



CARLO D'ANGIÒ

6 MILIONI DI COPIE *Vendute*
SENZA AMAZON

IL MODELLO BOYACK PER COSTRUIRE
UN ECOSISTEMA EDITORIALE LIBERO,
PROFITTEVOLE E PADRONE DEL
PROPRIO PUBBLICO.

6 Milioni di Copie Senza Amazon

Il modello Boyack per costruire un ecosistema editoriale libero, profittevole e padrone del proprio pubblico.

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

Come vendere eBook con la calma di un tiratore scelto	1
1. COME SI COSTRUISCE UN IMPERO DA 6 MILIONI DI COPIE	9
Il "No" degli esperti e la nascita dei Gemelli	10
Il weekend in cui la CNN gli fece un regalo	11
L'impero fuori dal radar	12
2. L'UOMO CHE NON VOLEVA VENDERE NULLA (E FINÌ PER VENDERE TUTTO)	14
Il paradosso del primo mattone	17
La morale della favola (senza la favola)	19
3. ELOGIO DEL RIFIUTO: COME FARSI DIRE DI NO E DIVENTARE MILIONARI	21
La dittatura dello scaffale mentale	23
Il prezzo occulto del "Sì"	25
Quando l'autorità smette di essere necessaria	26
La lezione del "No" liberatorio	28
4. PERCHÉ AMAZON È IL POSTO PEGGIORE DOVE COSTRUIRE IL TUO FUTURO	30
Il miraggio della Foresta Amazzonica	31
Sulla differenza tra traffico e capitale	32
La nobile arte di vendere meno (per vendere meglio)	33
Il controllo come forma di cortesia	34
Il paradosso del costruttore	35

Non vendere libri, costruisci un mondo	36
La libertà del padrone di casa	36
5. L'ARTE DI FARSI DEI NEMICI (E VENDERE SEI MILIONI DI LIBRI)	38
Il mito della Svizzera digitale	39
L'odio come indicatore di performance	41
Il filtro magico: meno pubblico, più densità	42
Il lusso di non dover fingere	43
Chi resta, vale oro	44
6. IL CODICE DELLO SCANDALO (O COME FARSI PAGARE IL MARKETING DALLA CNN)	46
La trappola del "Ma io non volevo!"	47
Il colpo di karate mediatico	48
La polemica come carburante (ma solo se hai la macchina)	49
Sulla visibilità senza sistema	50
La differenza tra essere guardati ed essere efficaci	50
L'eleganza del sistema (e perché non serve urlare)	51
La polarizzazione come acceleratore di particelle	52
La lezione per il self-publisher che non vuole farsi male	52
7. L'ECOSISTEMA DELLE MERAVIGLIE (OVVERO: PERCHÉ UN LIBRO DA SOLO È SOLO UN FERMACARTE)	54
Il libro come nodo (e non come capolinea)	55
Servire lo stesso cliente (senza sembrare uno stalker)	56

La magia dell'AOV (senza formule chimiche)	56
L'OTO ovvero: "Visto che sei qui..."	57
Il catalogo come organismo vivente	57
L'errore dei clonatori seriali	58
La dura legge del self-publishing moderno	59
La morale della favola	60
8. L'ORO NERO DEI BIT: LA LISTA CHE NON DORME MAI	61
La sindrome del carrello vuoto	62
Il paradosso del possesso	63
Perché un magazzino pieno non serve a nulla senza clienti	64
Digressione sulla sovranità digitale	65
La lezione del padrone di casa	65
9. COME COSTRUIRE UNA MACCHINA DA GUERRA EDITORIALE	67
Il grande equivoco del traffico a pagamento	68
Sulla maledizione dell'hobbista	68
Il sistema come paracadute	69
I margini come strumento di guerra (e di pace)	70
La regola d'oro del profitto	70
10. COME TRASFORMARE UN LIBRO IN UN UNIVERSO MULTIMEDIALE	72
La chiarezza come biglietto da visita (e come arma impropria)	74
L'universo espanso della coerenza	74
Essere inequivocabili (o morire nell'anonimato)	75

La vendetta del troglodita e la fine del permesso	77
Carlo D'Angiò	83

Come vendere eBook con la calma di un tiratore scelto

C'è qualcosa di profondamente terapeutico nell'osservare un uomo di sessant'anni che, senza l'ombra di un tremito nella voce, si autodefinisce un "troglodita del web". Mauro non lo dice con quella falsa modestia tipica di chi spera di ricevere un complimento di rimando; lo dice con la stessa precisione con cui verificherebbe la pressione di uno pneumatico o la pulizia della canna di un fucile. Per Mauro, il web non è un "ecosistema vibrante" o una "prateria di opportunità"; è una specie di ufficio postale gestito da alieni dove i moduli cambiano lingua ogni tre giorni e dove la gente sembra ossessionata dall'idea di scambiarsi foto di ciò che ha mangiato a colazione.

Mauro viene da un mondo diverso. Un mondo fatto di tiro dinamico, dove se sbagli la traiettoria di un proiettile di due millimetri, il risultato non è un "feedback costruttivo" o un calo dell'engagement, ma un buco nel posto sbagliato. Trent'anni di esperienza reale, costruita sul campo, fatta di polvere, sudore e una disciplina che oggi, nell'era dell'attenzione volatile, viene considerata una forma di esotismo quasi archeologico. Per decenni, questo patrimonio di conoscenza è rimasto confinato nella sua testa e in alcuni appunti sparsi, preziosi come manoscritti medievali ma altrettanto invisibili al resto del mondo.

Nel 2025, Mauro ha deciso che era giunto il momento di smettere di essere un lettore silenzioso e di trasformarsi in un autore. Non lo ha fatto perché folgorato sulla via di qualche webinar gratuito che prometteva rendite passive mentre dormi su un'amaca alle Maldive (Mauro sa perfettamente che se dormi su un'amaca, l'unica cosa che accumuli è il mal di schiena). Lo ha fatto per una necessità quasi architettonica: voleva mettere ordine. Voleva un suo spazio. Un sito, un blog, una libreria. Uno spazio dignitoso, professionale, dove la sua esperienza potesse finalmente smettere di evaporare nell'etere per iniziare a sedimentare in qualcosa di solido.

Così mi ha scritto. E durante la nostra prima chiamata, ha pronunciato le uniche dieci parole che ogni

consulente sano di mente vorrebbe scolpire nel marmo: "Guidami. E io farò tutto quello che mi dirai di fare". È stata la dichiarazione d'indipendenza dal caos. In quel momento, Mauro ha accettato l'incertezza di un territorio ignoto, ma ha deciso di attraversarlo con la bussola di chi non cerca scorciatoie.

La costruzione delle fondamenta (ovvero: come annoiarsi verso il successo)

Abbiamo iniziato con le basi. Quella parte del lavoro che i guru del marketing tendono a nascondere sotto il tappeto perché non è "sexy" e non permette di scattarsi selfie motivazionali. Parlo dell'acquisto del dominio e dello spazio web. È un'attività che ha lo stesso fascino della compilazione di un modulo per la tassa sui rifiuti, ma è il prezzo da pagare per non essere un inquilino abusivo sulle piattaforme altrui. Molti saltano questo passaggio perché vogliono "andare subito al sodo", che di solito significa postare video imbarazzanti sperando in un miracolo. Mauro, invece, ha accettato la noia con la stoica pazienza di chi sa che un edificio sta in piedi grazie a ciò che sta sotto terra, non grazie al colore delle tende.

Siamo passati all'identità: logo, colori, font. Non per vezzo estetico, ma per evitare quell'effetto "amatoriale"

che affligge gran parte del self-publishing. Volevamo che il suo sito non sembrasse un grido d'aiuto nel buio, ma un ufficio ben illuminato dove si entra per imparare qualcosa di serio. Poi è arrivato il blog. Ed è qui che la natura di Mauro è emersa in tutta la sua potenza.

Scrivere, per Mauro, è un atto di precisione. I suoi articoli non contengono quella fuffa motivazionale che oggi infesta la rete; contengono storie vere, situazioni concrete, errori pagati a caro prezzo. Finalmente aveva un contenitore dove mettere ordine. E lo faceva con una costanza ammirevole, scrivendo pezzi che avevano il peso specifico del piombo, mentre intorno a lui il resto del web produceva milioni di parole leggere come schiuma da barba.

Una nota sul "teatro del valore": in un mondo dove la gente passa più tempo a ottimizzare la propria immagine di profilo che a studiare la materia di cui parla, Mauro era un'anomalia. Era uno che aveva effettivamente qualcosa da dire, ma che provava un'istintiva repulsione per l'atto di gridarlo. Se fosse stato per lui, il suo sito sarebbe rimasto un segreto militare perfettamente organizzato.

Ogni settimana, durante le nostre sessioni, dovevo recitare la parte del banditore medievale. "Mauro," gli dicevo, "questo articolo è eccellente. Ora, per quanto possa sembrarti un atto di esibizionismo intollerabile,

devi farlo sapere a qualcuno". E così, una volta a settimana — e sottolineo una sola — condivideva il suo lavoro sui social. Senza squilli di tromba, senza implorare like, con la stessa indifferenza di chi affigge un avviso di pubblica utilità.

Il Grande Bazar di Seattle e la scelta dell'indipendenza

Quando è arrivato il momento di vendere le sue prime guide, abbiamo dovuto affrontare il mostro finale: Amazon. Quel luogo meraviglioso dove il tuo libro, frutto di trent'anni di sudore, viene esposto tra un set di cacciaviti cinesi e un pacco scorta di carta igienica, il tutto regolato da algoritmi che hanno la stabilità emotiva di un adolescente in crisi. Mauro sapeva bene come la pensavo: vendere su Amazon è come affittare un banchetto in un mercato dove il proprietario del mercato può decidere, in ogni momento, di spostarti dietro un pilone o di incassare metà del tuo guadagno perché ha deciso che "la logistica costa".

Abbiamo costruito una libreria indipendente. Uno shop digitale sobrio, senza fronzoli, integrato direttamente nel suo sito. Abbiamo iniziato con tre guide in PDF ed ePub. Niente DRM complicati, niente lucchetti digitali che puniscono solo chi compra legalmente; solo

fiducia e qualità. Abbiamo *personalizzato* il sistema per renderlo fluido, pulito, quasi invisibile.

E poi abbiamo aperto le porte. Sempre con la solita flemma. Sempre con quel post settimanale che sembrava un telegramma. La reazione del pubblico è stata la conferma che il mondo non è popolato solo da gente che cerca video di gattini, ma anche da persone che riconoscono la competenza quando la leggono. Gli acquisti sono iniziati. Mauro mi ha guardato attraverso lo schermo, ha sorriso con quel tipo di incredulità di chi ha appena visto un trucco di magia riuscito a metà, e ha esclamato: "Quindi... funziona davvero?". Sì, Mauro. Funziona. Funziona perché, a differenza di chi cerca di vendere sogni preconfezionati, tu stavi vendendo verità verificate.

L'automazione e il tramonto dei guru

All'inizio del 2026, abbiamo deciso di fare il passo successivo. Siamo entrati nel regno dei "funnel", un termine che nel marketing moderno evoca immagini di imbuto d'oro che risucchiano denaro dai portafogli dei poveri malcapitati. In realtà, per noi, si trattava solo di buona educazione digitale. Abbiamo creato una sequenza di 13 email. Niente messaggi che urlano "ULTIMA OCCASIONE!" o cronometri che scorrono verso lo zero per generare un'ansia artificiale (una

tattica che Mauro avrebbe giustamente considerato un'offesa all'intelligenza umana).

Erano email che continuavano a dare valore, a spiegare, a raccontare. E qui è successo il vero salto di qualità: le vendite si sono slegate dalla presenza fisica di Mauro sui social. La "macchina" ha iniziato a girare. Le guide hanno iniziato a essere acquistate ogni giorno. Due, tre, a volte dieci copie a settimana. In modo costante.

Abbiamo anche introdotto quello che tecnicamente si chiama *Cross-Sell Recommendation Module*, un termine pomposo per descrivere una cosa semplicissima: se qualcuno sta comprando la tua guida base, probabilmente gli interesserebbe anche quella avanzata. È lo stesso principio per cui al supermercato mettono le patatine vicino alla birra, solo fatto con un po' più di classe e molta meno plastica.

Oggi Mauro guadagna dal suo sito più di quanto investa nel mio affiancamento. È un'impresa in attivo, un avamposto di competenza che sta preparando il terreno per consulenze ad alto valore. È passato dall'essere un "troglodita del web" a essere il proprietario di una piattaforma editoriale che funziona meglio di quella di molti presunti esperti con dieci volte i suoi follower.

Una questione di traiettoria

Tutto questo non è successo per magia. È successo perché Mauro ha trattato il web come il tiro dinamico: ha accettato un metodo, ha calibrato il mirino, ha controllato il respiro e ha premuto il grilletto solo quando era pronto. Non serve essere "nativi digitali" per avere successo online; a volte, essere un "immigrato digitale" con un solido bagaglio di vita reale è un vantaggio competitivo enorme. In un mondo di persone che gridano per farsi notare, chi parla piano e dice cose sensate finisce per diventare la voce più forte nella stanza.

Questa storia serve a ricordarci che prima di inseguire i grandi numeri, le masse critiche o le strategie rivoluzionarie, bisogna essere coerenti. Bisogna essere pratici. Bisogna essere come Mauro. E ora che abbiamo stabilito che anche un "troglodita" può battere l'algoritmo restando se stesso, possiamo passare a parlare di Connor Boyack e di come si trasformano queste basi in un impero da milioni di copie. Ma ricordate: senza la disciplina di Mauro, anche l'impero di Boyack sarebbe solo un castello di carte.

Capitolo 1

Come si costruisce un impero da 6 milioni di copie

Cosa è successo
(prima di capire come)

Tutto ha inizio, come spesso accadono le cose rivoluzionarie, con un papà seduto sul divano che si pone una domanda apparentemente innocua: *"Come diavolo spiego ai miei figli perché non dovremmo stampare denaro all'infinito come se fossimo al Monopoli?"*.

Quel papà è Connor Boyack, un ragazzo della California classe 1981, laureato nello Utah e con una passione viscerale per la libertà individuale. Connor non è un autore di bestseller per ragazzi; è il presidente di un think-tank che si occupa di riforme legislative. Ma è anche un genitore che educa i suoi figli a casa e che, un bel giorno, si accorge che negli scaffali delle librerie manca qualcosa.