

SMETTILA DI VENDERE SPAZZATURA

LA GUIDA BRUTALE PER CREARE
INFOPRODOTTI CHE LA GENTE VUOLE
DAVVERO COMPRARE

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

Questo libro non è per tutti	v
1. IL TUO INFOPRODOTTO È UNA CHIAVICA (MA TRANQUILLO, NON SEI L'UNICO)	1
2. IL TITOLO È PIÙ IMPORTANTE DEL CONTENUTO (QUASI)	5
Se il titolo è fiacco, il contenuto muore in silenzio	5
Scrivere titoli e sottotitoli con le palle (anche se non sei copywriter)	6
L'effetto "copertina che morde"	9
Bonus: I 5 test bastardi per capire se il tuo titolo funziona	11
3. LA NICCHIA O TI SALVA... O TI SEPPELLISCE	14
La nicchia non ti limita. Ti libera.	14
Come si scava una nicchia nella nicchia (senza diventare ridicolo)	15
La nicchia è attrito che attira	16
La nicchia non ti chiude. Ti fa entrare.	16
Bonus: la matrice brutale per trovare la tua micro-nicchia (senza impazzire)	17
4. IL METODO STOP-GO (SÌ, DEVI TRATTARLI COME SCEMI)	20
Il principio dei micro-passi	20
Troppa roba = Niente che rimane	21
Come si applica il metodo Stop-Go	22
Stop-Go è una forma di rispetto	22

5. IL TEMA UNIFICANTE (NON BUTTARE TUTTO IN PADELLA)	24
Senza un tema, è solo roba messa insieme	24
Cos'è un tema unificante	25
Perché funziona	25
Esempi concreti	26
Ma non forzare il tema. Sentilo.	26
La differenza è tutta lì: padella o piatto firmato?	27
6. CANNIBALIZZA TE STESSO PRIMA CHE LO FACCIA IL MERCATO	28
Il mercato non dorme. Rosicchia.	28
La vera mossa da pro? Ti cannibalizzi da solo.	29
Smetti di trattare i tuoi contenuti come reliquie	29
Come si cannibalizza senza pietà	29
Ma se lo aggiorni... chi lo compra?	30
Il mercato ama chi evolve	30
Bonus: il test delle 3 R	33
7. I BONUS FANNO SCHIFO (TRANNE QUANDO SONO GENIALI)	37
Come creare bonus che non sembrano scarti	38
Esempi di bonus che vendono per te	38
8. LA CHECKLIST DEL BASTARDO PIGNOLO	40
La checklist (spietata ma salvavita)	41
Come usarla	42
9. NESSUNO TI DEVE NIENTE (MA ORA ALMENO HAI UN'ARMA VERA)	44
Nessuno ti deve attenzione	44
Ora hai una guida. Ora hai un vantaggio.	45
Non cercare l'approvazione. Costruisci desiderio	45
E adesso?	46
E se pensi di meritare di più...	47
Carlo D'Angiò	49

QUESTO LIBRO NON È PER TUTTI

Ti è mai capitato di comprare un corso online che prometteva “strategie infallibili” e poi sembrava scritto da uno che ha copiato Wikipedia e l’ha incollata nel suo word?

Bene. Se l’hai creato tu, ci conosciamo già. Siamo qui per sistemare il casino.

Se invece ti senti offeso... è probabile che questa guida non faccia per te. Perché questa guida non è gentile. Non è accomodante. Non ti gratta la schiena mentre ti dice che “va tutto bene”.

No.

Questa guida ti guarda dritto negli occhi e ti dice:

“ Stai vendendo fuffa, amico. Ma possiamo ancora salvarla.

A CHI È DESTINATA?

A chi ha già capito che il problema non è “scrivere di più”.

È scrivere meno, meglio, e farlo in modo così ficcante da lasciare il lettore mezzo stordito e mezzo innamorato.

È per chi non si accontenta più di essere uno tra i tanti, ma vuole diventare **quello che tutti inseguono**.

È per te, se:

- Hai scritto eBook o corsi che sembrano buoni, ma non vendono nemmeno sotto tortura.
- Senti che “ti manca qualcosa” ma non sai dargli un nome (spoiler: si chiama direzione).
- Hai smesso di credere alle scorciatoie, e vuoi creare un prodotto che **seduce, seleziona, vende**.

A CHI NON È DESTINATA?

A chi pensa che basti un bel titolo e un PDF per fare i soldi online. A chi si eccita con i funnel ma ha il carisma di uno scaldabagno. A chi vuol sentirsi dire “bravo lo stesso” anche se il suo prodotto è una sbobba che vuol dire una *chiavica*.

Se stai cercando l’ennesimo corso che ti sblocca le strategie nascoste per far funzionare la suddetta chiavica, puntando tutto sull’involucro, della serie *quello che conta è vendere*, puoi chiuderlo qui.

Questo libro non ti vuole. Non adesso. Forse mai.

QUESTO LIBRO NON È PER TUTTI

Qui dentro non troverai motivazione. Troverai provocazione. Perché chi si offende, scappa. Chi si riconosce, resta.

E chi resta... ha voglia di alzare il livello. Quindi se sei ancora qui, è già un buon segno.

Ti darò strumenti concreti. Ma lo farò **con la voce di uno che non ha tempo da perdere.** Uno che ha visto troppa mediocrità in giro. E che ha deciso di chiamarla col suo nome.

Sarà ruvido. Sarà dritto. Ma sarà anche utile. E tremendamente onesto.

Benvenuto a bordo. Prepara il casco, che si parte. Hai un infoprodotto da salvare. Oppure da rifare da zero. Meglio ancora.

CAPITOLO 1

IL TUO INFOPRODOTTO È UNA CHIAVICA (MA TRANQUILLO, NON SEI L'UNICO)

C'è questo momento tragico, prima o poi, nella carriera di ogni creatore di corsi, eBook, guide e contenuti online. Il momento in cui ti rileggi il tuo prodotto... e senti una fitta allo stomaco. Non è fame.

È vergogna.

È quella sensazione viscosa che ti prende quando capisci, con un leggero sudore dietro la schiena, che il tuo bellissimo, amatissimo, curatissimo infoprodotto... è una zuppa annacquata di concetti messi lì a casaccio. Un brodino tiepido. Una sbobba.

Una chiavica.

Una di quelle robe che la gente scarica, scrolla, e dimentica più velocemente di un libro di Bruno Vespa.

Sai perché succede?

Perché **volevi dire tutto**. Tutto quello che sai. Tutto quello

che hai letto. Tutto quello che “potrebbe servire”. E così hai fatto l'errore peggiore: **non hai scelto**.

Non hai scelto un concetto centrale. Una direzione. Una spina dorsale. Hai costruito un *Frankenstein*: un pezzo di qui, un pezzo di là, una citazione da Seth Godin, una tabella da Google, due storielle da LinkedIn, un esercizio buttato lì per riempire.

Risultato? Un mostro buono per tutti e utile a nessuno.

Ti dico una cosa che potrebbe farti male adesso, ma ti salverà in seguito:

La gente non compra “tanto”. Compra “chiaro”.

Nessuno vuole un'enciclopedia. Le persone vogliono una fottuta soluzione. Un cambio di stato. Una trasformazione. Un “prima” e un “dopo”.

E tu, invece, li hai lasciati in mezzo.

Quando il tuo prodotto non ha un messaggio forte, non insegna. Confonde. E se confonde, non seduce. Allontana.

È come uscire con qualcuno che parla per ore, salta da un argomento all'altro, e poi ti chiede:

“ Allora, ti è piaciuto stare con me?

E tu, dentro, pensi che un piatto di cozze avariate forse ti avrebbe nauseato di meno.

L'infoprodotto efficace **non ti dice mille cose. Te ne dice UNA, ma te la incide nel cervello**. Ti fa sentire un prima e un dopo. Ti sbatte davanti un problema che non sapevi di

SMETTILA DI VENDERE SPAZZATURA

avere, e poi ti prende per mano verso una soluzione che non avevi mai considerato.

E lo fa senza ansimare, senza implorare. Con quella sicurezza irritante di chi sa cosa dice — e soprattutto, **sa cosa non dire**.

Vuoi un esempio?

Come creare e vendere corsi online è un titolo da sbobba. Generico, scialbo, scolastico, noioso. Ti promette tutto. E quindi non promette nulla. È il tipo di frase che fa sbadigliare anche l'algoritmo.

Adesso guarda questo:

Il micro-corso che batte i mega-lanci: costruisci un prodotto da 60 minuti che vende più di un funnel da 6 mesi.

Questo, invece, è un calcio negli stinchi. E il lettore si sveglia. Non cerca di piacere. Seleziona. Non abbraccia tutti. Parla a chi è pronto a tagliare il superfluo e colpire nel segno. Non fa promesse da fiera. Fa una proposta precisa — e ti costringe a scegliere da che parte stare.

Perché funziona?

Perché ha un'idea netta. Perché **non è per tutti**. Perché non è lì per piacere. È lì per selezionare.

E lo so cosa stai pensando.

“ Ma più contenuto = più valore, no?

No.

Più contenuto = più rumore, se non hai il coraggio di scegliere cosa lasciare fuori.

E ora la parte scomoda. Se il tuo infoprodotto è una chiacchiera, **è colpa tua**. Non del mercato. Non della crisi. Non dell'algoritmo.

È che non hai avuto il coraggio di tagliare. Di scegliere. Di spaventare un po' il lettore con una posizione netta. Hai cercato di piacere a tutti. Volevi fare il *piacimento*. E così sei diventato **quel tipo di creatore che nessuno desidera davvero**.

Quello che "eh sì, bravo... però non mi ha lasciato nulla".

E nessuno paga per "nulla".

La buona notizia è che si può sistemare. Anzi, ti dirò di più: se sei arrivato fin qui, è perché qualcosa in te **non accetta di restare nella mediocrità impaginata**.

E io, zio Carlo, sono qui per questo. Per tirare fuori l'unica cosa che può salvare il tuo infoprodotto dalla palude del "meglio di niente":

- **Una direzione.**
- **Un concetto.**
- **Un'idea che morde.**

E se non hai ancora deciso quale sia il *cuore* pulsante del tuo prodotto, allora fermati. Spegni tutto. Non scrivere un'altra parola finché non ce l'hai. Perché tutto quello che viene dopo... o nasce da *quel cuore*, o è solo riempitivo.