

IL PARADOSSO DELL'AUTORE FANTASMA

SCRIVI, PUBBLICHI, LANCI... E NESSUNO TI
VEDE. ECCO PERCHÉ IL TUO PUBBLICO TI
IGNORA E COME SMETTERE DI ESSERE
UN'ENTITÀ INCORPOREA DEL WEB

CARLO D'ANGIÒ

© CARLO D'ANGIÒ 2025

È vietata la riproduzione anche parziale dei contenuti di questo libro.

Tutti i diritti sono riservati, inclusi quelli di traduzione, di memorizzazione elettronica e di adattamento totale o parziale con qualsiasi tecnologia. La riproduzione dei contenuti di questo libro richiede autorizzazione scritta dell'autore.

INDICE

Introduzione	vii
1. PERCHÉ NESSUNO CREDE CHE TU ESISTA	1
Il fenomeno dell'autore fantasma	2
La psicologia della diffidenza online (italiana)	3
Il Grande inganno della percezione digitale	5
Il segreto per uscire dall'invisibilità	6
2. COME INFASTIDIRE UN ALGORITMO FINO A FARTI NOTARE	7
Perché l'Algoritmo ti odia (o finge che tu non esista)	8
Il metodo del disturbo digitale strategico	9
Genera segnali di vita digitale	9
Hackera la logica del feed (senza diventare un cringeinfluencer)	11
La Perseveranza Algoritmica	12
Riepilogo della Missione Algoritmica	13
3. DAL MISTERIOSO AUTORE SCONOSCIUTO AL SIMPATICO STRANO DI FIDUCIA	14
Perché la gente compra solo dalle persone che conosce?	15
La psicologia della familiarità: come smettere di essere un perfetto sconosciuto	16
Il Metodo del Simpatico Strano: come diventare una figura di riferimento senza sembrare uno spammer	17

4. FIDATI DI ME, SONO UN BLOGGER!	21
Nessuno si fida di te (ancora)	22
Il potere della prova sociale	23
Come costruire la Prova Sociale attorno al tuo eBook	24
5. SE NE PARLANO I GIORNALI, DEVE ESSERE VERO	28
Il potere mistico della stampa (e perché la gente si fida ancora dei giornali, nonostante tutto)	29
Come far parlare di te senza ricorrere alla magia nera	30
Creare un angolo interessante (perché nessun giornalista scriverà mai "Tizio ha scritto un eBook")	31
Contattare i giornalisti	32
Acquistare spazi per articoli e comunicati stampa	33
Sfruttare ogni piccola apparizione come se fossi il nuovo Steve Jobs	35
Riepilogo della strategia "Se ne parlano i giornali, devi essere bravo"	35
6. SE TUTTI SI BUTTANO DAL PONTE...	37
Perché il cervello umano è programmato per seguire il branco?	38
Come creare un'epidemia di fiducia attorno al tuo eBook	39
Fai esplodere le recensioni	40
Usa il "Principio della popolarità fittizia" (Funziona Meglio di Quanto Dovrebbe)	41
Crea un effetto valanga con il "Momento Giusto"	41
Riepilogo della Strategia "Se Si Buttano Tutti, Buttiamoci Anche Noi"	42

7. LA TRAPPOLA DEL "MI SEGUE SOLO MIA MAMMA" (E FORSE NEMMENO LEI)	43
Perché il Pubblico è Tutto (E Perché Forse Hai Sbagliato Tutto Finora)	44
Come Costruire un Pubblico Che Ti Ama (E Ti Compra Pure le Cose)	45
Riepilogo della strategia "Dal Nulla a un Pubblico Fedele"	50
8. SMETTILA DI GIRARE IN TONDO COME UN CRICETO IN UN FUNNEL ROTTO	51
Perché la Gente Rimane Bloccata? (E Perché Non Deve Succedere a Te)	52
Il piano d'azione per costruire credibilità, pubblico e vendite	54
Riepilogo della strategia "Smettila di girare in tondo e parti"	56
9. DALL'AUTORE DEL MOMENTO ALL'AUTORITÀ PERMANENTE	58
Perché la maggior parte degli autori scompare dopo il primo successo?	59
Il piano per costruire un'autorità permanente	61
Se non sai spiegarlo a un bambino, hai un problema	65
Carlo D'Angiò	69

INTRODUZIONE

LA MALEDIZIONE DELL'AUTORE INVISIBILE

C'è un luogo, da qualche parte nel sottobosco digitale, dove gli eBook vanno a morire. È un'enorme biblioteca virtuale, una specie di limbo digitale dove intere opere giacciono dimenticate, coperte da uno spesso strato di pixel impolverati. I loro autori si aggirano come anime erranti nei gruppi Facebook di self-publishing, ripetendo incantesimi SEO e stringendo accordi con oscure entità chiamate "funnels", sperando che qualcuno, un giorno, noti la loro esistenza.

Se stai leggendo questo libro, probabilmente anche tu hai sentito il gelido soffio di questa maledizione. **Hai scritto, pubblicato e lanciato il tuo capolavoro digitale... eppure niente.** Nessun acquisto, nessuna recensione, nemmeno un troll che ti insulta per un refuso. Sei più invisibile del tasto "Salva con nome" su Word.

INTRODUZIONE

So quello che provi. Capisco il tuo dolore. Lo vedo ogni giorno negli occhi dei miei clienti, quegli stessi occhi che, pieni di speranza, fissano lo schermo aspettando che il primo acquirente faccia il grande passo. **Ma niente.** Nessuna notifica di PayPal. Nessuna e-mail automatica che annuncia una vendita. Solo il silenzio digitale, interrotto di tanto in tanto dal **clic compulsivo** su "Aggiorna statistiche".

Eppure, loro lo sanno. Gliel'ho detto. "**Serve credibilità, prima di vendere**". È la prima cosa che condivido nelle mie consulenze. È la regola fondamentale dell'universo: senza credibilità, nessuno compra.

Lo sanno. Ma lo dimenticano.

Perché? Perché da qualche parte, nelle profondità della mente di ogni autore al suo primo lancio, si forma come una sorta di **illusione collettiva**. Un miraggio digitale che sussurra:

“ *Magari qualcuno comprerà comunque... Anche se non sa chi sono... Anche se non mi segue... Anche se il mio unico lettore finora è stata mia madre e ha mollato al capitolo due perché 'troppo tecnico'...* ”

E allora sono costretto tutte le volte a risvegliare in loro questa verità dimenticata, scavando nei ricordi per

INTRODUZIONE

riportare alla luce le antiche profezie della **Psicologia della Credibilità**.

E non lo faccio per avere ragione (anche se ho ragione). Lo faccio per riprendere in mano quella scaletta perfetta che avevamo già preparato – ma che è stata travolta dalle emozioni del lancio – in cui si dice chiaramente che dopo aver scritto un eBook, o dopo aver realizzato un videocorso, **scatta la nuova fase: quella in cui ci andiamo a prendere la credibilità**.

Ecco perché ho deciso di mettere tutto nero su bianco. Una guida epica per autori, blogger e coach che vogliono smettere di essere anime erranti nel web.

IL GRANDE ABBAGLIO DEL FUNNEL PERFETTO

Hai fatto tutto quello che dicono gli esperti. Giusto? Hai scritto un libro utile, chiaro e pieno di valore (o almeno ci credi ancora, il che è già qualcosa). Hai un funnel di vendita così ben strutturato che potrebbe essere insegnato nei corsi di marketing. Hai una landing page elegante, con un copy irresistibile e persino una tua foto in cui sembri vagamente competente. Hai investito tempo, denaro e la tua ultima briciola di dignità per creare ADS su Facebook.

Eppure... **niente**.

INTRODUZIONE

La gente scorre il tuo eBook con la stessa attenzione che può avere un adolescente su TikTok che ignora la voce della madre che lo chiama per la cena.

Perché? Perché non sei credibile.

Hai creato **un eBook**. Ma non hai creato **fiducia**. Hai costruito **una macchina di vendita**. Ma non hai costruito **una reputazione**. Hai lanciato **un prodotto**. Ma per il pubblico **sei un'entità anonima nella vastità dell'internet**.

Ed è qui che intervengo io.

LA PSICOLOGIA DELLA DIFFIDENZA ONLINE

Nel mondo digitale, soprattutto in Italia, la gente è più sospettosa di un gatto randagio davanti a una ciotola di cibo lasciata da uno sconosciuto.

Chi sei tu? Perché dovremmo fidarci di te? Perché mai dovremmo pagarti soldi veri quando possiamo continuare a scaricare PDF gratuiti scritti da entità misteriose su Telegram?

Qui sta il cuore del problema: **gli infoprodotti non si vendono solo con le strategie. Si vendono con la fiducia.**

INTRODUZIONE

E fiducia non significa semplicemente avere un profilo LinkedIn con una foto in cui non sembri uno che ha appena truffato un anziano. **Fiducia significa essere percepiti come autorevoli, autentici e umani.**

L'OBIETTIVO DI QUESTA GUIDA

Questo è un viaggio attraverso le profondità della psicologia della credibilità, con l'obiettivo di farti uscire dal limbo degli autori fantasma e diventare **un'entità visibile, riconosciuta e, soprattutto, affidabile.**

Scoprirai:

- Perché il tuo pubblico ti ignora come un'e-mail di "Ultimo avviso prima della scadenza"
- Come **algoritmi senzienti e marketplace alieni** decidono il destino del tuo eBook
- Perché la gente si fida più delle recensioni di perfetti sconosciuti che del tuo *copy curatissimo*
- Come smettere di sembrare un venditore disperato e iniziare a essere percepito come un'autorità
- Tecniche surreali ma dannatamente efficaci per costruire una reputazione solida

Preparati a mettere in discussione tutto quello che credevi di sapere sulla vendita di eBook, e soprattutto a cambiare il modo in cui il mondo ti percepisce.

INTRODUZIONE

Ora, chiudi gli occhi, inspira profondamente e ripeti con me:

“ *Io esisto. Il mio eBook esiste. E qualcuno, dannazione, lo leggerà.*

Andiamo a prenderci la tua credibilità.