

IL DECALOGO DEL BLOGGER NEGGING

DIECI REGOLE PER TRASFORMARE IL TUO
BLOG IN UN CLUB PRIVATO. E LASCIARE
FUORI CHI NON È ALL'ALTEZZA.

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

Premessa	v
1. "CHIUNQUE" NON COMPRA	1
Vuoi status?	3
2. DIVIDI ET IMPERA	4
Mini-esercizio pratico	5
3. CHI CLICCA È GIÀ TUO	6
Il titolo perfetto non ti chiede di entrare	6
4. IL MISTERO CONVERTE PIÙ DEL MANUALE	9
Tecniche pratiche per scrivere senza dire tutto	10
Ricorda	11
5. SCRIVI COME COLUI CHE È GIÀ STATO SCELTO	12
Tattiche pratiche	13
6. IL PUGNO E LO SPECCHIO	15
Perché funziona?	15
Lo specchio deformante	15
Dove piazzare questi "colpi bassi eleganti"?	16
Formule killer da usare nei tuoi articoli	16
7. CLICCA PURE, SE TE LA SENTI	17
Ecco alcune CTA negging pronte da usare	18
8. BASTA SPIEGARE. COMANDA	19
Come calibrare il tono	20
9. L'ARTICOLO NON È UNA GUIDA. È UN PALCO.	21
Come strutturare un post negging da palcoscenico	22

10. NON CHIUDERE IL CERCHIO. LASCIA APERTA LA PORTA.	23
Esempi di finali che funzionano	24
Carlo D'Angiò	25

PREMESSA

Non devi piacere. Devi filtrare.

Se sei qui, spero almeno che tu abbia già letto *Il Metodo Negging nel Business**. Se non lo hai fatto... hai saltato il riscaldamento e ti stai lanciando nella maratona in infradito. Perché quello era il quadro completo: strategia, psicologia, dinamiche di potere.

Questo invece è un **focus chirurgico su come scrivere articoli da blog** che ti portano clienti — **ma solo quelli giusti.**

Non aspettarti l'ennesimo manuale su come “fornire valore” o “creare contenuti educativi”. Il web ne è pieno. E pieno di contenuti educativi, guarda caso, **che non vendono una cippa di niente.**

No, qui parliamo di un altro gioco. Qui **non si scrive per istruire. Si scrive per selezionare.**

* <https://www.carlodangio.com/il-metodo-negging/>

PREMESSA

Questa guida è il **decalogo definitivo per il blogger negging**, cioè colui che non vuole piacere a tutti ma vuole farsi inseguire dai *pochi giusti*.

È il blogger che **scrive per filtrare**, non per convincere. Che **scrive per posizionarsi**, non per spiegare. Che non teme di risultare arrogante, purché **risulti autorevole**.

Ti darò 10 regole pratiche, dirette, applicabili da subito, per trasformare il tuo blog in un **club privato**. E lasciare fuori chi non è all'altezza.

Se questo ti sembra brutale... non devi farlo per forza. Forse non sei ancora pronto. Ma se invece stai già annuendo con un mezzo sorriso, allora sì — questo piccolo libro ti scaverà dentro.

E poi, se vorrai, scaverà anche nel tuo blog.

Vediamo.

CAPITOLO 1

“CHIUNQUE” NON COMPRA

NON CERCARE DI PIACERE. CERCA DI
FILTRARE.

Il tuo blog non è un buffet. Non è un centro informazioni. Non è un'accademia gratuita per chi ha il Wi-Fi aperto e troppo tempo libero.

Il tuo blog è un posto per pochi.

È una porta con sopra scritto:

“ *Entra, se sei pronto. Altrimenti resta fuori.* ”

Il problema di molti blogger — anche quelli bravi — è che scrivono come se dovessero *convincere* qualcuno del proprio valore.

Risultato?

Fanno articoli “esaustivi”, pieni di “spiegazioni”, con finali gentili tipo:

👉 “Fammi sapere cosa ne pensi nei commenti!”

👉 “Spero ti sia stato utile!”

👉 *"Ti è piaciuto? Condividilo!"*

No.

Non sei un educatore del sabato pomeriggio.

Sei qui per costruire *status* e vendere a clienti veri. Con il tuo blog. Dunque, il tuo blog deve essere un filtro. Non un invito a nozze.

Scrivi ogni articolo con questa domanda in testa:

"Chi voglio tenere fuori?"

Perché quando scrivi per tutti, attiri chiunque. E chiunque, nel 99% dei casi, **non compra**.

Chiede, commenta, scarica e scompare.

Invece, quando scrivi per **filtrare**, succede qualcosa di strano. Qualcosa di potente. **Attiri quelli che vogliono far parte del tuo mondo. E respingi gli altri.**

Non è magia. È selezione naturale. E nel business, funziona meglio di qualsiasi SEO.

Esempio pratico:

✗ Titolo piacionico:

“ Come migliorare la tua comunicazione online in 5 step

✓ Titolo negging:

“ Se la tua comunicazione online non funziona, forse sei tu il problema.

IL DECALOGO DEL BLOGGER NEGGING

Il primo attira click.

Il secondo attira clienti pronti a mettersi in discussione.

Chi clicca il secondo è già mezzo tuo.

VUOI STATUS?

Allora **scrivi come chi non ha bisogno di essere amato.**

Scrivi come chi ha già abbastanza clienti — e non accetta più nessuno senza passare dal blog.