancora venduto al prezzo di 497 euro, ma presto faremo un restyling e lo metteremo in vendita a 1497 euro o forse di più.

Il vantaggio di chi lo acquista adesso a prezzo basso è che gli garantiremo ogni aggiornamento gratuito a vita...come abbiamo sempre fatto, potrà cioè avere la versione da 1497 euro gratis non appena la metteremo in vendita, e così tutte le successive a prezzo crescente...

Non ti resta che prenderlo SUBITO...

[Clicca Qui Per Accedere Al Corso](#)