



CARLO D'ANGIÒ

SUSPENSE, *fascino* E NARRAZIONE

LE TRE ARMI PROIBITE PER VENDERE
SENZA ELEMOSINARE ATTENZIONE

SUSPENSE, FASCINO E NARRAZIONE

LE TRE ARMI PROIBITE PER VENDERE SENZA
ELEMOSINARE ATTENZIONE

CARLO D'ANGIÒ

© **CARLO D'ANGIÒ 2025**

Non copiare. Non incollare. Non fare il furbo.

Tutti i contenuti di questo libro sono protetti, inchiodati e marchiati a fuoco. Niente copia-incolla, niente traduzioni creative, niente adattamenti furbetti. Nemmeno una frase, nemmeno una virgola. Vuoi usare qualcosa? Chiedi. Per iscritto. E con rispetto. Perché qui non si ruba. Si crea. E chi crea non perdona i parassiti.

INDICE

Premessa	vii
1. TUTTI SPIEGANO. TU NO. TU INTRIGHI. <i>Spiegare è da disperati. Tu sei qui per creare tensione sessuale col lettore.</i>	1
Il problema è che vuoi essere utile	1
Spiegare è "Ecco tutto"	2
Il trucco è lo stesso: farli restare anche se non capiscono cosa stai facendo	3
Il lettore non vuole essere guidato	4
Tecnica pratica: la frase-esca	5
2. IL LETTORE È UN EX TOSSICO DI NETFLIX <i>Dagli dosi, non manuali.</i>	8
Regola n.1: struttura episodica	9
Regola n.2: salta la spiegazione, entra nell'azione	12
Regola n.3: frase da trailer	14
In pratica	16
3. METTI LA GIACCA BUONA <i>Anche l'eBook ha bisogno di fascino</i>	18
Il lettore non legge, giudica!	18
1. Il titolo deve essere un gancio, non un'etichetta.	19
2. Il sottotitolo è una sfida, non una carezza.	21
3. La copertina? Sexy, non sobria.	23
Il quarto di copertina è lo sguardo da lontano	24
4. IL FASCINO È SOCIALE <i>Fai capire che altri ti vogliono</i>	26
Come si costruisce il fascino sociale?	28

5. NON SPIEGARE PERCHÉ VALE	35
<i>Fai sentire che senza, sei fottuto</i>	
Attenzione a non diventare il prete del marketing	36
Tecnica bastarda deluxe: ribalta la colpa	36
Gioca con le parole	37
6. IL FINALE NON È LA FINE. È L'ESCA	40
<i>Scrivi l'ultima pagina come se il lettore potesse fare solo due cose: comprarti ancora o sparire per sempre.</i>	
Le 4 regole per un finale che morde	41
7. SCRIVI COME SE FOSSI L'UNICO STRONZO CHE HA CAPITO	47
<i>Sicurezza, tono, dominio. Perché il fascino nasce dal frame.</i>	
Il frame è il trucco più sporco del copywriting	47
10 segnali che stai scrivendo da pezzente	48
Scrivi con la certezza di chi è già stato pagato	49
La scrittura magnetica non è democratica	49
Vuoi essere citato?	51
8. BONUS TRACK: COME L'HO VENDUTO IO	52
<i>Case study vero: la newsletter MEF, scritta col coltello tra i denti, vendendo senza mai chiedere.</i>	
Non è per tutti (e lo dico subito)	52
12 numeri. Non una di più.	53
Cosa ho venduto con la newsletter?	53
Perché ha funzionato?	54
E la landing page?	54
La vera lezione di questa Bonus Track?	54
Fine del libro, per chi legge. Inizio della svolta, per chi si muove.	56
Carlo D'Angiò	63

PREMESSA

HAI SCRITTO UN EBOOK.
BRAVO. ORA VEDIAMO SE
RIESCI A VENDERLO.

Hai scritto un eBook. Hai anche trovato il titolo, l'hai impaginato, magari ci hai messo pure la copertina fatta su Canva alle due di notte. Hai premuto "pubblica". Poi hai condiviso il link in una story su Instagram con sotto la gif del razzo.

E ora aspetti le vendite. Ma.. **non arrivano**.

Oppure.

Hai scritto un'email. Ci hai passato sopra un'ora. Forse due. Hai cercato di essere brillante ma non invadente, utile ma simpatico, umano ma professionale — insomma: una roba che nemmeno James Bond riuscirebbe a scrivere con quella pressione addosso.

Hai cliccato "Invia" col cuore che batteva e... Niente. Tasso di apertura 6%, 8%, un disastro.

O ancora. Hai scritto un post su Facebook. Hai riletto cinque volte, aggiustato gli a capo, tolto tre emoji e poi rimesse. Alla fine ti sei detto: "Sì, stavolta spaccherà".

PREMESSA

Pubblica. Silenzio. Il deserto. Le cicale. Solo un like. Di un amico. Che poi ti scrive in privato per chiederti se stai bene.

Ti capisco. Ci sono passato anch'io. Ci sono passati tutti.

Ma la differenza è che alcuni restano lì a grattarsi il mento chiedendosi:

- *Ma forse dovrei abbassare il prezzo?*
- *Magari sto chiedendo troppo.*
- *Magari la gente non è pronta.*
- *Magari il pubblico non capisce.*

Mentre altri aprono gli occhi e capiscono una cosa sola, brutale e liberatoria: **il problema non è il contenuto. È che non sai renderlo desiderabile.**

Non sei sexy. Non sei misterioso. Non fai scattare nessuna tensione. E la gente non compra quello che capisce. Compra quello che **desidera**.

Ti racconto una storia.

C'era un mio cliente – *Marco* – che aveva un servizio fichissimo. Coaching personalizzato per liberarsi dall'ansia prima di parlare in pubblico. Roba utile, concreta, potente. Ma non vendeva. Aveva scritto articoli “perfetti”, con tanto di bullet point, spiegazioni tecniche, titoli SEO friendly, emoji piazzate al posto giusto.

Niente. Niente. Sembrava la dannazione del **copywriter sfigato: tutto in ordine, tutto spiegato, tutto ignorato**. Una landing page così pulita che ci potevi mangiare sopra... ma nessuno si sedeva a tavola.

PREMESSA

Poi ci siamo sentiti. È entrato nel mio **piano tutoraggio**. Gli ho fatto riscrivere tutto. Ho trasformato il suo sito in un *racconto ad alta tensione*, le email in piccoli thriller emotivi, e i suoi post in cliffhanger viventi.

Nel giro di 3 settimane ha chiuso 4 vendite a 900 euro l'una. Senza fare sconti. Senza cambiare offerta. Senza "aumentare il valore percepito" con un PDF bonus da 4 pagine che nessuno leggerà mai.

Solo cambiando **come raccontava le cose**.

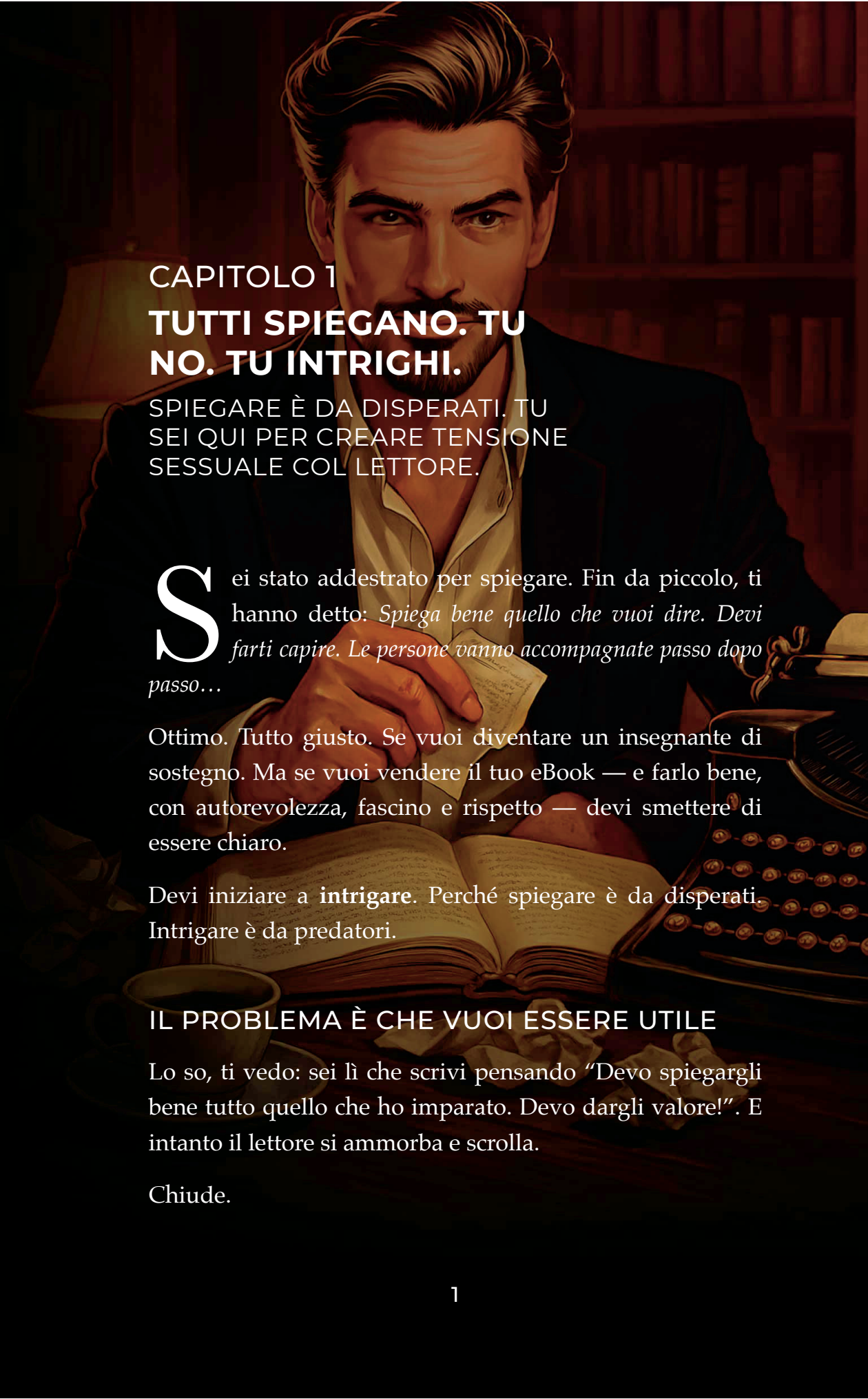
A questo punto, hai due strade:

1. Continuare a **spiegare bene** i tuoi contenuti come un professore che tiene corsi gratuiti per anime perse.
2. Imparare a usare **suspense, fascino e narrazione** per entrare nella testa del lettore e farlo rimanere lì, anche quando spegne il telefono.

Io ho scelto la seconda. E da allora vendo di tutto: eBook, corsi, consulenze, ciondoli di corteccia parlante che ti ricordano le scadenze, senza mai abbassare il prezzo, anzi, spesso aumentandoli.

Ma non è una magia. È un'arte. *Antica. Umana. Scorretta*. Quella del saper raccontare in modo **seduttivo e carismatico**.

Se resti, te la insegno. Se cerchi "10 strategie per vendere di più su Amazon", chiudi pure qui. Non sei il mio lettore.



CAPITOLO 1 TUTTI SPIEGANO. TU NO. TU INTRIGHI.

SPIEGARE È DA DISPERATI. TU SEI QUI PER CREARE TENSIONE SESSUALE COL LETTORE.

Sei stato addestrato per spiegare. Fin da piccolo, ti hanno detto: *Spiega bene quello che vuoi dire. Devi farti capire. Le persone vanno accompagnate passo dopo passo...*

Ottimo. Tutto giusto. Se vuoi diventare un insegnante di sostegno. Ma se vuoi vendere il tuo eBook — e farlo bene, con autorevolezza, fascino e rispetto — devi smettere di essere chiaro.

Devi iniziare a **intrigare**. Perché spiegare è da disperati. Intrigare è da predatori.

IL PROBLEMA È CHE VUOI ESSERE UTILE

Lo so, ti vedo: sei lì che scrivi pensando “Devo spiegargli bene tutto quello che ho imparato. Devo dargli valore!”. E intanto il lettore si ammorba e scrolla.

Chiude.