

SCRIVERE EBOOK ^A RAFFICA CON YOUTUBE E CHATGPT



La scorciatoia che gli
aspiranti infomarketer
stanno cercando da anni.



CARLO D'ANGIÒ

SCRIVERE EBOOK A RAFFICA CON YOUTUBE E CHATGPT

LA SCORCIATOIA CHE GLI ASPIRANTI
INFOMARKETER STANNO CERCANDO DA ANNI,
FINALMENTE SVELATA.

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. LA MENTALITÀ GIUSTA: PENSARE IN “CATENA DI MONTAGGIO”	1
2. LA RICERCA DEI VIDEO GIUSTI	8
La pertinenza	9
La freschezza	10
I numeri reali	10
La struttura	11
Credibilità dell'autore	11
3. DALLA FONTE AL TESTO	16
4. LA MAGIA DI CHATGPT	24
Il mio schema operativo	29
5. DALLA BOZZA ALLA GUIDA FINITA	31
Riordinare: dare un filo logico al discorso	32
Arricchire: aggiungere valore tuo	33
Rifinire: dare la forma finale	34
L'errore del perfezionismo	35
La soddisfazione del prodotto finito	36
Una riflessione finale	37
La scorciatoia che diventa destino	38
Carlo D'Angiò	49

CAPITOLO 1

LA MENTALITÀ GIUSTA: PENSARE IN “CATENA DI MONTAGGIO”

Nelle mie continue sessioni di consulenza e di tutoraggio¹ con aspiranti blogger e infomarketer, mi accorgo spesso che tanti di loro si trascinano dietro un’idea un po’ romantica della scrittura. È l’immagine

1. Sono diciotto anni che aiuto le persone a capire come guadagnare con gli infoprodotti. In questo tempo sono passati da me migliaia di allievi e clienti di ogni provenienza: dall’impiegato dell’INPS che cercava un’entrata extra online al professore universitario desideroso di imparare a usare WordPress in autonomia, dall’imprenditore astuto e spietato che voleva ottimizzare tempo e margini al medico chirurgo stanco di notti infinite in sala operatoria. Ho lavorato con maestre di scuola elementare che sognavano libri illustrati e con campioni sportivi decisi a insegnare i propri metodi di allenamento. E poi ancora artisti, musicisti, sciamani, coach, psicologi, disoccupati, giornalisti, investitori... E l’elenco potrebbe continuare. Questa varietà di incontri è il motivo per cui oggi parlo con cognizione di causa: perché ho visto i sogni, le difficoltà e i successi di centinaia di percorsi diversi, tutti uniti dallo stesso desiderio — trasformare le proprie competenze in valore reale.

dello scrittore chino alla scrivania, circondato da libri, che aspetta l'ispirazione per comporre pagine destinate a cambiare il mondo. Una visione affascinante, certo, ma che ha poco a che fare con la realtà del nostro mestiere. Perché tu non sei un romanziere del Novecento, non sei un poeta maledetto in cerca del colpo di genio: sei un produttore di valore. E un produttore, per definizione, non può permettersi di lavorare quando capita, seguendo solo l'umore del momento. Un produttore deve avere un metodo, una catena di montaggio, un processo che garantisca continuità.

È qui che inizia il vero cambio di mentalità: smettere di pensare alla scrittura come a un atto eccezionale e iniziare a concepirla come un **flusso costante di produzione**. Non è una *diminutio*, non significa abbassare la qualità. Significa cambiare prospettiva: dal culto dell'ispirazione al culto dell'efficacia.

La verità è che l'ispirazione è una compagna infedele: si presenta quando vuole, spesso quando meno te lo aspetti, e non resta mai abbastanza a lungo. Se aspetti lei, finirai col rimandare, col giustificarti, con trovare mille scuse per non scrivere. Se invece **imposti la tua attività come un lavoro di catena di montaggio**, allora non scrivi perché sei ispirato: ti ispiri perché scrivi. Il gesto di produrre diventa esso stesso la fonte di nuove idee.

Ho visto tanti aspiranti infomarketer perdersi proprio qui. Hanno buone intuizioni, magari anche competenze reali, ma restano impantanati perché vogliono che il loro primo eBook sia “perfetto”. E così passano settimane, mesi, a ritoccare titoli, a riscrivere paragrafi, a cambiare font e copertine, senza mai arrivare a pubblicare. È la maledizione del perfezionismo: una trappola che blocca la macchina prima ancora che si metta in moto.

Ti dico una cosa che forse ti spiazzerà: il tuo obiettivo non è un capolavoro letterario. Non lo è mai stato, e non deve esserlo. L'obiettivo è creare contenuti **utili, chiari, vendibili**. Punto. Un lettore che scarica la tua guida non ti chiede di scrivere come Proust, né di inventare un nuovo stile letterario. Ti chiede una cosa molto più semplice e concreta: di risolvergli un problema, di guidarlo in un passaggio, di fargli risparmiare tempo. Se lo fai, se riesci a portarlo da A a B senza fargli perdere energie, hai vinto.

Umberto Eco, che pure era un intellettuale raffinatissimo, quando scriveva divulgazione sapeva semplificare senza banalizzare. È esattamente ciò che serve a te: portare il lettore dentro un ragionamento, ma senza fargli sentire il peso della fatica. Dare chiarezza, dare ordine, offrire un percorso. Questo è il tuo mestiere. E per farlo non serve aspettare l'illuminazione: serve costruire un metodo replicabile.

Pensa davvero alla metafora della catena di montaggio. Un tempo, quando Henry Ford rivoluzionò l'industria automobilistica, il suo obiettivo non era creare la macchina più bella, più rifinita, più perfetta: era renderla accessibile, moltiplicarne la produzione, diffonderla tra milioni di persone. Questo è il tuo compito con gli eBook: non un gioiello raro per pochi intenditori, ma strumenti pratici e fruibili per un pubblico ampio. Non stai cesellando un diamante: stai costruendo utensili che servono ogni giorno.

Certo, potresti obiettare che la qualità conta. E hai ragione. Ma la qualità non nasce dal tormentarsi su ogni frase, bensì dalla chiarezza della struttura e dall'utilità dei contenuti. E quella, con il metodo giusto, la puoi garantire sempre. Bertrand Russell, parlando della filosofia, diceva che il segreto non era avere idee complicate, ma esporre con semplicità ciò che sembrava complesso. Vale lo stesso per i tuoi eBook: il lettore deve arrivare alla fine pensando "era tutto chiaro, mi è servito davvero". Questo è valore.

E poi c'è un'altra verità che spesso si dimentica: la velocità è la tua alleata. In questo business, più titoli significa più opportunità di vendita. Non si tratta di inflazionare il mercato, ma di presidiare più angoli, più problemi, più nicchie. Ogni guida è come una piccola rete che lanci in mare: più ne lanci, più possibilità hai di pescare. Se resti

fermo mesi su un solo titolo, stai giocando d'azzardo con il tuo tempo e con le tue entrate. Se invece impari a scrivere in serie, a costruire una catena produttiva, il tuo catalogo cresce e con lui cresce la tua autorevolezza.

Ti porto un dato concreto: quando ho iniziato ad applicare questa mentalità, i risultati sono arrivati subito. Non perché improvvisamente scrivessi meglio, ma perché scrivevo di più e pubblicavo di più. E la quantità, quando è guidata da metodo, diventa **qualità di business**. È così che ho costruito in meno di un anno una libreria di decine di titoli, capace di generare entrate costanti. Non è stato un miracolo, è stata una conseguenza logica di un approccio industriale alla scrittura.

È un po' quello che, a suo modo, fece Wilbur Smith. La sua non era l'officina dell'artista solitario, ma una macchina narrativa ben oliata: ricerca storica, appunti di viaggio, schemi di trama, revisione a più mani. Col tempo, affiancò al suo nome una squadra di collaboratori che lavorava dietro le quinte, anche se in copertina compariva soltanto lui. Non era un trucco per nascondere la mancanza d'ispirazione: era il riconoscimento che l'ispirazione, per diventare patrimonio del lettore, ha bisogno di un sistema.

Noi oggi abbiamo qualcosa di simile, e forse persino più potente: ChatGPT. Non un redattore in carne e ossa, ma uno strumento capace di assumere mille ruoli — ricerca-

tore, editor, coautore invisibile — e di reggere i ritmi che una persona sola non potrebbe mai sostenere. La logica, però, resta identica: togliere attrito, standardizzare ciò che si può standardizzare, lasciare alla creatività il compito nobile di scegliere l'angolo e la voce, non quello ingrato di reinventare ogni vite del meccanismo. Così il talento non si consuma nel caos: si concentra dove serve, e il risultato — più libri, più valore, più entrate — diventa una conseguenza, non un colpo di fortuna.

E qui arriviamo a un punto filosofico che mi sta a cuore: molti temono che trattare la scrittura come una catena di montaggio significhi svilirla. Io credo il contrario. È un atto di rispetto verso il lettore. Perché il lettore non ha bisogno di un tuo colpo di genio raro e isolato; ha bisogno di costanza, di affidabilità, di un flusso regolare di contenuti che gli semplifichino la vita. E se tu riesci a garantire questo, allora sei molto più utile di chi produce un libro ogni dieci anni.

Naturalmente, non sto dicendo che la creatività non abbia valore. Anzi, all'interno della catena di montaggio ci sarà sempre spazio per la scintilla creativa, per l'idea che rende un capitolo memorabile. Ma la scintilla va incanalata in un sistema, altrimenti resta fuoco d'artificio: bello per un attimo, inutile nel lungo periodo.

Nassim Taleb direbbe che ciò che conta è rendere il tuo sistema **antifragile**: capace di produrre valore anche

quando tu non sei al massimo, anche quando l'ispirazione non arriva. E la catena di montaggio è proprio questo: una struttura che ti sostiene anche nei giorni mediocri, che ti permette di consegnare valore anche quando non sei al cento per cento.

Quindi, lasciami dirlo chiaramente: se vuoi avere successo in questo mestiere, devi smettere di pensarti come un artista solitario e iniziare a pensarti come un imprenditore della scrittura. Non "scrittore" in senso classico, ma "produttore" di contenuti. Non colui che aspetta l'ispirazione, ma **colui che sa generare valore a comando**, seguendo un processo preciso. Questa è la mentalità giusta.

E non credere che significhi rinunciare alla soddisfazione personale. Al contrario: nulla dà più soddisfazione che vedere un tuo lavoro diffondersi, generare vendite, portare entrate costanti. Perché in quel momento capisci che la tua scrittura non è rimasta chiusa in un file del tuo computer: ha raggiunto persone, le ha aiutate, ha creato impatto. E questo, alla fine, è il vero senso di tutto.