

LA SCELTA

PRIMA DELLA SCELTA

IL NUOVO CIRCUITO DELLA FIDUCIA ONLINE



CARLO D'ANGIÒ

LA SCELTA PRIMA DELLA SCELTA

IL NUOVO CIRCUITO DELLA FIDUCIA ONLINE

CARLO D'ANGIÒ

© CARLO D'ANGIÒ 2026

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

La sigaretta accesa e il lettore invisibile	vii
1. Google non è morto, ha cambiato mestiere	1
2. La pigrizia del lettore moderno	5
3. La nuova catena della fiducia	8
4. L'archivio non è sprecato	11
5. Il fossato e il ponte	14
6. Le prove sociali nell'ecosistema chiuso	17
7. Scrivere per l'AI (non per Google)	20
8. Strategie pratiche per l'autore del 2026	23
9. Dall'archivio alla macchina della reputazione	26
10. Quando l'AI ti presenta meglio di te stesso	29
Il futuro della fiducia	32
Carlo D'Angiò	35

LA SIGARETTA ACCESA E IL LETTORE INVISIBILE

Ho passato anni a scrivere. Non per gloria, non per fama, nemmeno per SEO. Scrivevo perché era l'unico modo che conoscevo per costruire qualcosa che restasse. Ogni articolo, ogni guida, ogni post infilato dentro WordPress era un mattone.

Centinaia di pezzi accumulati, sepolti nell'archivio come fascicoli di un tribunale che nessuno consulta mai. Ogni volta che premevo "Pubblica" era come gettare una bottiglia in mare.

Google, il guardiano del faro, raramente si voltava a guardarmi. E quando lo faceva, mi spingeva in qualche anfratto oscuro: pagina cinque, pagina sei. Territorio di fantasmi, dove nessun lettore mette piede.

Col tempo impari a convivere con questa frustrazione. Ti dici che serve lo stesso, che stai costruendo un archivio, che un giorno qualcosa tornerà utile. Ma dentro

resta la domanda amara: *“A che serve scrivere se nessuno ti legge?”*.

È la domanda che ogni autore, blogger, consulente, prima o poi si fa. La stessa che spinge molti a mollare, a convincersi che il tempo sia sprecato. Poi, una notte qualsiasi, è arrivata la risposta.

Un uomo che non conoscevo – lo chiamerò *Salvatore* – stava aprendo la posta. Routine: email da archiviare, newsletter da ignorare. Ne riceveva tante, troppe, da marketer che parlavano tutti la stessa lingua stanca.

Quella mattina, però, gli era arrivata un'email che parlava di Alex Hormozi e delle sue 2,9 milioni di copie vendute. Una cifra che brucia sulla pelle come una ferita aperta per chiunque sogni di vivere di scrittura.

Spinto dalla curiosità, Salvatore ha digitato quelle parole su Google. E lì, al primo posto, ha trovato un mio articolo. Lo ha aperto. Ha letto. Ha sentito, come mi avrebbe detto più tardi, *“una voce e non un venditore”*. E ha continuato a leggere.

Non gli è bastato. Un articolo può colpire, due possono incuriosire, ma quando devi decidere di investire tempo e soldi su qualcuno, non ti fermi lì.

Salvatore voleva sapere chi fossi davvero. E qui viene il bello: non si è affidato a Google, che gli avrebbe dato poco o nulla.

LA SIGARETTA ACCESA E IL LETTORE INVISIBILE

Google alex hormozi 2,9 milioni di copie vendute

Tutti Video Immagini Notizie Prodotti Video brevi Libri Altro Strumenti

carlodangio.com
https://www.carlodangio.com › Blog

Alex Hormozi 2,9-milioni-copie - Carlo D'Angio

20 ago 2025 — I numeri sono lì, freddi come un referto: 2.917.443 copie vendute in 24 ore, record mondiale non-fiction; il giorno prima, un live-maratona su ...

AI Overview

Alex Hormozi ha venduto circa 2,9 milioni di copie del suo libro non-fiction in un solo giorno, battendo il record mondiale per il maggior numero di copie vendute in 24 ore, grazie al lancio del suo libro 100M Money Models.

Dettagli sull'impresa:

- **Libro:** 100M Money Models.
- **Record:** Il libro ha battuto il record mondiale per il libro di saggistica (non-fiction) più venduto in 24 ore.
- **Vendite:** Le vendite hanno superato le 2,9 milioni di copie.
- **Guadagno:** Questo lancio ha generato circa 84 milioni di dollari in un solo giorno.

Mostra altro

LinkedIn · Matteo Arnaboldi
Oltre 280 reazioni · 1 settimana fa

Post di Matteo Arnaboldi

2,5 milioni di copie vendute. 70 milioni di dollari. Alex Hormozi ha fatto in 7 ore quello che la maggior parte delle aziende non fa in un anno...

Mancanti: 9 | Deve includere: 9

Ha usato l'AI Gemini. Gli ha chiesto un dossier su di me. E Gemini ha parlato. Ha setacciato tutto quello che avevo scritto e lasciato in rete negli anni: articoli, podcast, webinar, testimonianze. Ha eliminato il rumore degli omonimi – i re medievali che portano il mio nome, il musicista folk del Sud Italia – e ha restituito un profilo chiaro, dettagliato, coerente. Ha confermato la mia identità, la mia storia, il mio stile.

Era come avere un investigatore privato che, al posto tuo, ricostruisce la scena del crimine pezzo per pezzo. Solo che stavolta la scena non era un delitto, ma la mia reputazione.

Ed è stato lì che ho capito. Non scrivevo per Google. Non scrivevo nemmeno per i lettori distratti che

passano, leggono un titolo e scappano. Scrivevo per **il nuovo lettore invisibile**: l'AI. Quel lettore silenzioso che non lascia like, non commenta, non applaude. Ma che, quando un cliente ha bisogno di decidere, prende la parola al posto tuo e dice:

“ Quest'uomo è credibile. Fidati.

La sera stessa, Salvatore è diventato mio cliente. Io, invece, mi sono concesso una sigaretta e un sorriso amaro. Per una volta, tutto quel lavoro sepolto negli archivi di WordPress non era stato cenere. Era diventato un alibi. Un fascicolo completo. Il mio asso nella manica.

Questo episodio risponde a una domanda che tormenta tanti autori e consulenti: *“Che scrivo a fare un blog, se poi nessuno mi legge e Google non mi posiziona?”*.

La risposta è semplice, anche se scomoda: non scrivi per Google, scrivi per l'AI. Perché sì, con Google è difficile posizionarsi. Le regole SEO sono un dedalo di formule, aggiornamenti, algoritmi lunatici. Verrebbe voglia di mollare e dedicarsi a qualcosa di meno impegnativo.

Ma l'AI non ragiona come Google. L'AI non si preoccupa di ranking, ma di coerenza. Non si ferma al titolo accattivante, cerca il filo che lega anni di lavoro.

Ed ecco la verità che ho imparato quella notte: tutti quei contenuti non erano materiale sprecato nella

cronologia di WordPress. Erano la mia difesa, la mia testimonianza, la mia arma segreta.

NOTA AL LETTORE

In questo libro troverai, all'inizio di alcuni capitoli, estratti autentici dal report che Gemini ha costruito su di me.

Li ho voluti inserire non per vanità, ma per mostrarti come oggi un'AI ricompone la reputazione di un autore a partire dai suoi contenuti. Saranno la cornice di ogni ragionamento, la prova che non parliamo di teorie, ma di fatti già in atto.