

Script VSL - Coaching

Puoi utilizzare questo mio script (attualmente in uso per promuovere il mio servizio di coaching) come modello per creare il tuo.

È importantissimo evitare di copiarlo: devi usarlo solo come ispirazione.

Non ho paura di essere copiato, altrimenti non l'avrei mai condiviso. Il punto è che copiarlo non funzionerebbe, nemmeno se tu volessi utilizzarlo per promuovere un prodotto simile al mio.

Il motivo è semplice: si basa sulla modifica di alcune credenze che ho ritenuto importanti per vendere la MIA offerta. Funziona perché sostenuto da PROVE che fanno parte del MIO brand e della MIA storia, e quindi non replicabili.

Ma questo non è un problema, perché tu hai le TUE prese di posizione, le TUE storie mitiche, lo studio del TUO mercato (e delle credenze) e hai già definito la TUA argomentazione di vendita e la TUA orchestrazione basata sulla tua nuova intuizione sostenuta dal TUO meccanismo unico.

Hai tutto quello che ti serve. Lo script ti può aiutare a ordinare correttamente le idee (specialmente nella fase iniziale e quella finale).

Nota che essendo un semplice modello, puoi sfruttarlo indipendentemente dal tuo mercato e della tua offerta.

IMPORTANTE: Questo script non deve vendere la tua offerta, ma solo vendere la chiamata strategica (gratuita). Per questo motivo non dovrai usare il tuo intero arsenale ("argomentazione di vendita inattaccabile") ma solo le parti utili a sostenere l'orchestrazione.

INDICE:

FASE 1 - ATTENZIONE:

Nella prima fase catturo l'attenzione della cerchia tramite la promessa di trasformazione.

FASE 2 - INTERESSE:

Dimostro di conoscere la mia cerchia mostrando i sintomi di quello che stanno facendo attualmente, e mi presento con alcune prese di posizione e una prima storia mitica. Ne sono presenti molte altre, specialmente come PROVE durante il processo di installazione delle credenze.

Questa fase (installazione credenze) inizia subito dopo e rappresenta il corpo della Video Sales Letter.

FASE 3 - DESIDERIO

Parlo di quello che posso fare per le persone. In questa fase potresti enfatizzare maggiormente il risultato parlando di come si troverebbe il tuo prospect dopo aver compiuto la trasformazione.

Tipicamente si tenta di far percepire il risultato con frasi simili a "immagina come sarebbe se...".

FASE 4 - AZIONE

Devi spiegare CHIARAMENTE quello che deve fare un prospect per procedere.

SCRIPT:

[Come TRASFORMAZIONE tramite MEZZO senza PROBLEMA]

In questo video vorrei parlarti di come creare una struttura di contenuti ottimizzati che rendano l'acquisto della tua offerta l'unica logica scelta possibile.

Un prospect che verrà a contatto con i tuoi video, i tuoi articoli, e i tuoi contenuti in generale vorrà acquistare la tua offerta, che si tratti di un prodotto o di un servizio. E quindi non avrai bisogno di forzare la vendita con lanci, bonus, scadenze e frasi fatte: la vendita diventerà la conseguenza naturale della tua struttura di contenuti.

E paradossalmente, ti mostrerò come dare vita a questa struttura senza diventare schiavi del copywriting, dei funnel e del traffico a pagamento.

-

E quando dico questa cosa, la maggior parte delle persone mi prende per un eretico che va contro il pensiero comune, e che quindi sbaglia.

[Sintomi]

Sono tutti convinti che la soluzione ai problemi di vendita online stia nei funnel, nelle sequenze di email preconfezionate, nelle inserzioni su Facebook e nei modelli di copywriting. La maggior parte delle persone, anche quelle che magari hanno già ottenuto qualche risultato, non si rendono conto che hanno un problema di dipendenza da strutture pre-preconfezionate.

La maggior parte delle persone sostengono quello che fanno tutti, e attaccano i diversi, classificandoli come incompetenti.

E per questo sono costretto a precisare alcune cose a chi ancora non mi conosce:

-

[Presa di posizione / Storie mitiche]

Prima di tutto, devi sapere che io sono anche un copywriter. Lo dico perché tra i marketer in questo periodo c'è la moda di negare di aver studiato il copy. Quello che mi chiedo è: chi non ha studiato il copy, come fa a dire che il copy non serve a nulla?

-

io tra libri e corsi mi sono fatto il pacchetto completo, e dopo 4 anni di applicazione posso garantire che il copy è un potentissimo moltiplicatore di risultati, ma viene molto dopo rispetto a quello che ti svelerò in questo video.

-

[Distruzione credenza - installazione nuova credenza]

Ma parliamo anche un attimo del motivo per cui non bisogna diventare schiavi dei funnel.

Mi sento autorizzato nel dirti di scappare da chi ti promette di cambiarti la vita perché è un esperto di funnel.

E cosa mi autorizza a dirtelo?

Il fatto che anche io sono un esperto di funnel, ma non li vendo come la soluzione suprema. Essere solo esperti di funnel significa saper creare dei funnel, e non saper vendere un'offerta e generare profitto.

Lasciamo spiegare.

In questi ultimi 4 anni (tra il mio business e quelli dei miei clienti) ho studiato, testato e provato praticamente tutti i modelli di funnel.

Sono allievo di Jay Abraham, Frank Kern, Ryan Deiss, Ryan Levesque, Perry Belcher, Russel Brunson, Jeff Walker, Dan Kennedy, Rich Schefren... ecc. e ho provato tutto quello che spiegano questi ragazzacci.

-

Perché ti dico che essere solo esperti di funnel non serve a nulla? Perché i cosiddetti esperti di funnel adattano le offerte ad un certo modello di funnel. E questa cosa, che può sembrare logica, in realtà è una cavolata gigantesca.

RIPETO: Adattare le offerte ai funnel è un grave errore.

Le persone vedono un funnel che gli piace, che funziona, che usano altre persone... e cosa fanno... cercano di plasmare email, video e pagine a seconda di quel modello di funnel.

Ma questo è l'esatto contrario di quello che si dovrebbe fare!

-

È un po' come acquistare dei vestiti con una taglia a caso, solo perché quella taglia la indossa qualcuno che ci piace.

Sarebbe da sciocchi acquistare taglie a caso no?

La cosa più logica è acquistare i vestiti a seconda del NOSTRO corpo e delle NOSTRE proporzioni.

-

Ok, allora ascolta.

I funnel sono dei semplici costrutti da plasmare a seconda del nostro pubblico, della nostra offerta, e di conseguenza dei nostri specifici contenuti.

-

A seconda di quello che devi trasmettere ad un determinato pubblico, avrà senso costruire il tuo funnel in un certo modo o in un altro... perché quel funnel sarà il modo migliore per trasmettere determinati contenuti.

-

Ha senso no?

E allora dimmi: perché quando si parla di funnel le persone diventano tutte pazze e tentano di imitare e mischiare tra loro i funnel, le email e le inserzioni di successo di altre persone?

Perché sono tutti alla ricerca del modello migliore...

-

...quando in realtà il funnel è solamente un processo ordinato di distribuzione dei contenuti?

Le componenti di un funnel sono dei mezzi. Quello che conta è il contenuto.

-

E infatti se i contenuti non sono strutturati ed ottimizzati, puoi anche creare il funnel più complesso del mondo... ma quel funnel genererà solo bestemmie.

-

Devi smetterla di complicare le cose e concentrarti su quello che è realmente importante

-

Pensa che io il primo traguardo nella vendita online l'ho raggiunto qualche anno fa con 4 semplici articoli.

Quei 4 contenuti a tutti gli effetti erano un funnel che generava delle vendite.

Era molto semplice, banale, senza email, senza retargeting... ma grazie a quei 4 contenuti avevo iniziato a guadagnare più del doppio rispetto ad uno stipendio medio.

E di contro vedo che i primi che lo definirebbero banale fanno parte di quel 99% di persone che utilizzano fune complessi... ma che al posto che guadagnare sono in perdita!

[Distruzione credenza - installazione nuova credenza]

E allora parliamo anche un attimo di come sia diventato figo buttare i propri soldi nel traffico a pagamento.

-

Inizio da una domanda controversa.

Allora, ipotizza che ci siano due persone che promuovono una certa offerta online.

Uno la promuove con il traffico organico, quindi perde più tempo, ma tenta di posizionare i suoi articoli su Google e su YouTube,

L'altro usa il traffico a pagamento, quindi riesce a generare traffico molto più velocemente, perché il bello del traffico a pagamento è proprio che metti dei soldi, ad esempio su Facebook, e Facebook mostra immediatamente le inserzioni.

La domanda è: chi è che fa la cosa giusta?

-

Se sei inesperto e poco influenzato da alcuni guru, potresti avere alcuni dubbi. Potresti pensare "Ma aspetta, se il traffico organico è gratis, allora il primo è sicuramente più furbo del secondo".

-

Ma se invece hai già esperienza e sei condizionato e influenzato da altri marketer, e di conseguenza ti credi in parte un esperto, allora probabilmente stai pensando: "Ovvio che il migliore è il secondo. Per un business online SERIO serve il traffico a pagamento, perché il traffico a pagamento è professionale ed è scalabile!"

La risposta corretta te la svelerò tra un secondo, ma prima voglio chiarire a tutti cosa si intende per traffico scalabile, per evitare confusione.

-

Con scalabilità o scale up si intende quel processo per cui, a fronte di un'offerta funzionante, basta aumentare l'importo pubblicitario per aumentare il profitto.

In parole povere, se spendendo 100€ in pubblicità guadagni ad esempio 300€, allora per scalare questi profitti potresti spenderne 200€ così da guadagnare 600€, o comunque una cifra più o meno proporzionale.

Insomma, la cosa funziona? Ok, allora aumento il budget in modo da avere più profitto.

E a questo punto penso che tu capisca il punto di vista di quelli che vantano tanto il traffico a pagamento no?

-

E quindi, tornando al quesito di prima, chi tra i due ipotetici personaggi fa la cosa giusta? Quello che usa traffico organico lento ma gratuito o chi usa quello a pagamento, più rapido e super scalabile?

.

.

.

La verità è che è impossibile rispondere, perché manca un indizio.

-

Per poter rispondere devi prima sapere se l'offerta proposta dai personaggi in questione funziona o meno.

Se l'offerta vende senza problemi, beh, allora potremmo parlarne per ore di quale traffico sia migliore.

-

Ma se l'offerta non funziona bene, come per il 95% delle persone che provano a lanciare la loro offerta online, allora la risposta è una sola: È meglio il traffico organico!

Lo so che gli altri marketer ti dicono che non sei figo se non usi la pubblicità e che devi per forza buttare via i tuoi soldi in pubblicità per qualche anno per poter capire bene quello che stai facendo... ma questa è una cavolata suprema!

Come può aver senso buttare i soldi in pubblicità?

Inoltre una volta che crei dei contenuti in grado di generare traffico organico, quel traffico diventerà un asset. Quei contenuti continueranno a portare traffico organico.

-

Ricapitolando...

La pubblicità a pagamento è molto potente, ma a patto che la tua offerta funzioni bene. La tua offerta deve essere solida, e deve avere un ROI nettamente positivo.

Se è la prima volta che proponi un'offerta, o se comunque il tuo funnel non genera dei clienti in modo prevedibile, allora usando la pubblicità a pagamento corri un grande pericolo, e molto probabilmente butterai via i tuoi soldi.

-

Quindi se le tue campagne non ti portano un ROI positivo stabile, spegnile subito e inizia strutturare i tuoi contenuti come il cuore del tuo funnel. Dei contenuti ben strutturati non solo convertono i clienti, ma generano anche del traffico automatico!

In futuro, quando la tua offerta sarà prevedibilmente funzionante, allora potrai iniziare ad usare il traffico a pagamento combinato con quello organico.

-

lo stesso pur essendo posizionato nella prima pagina di Google e di YouTube per migliaia di parole chiave, spendo migliaia di euro anche nel traffico a pagamento.

...ma senza diventarne schiavo! Infatti continuo a generare profitto anche quando blocco le mie campagne pubblicitarie.

-

Nel momento in cui sto girando questo video, ho soli 5 video sul canale. Ma YouTube è un motore di ricerca, e grazie al mio metodo ho imparato a posizionare i miei video in prima pagina per determinate parole chiave.

Il risultato è che con soli 5 video genero circa 60.000 visitatori al mese. Una quantità minima di contenuti strutturati e ottimizzati per generare clienti.

Una quantità minima... che però genera 60.000 visitatori al mese! Prova a calcolare quanto dovresti spendere su Facebook per ottenere questi numeri.

-

Anzi, aspetta a calcolarlo. Ti aiuto io.

Questo screenshot mostra le visite organiche generate direttamente dai miei articoli, tramite posizionamento su Google. È l'istantanea di un software di analisi chiamato Semrush.

E come vedi, i miei articoli generano 39.000 visitatori al mese, visitatori in cerca proprio delle informazioni che ho creato.

Se usassi la pubblicità a pagamento per generare quel traffico, secondo le stime del software spenderei circa 20.000€ al mese.

Allora forse il traffico dai motori di ricerca non fa poi così schifo no?

E allora a questo punto te lo ripeto, e forse mi darai retta:

-

Non devi diventare schiavo del copy, dei funnel e del traffico a pagamento. Più in generale, non devi diventare schiavo del marketing online.

-

E se hai già bruciato parte dei tuoi soldi, o se hai vissuta il tuo periodo da cercatore del funnel perfetto, ascoltami attentamente: non è colpa tua.

È perfettamente normale agire così, ci sono passato anche io e ci sono passati tutti. Il casino di informazioni che girano online costringono a commettere degli errori.

Ti chiedo solo di renderti conto che il tuo problema non è Facebook, non sono i funnel e non è nemmeno il copy.

-

Il vero problema sta nella mancanza di una struttura di contenuti ottimizzati che rendano l'acquisto della tua offerta l'unica logica scelta possibile. Devi imparare a vendere... senza vendere!

E se invece continui a cercare di lavorare su funnel, copy e advertising non solo non risolverai il problema, ma lo peggiorerai! Perché perderai sempre di più il focus sulla tua struttura di contenuti.

Prendiamo il copy.

Aggiungiamo i funnel.

Aggiungiamo la pubblicità a pagamento.

Mettiamoci pure le email.

E mettiamoci anche l'online marketing.

Qual è il punto in comune?

Come comunichi con le persone?

In che modo la tua strategia entra in contatto con i tuoi prospect?

E non sto parlando di teoria, sto parlando di pratica. Dimmi, dove si incontrano le inserzioni, le email, il copy e via dicendo?

.

.

.

Contenuti.

Sono i contenuti il vero segreto.

-

[Aiuto CERCHIA a TRASFORMAZIONE tramite MEZZO]

Ecco quello che faccio io: aiuto le persone a dare vita un'attività profittevole e solida tramite la creazione di una struttura strategica di contenuti online che non forzano la vendita, ma la rendono la logica conseguenza.

[Offerta / Requisiti / Regole / CTA]

In questo periodo ho deciso di estendere leggermente la cerchia di clienti a cui mi dedico direttamente. E quindi per un periodo limitato hai la possibilità di candidarti GRATUITAMENTE ad una chiamata strategica di circa 30 minuti.

Per candidarti basta fare click sul pulsante qui sotto, ma fallo solamente se hai queste caratteristiche:

- Elasticità mentale: non conosci la vera soluzione al tuo problema. Ti stai candidando proprio per questo. Di conseguenza dovrai fidarti di me e accettare modifiche sostanziali alla tua strategia, specialmente se questa tua strategia deriva dall'imitazione ingiustificata di strategie altrui
- Eticità e standard alti: se vuoi imparare dei metodi di guadagno illegali o che comunque possano essere sfruttati per truffare le persone, non sono la persona adatta a te. Creare un business serio e durevole significa creare un business basato sul servire i clienti e aiutarli a risolvere i loro problemi. Potrai chiedere prezzi molto alti, ma avrai anche degli standard molto alti. Io preferisco dare sempre di più di quello che prometto. Preferisco fare più fatica all'inizio, ma poi avere clienti a vita. Ti basta dare un'occhiata anche solo alla lunghezza e alla completezza degli articoli sul mio blog per renderti conto di quello che intendo. Fare di più per ottenere di più. Lavorare in questo modo significa costruire delle fondamenta solidissime per il successo, e io voglio collaborare con persone che vogliono avere successo
- Possibilità economica: per seguire la mia strategia servirà un investimento serio. Non candidarti se non hai perlomeno 1000€ da investire
- Obiettivo definito: devi conoscere il tuo obiettivo. Se sei alle primissime armi e non sai neanche da che parte iniziare, il mio consiglio è di studiare prima le basi. Devi avere almeno un'idea di cosa offrire... e a che tipo di cliente offrirla. Se non sai nemmeno questo è inutile che ti candidi, prima studia le basi su alessandropedrazzoli.com/start-kit.
- Serietà: non candidarti se non credi di poter ottenere risultati, ma nemmeno se il tuo obiettivo è guadagnare 1000€ al mese. Lavorare con me non è certo economico, ma la maggior parte dei miei clienti recuperano l'investimento entro i primi 2 mesi e continuano a lavorare con me perché vedono dei risultati. Se non credi che sia possibile raggiungere i 100.000€ all'anno o più, allora significa che non sei ancora pronto a lavorare direttamente con me.

Avere queste caratteristiche è fondamentale, perché preferisco avere collaborazioni che portino dei ritorni sull'investimento rapidi per entrambe le parti, che nel lungo termine generino profitti fuori dal comune.

Posso riuscirci per tutti? Assolutamente no, e infatti a volte devi dire di no ad alcune persone, avvisandole ancora prima di iniziare la collaborazione.

Ma se pensi di essere la persona adatta, se hai le caratteristiche di cui ti ho appena parlato, per candidarti è sufficiente fare click sul pulsante qui sotto e compilare un brevissimo questionario.

-

Il questionario è utile per capire in anticipo 2 cose:

1. Se io posso aiutarti per il tuo caso specifico
2. Se tu sei pronto ad impegnarti seriamente e mettere in moto le azioni che ti porteranno a raggiungere i tuoi obiettivi

Avrai la possibilità di prenotare la data per la chiamata strategica con me, in cui inizieremo a lavorare insieme e a capire come raggiungere un risultato nel più breve tempo possibile.

Se saremo compatibili, alla fine della chiamata ti inviterò a lavorare con me come mio cliente diretto. Ovviamente non ci sarà nessun obbligo, e non ci deve essere nessun tipo di rancore in mancanza di questo invito.

La notizia più positiva è che indipendentemente dal proseguimento della collaborazione, avrai ricevuto 30 minuti di puro valore. Un'analisi che ti lascerà una chiarezza pazzesca riguardo alle azioni da compiere per passare dalla tua situazione attuale al raggiungimento dei tuoi obiettivi.

Probabilmente saranno i 30 minuti meglio investiti in assoluto riguardo al tuo business online.

Ci sono solo 2 regole:

1. Puntualità e precisione.
2. Uso esclusivo delle informazioni. Questo significa che le informazioni che riceverai saranno solo per te, e non potrai condividerle con terzi

Se puoi rispettare queste semplici regole, allora fai click sul pulsante qui sotto e completa la candidatura.

Come ultima cosa vorrei chiarirti che questa opportunità è estremamente limitata. E non si tratta di falsa scarcity, perché come puoi immaginare devo investire il mio tempo direttamente nelle selezione dei clienti e nelle chiamate.

Come ti ho già spiegato lavoro solo con i clienti per i quali so di poter generare un ritorno sull'investimento positivo, ma tieni anche conto che in questo momento ho già decine di candidature, e per questo ti chiedo il favore di comprendere che questa opportunità non sarà disponibile a lungo.

Quello che ho scoperto è che le persone che hanno la capacità di prendere delle decisioni e agire rapidamente, hanno anche maggiori probabilità di ottenere grandi risultati, e molto probabilmente diventeranno i miei migliori clienti e resteranno tali per gli anni a venire.

Se tutto quello che ti ho detto fino ad ora ti sembra sensato, allora fai click sul pulsante qui sotto e completa il processo di candidatura. Basta seguire le istruzioni passo a passo.