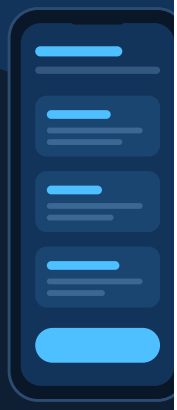
GUIDA GRATUITA PER NETWORKER

# COME USARE TIKTOK E INSTAGRAM NEGLI ULTIMI MESI DELL'ANNO PER CRESCERE E VENDERE

*Nonostante siano i mesi più difficili online, a causa delle promozioni di Halloween, Black Friday e Natale.*

**UNA GUIDA PRATICA
NON PER SOPRAVVIVERE,
MA PER FARLO
DA PROTAGONISTA.**

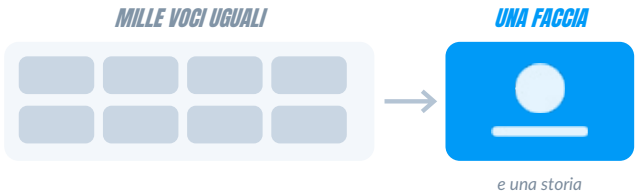


**Stefano Brazzoli** — *InstaCoach*
*Al fianco delle networker dal 2016 · Oltre 4.000 formate*

PARTIAMO DA QUI

# I MESI IN CUI GRIDANO TUTTI

*Da metà ottobre a fine dicembre succede una cosa precisa: ogni azienda del pianeta si mette a urlare. Halloween, poi il Black Friday, poi il Natale. Il feed delle persone diventa un mercato in cui tutti sbracciano con la stessa parola: **sconto**.*




*Un'azienda può abbassare il prezzo. Non può raccontarti la sua sera di tre anni fa.*

*Se in quel rumore entri anche tu con «-30% solo per oggi», sei una voce identica a mille altre. E perdi, perché contro le mille altre non puoi vincere: hanno più budget, più prodotti, più magazzino.*

> *In questi mesi le persone non hanno bisogno dell'ennesima offerta.*
> *Hanno bisogno di **qualcuno di cui fidarsi**.*

*Ed è qui che una networker ha un vantaggio che nessuna azienda potrà mai avere: **una faccia e una storia**.*

*Quindi la domanda giusta per questi mesi non è «che sconto faccio». È: **quando arriva novembre, quante persone mi conoscono abbastanza da fidarsi di me?***

**LA REGOLA CHE REGGE TUTTA QUESTA GUIDA**

*A novembre vendi alle persone che sono entrate a settembre. Chi ti scopre il 25 novembre non compra il 27: ti sta ancora guardando.*

*Settembre serve a farti trovare. Ottobre a farti fidare. Novembre a vendere. Dicembre a raccogliere e a seminare per gennaio.*

L'ESEMPIO CHE CI ACCOMPAGNA

# TI PRESENTO STEFANIA

*Per non lasciare niente sul vago, in tutta la guida userò sempre la stessa persona. Stefania non è un personaggio inventato per far bella figura: è la networker media che incontro ogni settimana.*




***Stefania, 41 anni.*** *Sposata, due figli: un maschio di 10 anni e una femmina di 13. Giocano tutti e due a calcio, quindi i pomeriggi sono trasferte agli allenamenti e i weekend si consumano interamente a bordo campo.*

*Lavora come educatrice in una scuola materna. È un lavoro che ama alla follia e che non lascerebbe per niente al mondo.*

*È sportiva, si allena con regolarità, è magra come lo è sempre stata. Eppure ha convissuto per anni con il gonfiore addominale: mangiava bene, si muoveva, e alle nove di sera si sentiva comunque la pancia dura.*

*Ha trovato una soluzione in un percorso naturale di 21 giorni a base di integrazione. Ha funzionato. Si è innamorata del percorso, e ci ha visto anche un'opportunità: un'entrata extra a fine mese, da affiancare al suo lavoro senza sostituirlo.*

## PERCHÉ PARTO DA LEI

*Perché Stefania ha esattamente i due problemi che hanno quasi tutte:* ***poco tempo*** *e la sensazione di non avere niente di interessante da raccontare.*

*E invece ha tutto. Un problema vissuto sulla propria pelle per anni. Una vita piena di scene concrete — i campi da calcio, la scuola materna, il thermos nella borsa, le partite sotto la pioggia. Un lavoro che ama e che non vuole lasciare, che è già di per sé una presa di posizione.*

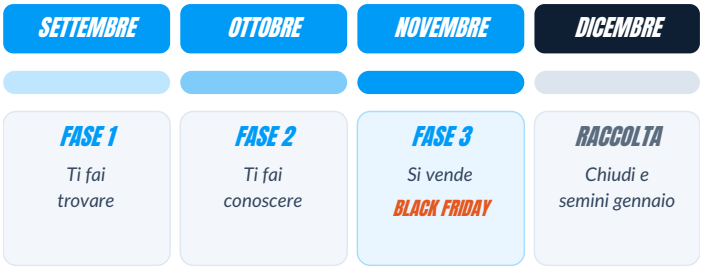
> **IL PUNTO**
>
> *Quello che a Stefania sembra «la mia vita normale, non interessa a nessuno» è esattamente il materiale che la farà trovare, seguire e poi scegliere. Vale anche per te.*

L'IDEA CENTRALE

# DODICI SETTIMANE CHE CADONO NEL PUNTO GIUSTO

*Sia su TikTok che su Instagram il percorso è lo stesso: **tre fasi da quattro settimane ciascuna**. Non sono una convenzione: sono il tempo che serve davvero.*

*E qui c'è la coincidenza che rende questi mesi interessanti. Se parti a settembre, le dodici settimane finiscono **esattamente nella settimana del Black Friday**.*




*12 settimane · 3 fasi · una sola direzione*

*Questo cambia il modo di guardare al Black Friday. Non è più il momento in cui «devi fare qualcosa». È il momento in cui **raccogli quello che hai costruito da settembre**.*

### E SE PARTI ADESSO, A METÀ AGOSTO?

*Ancora meglio: hai due settimane di vantaggio per sistemare il profilo e girare i primi contenuti con calma, e arrivi a settembre già in moto invece che ferma in partenza.*

## MA I DUE SISTEMI NON SI MESCOLANO

*Questa è la cosa che sbagliano quasi tutte: pubblicare la stessa identica cosa sui due social. TikTok e Instagram non fanno lo stesso mestiere.*

| TIKTOK | INSTAGRAM |
|---|---|
| **Problema → soluzione.** *Chi ti trova non ti conosce e non sapeva che esistessi. Ti scopre perché ha il tuo stesso problema.* | **Personal brand.** *Le persone non seguono il problema: seguono te. E comprano da te perché sei tu.* |
| *Traffico freddo e diffidente. Poche risposte all'inizio, molte obiezioni.* | *Traffico tiepido. Ti scoprono ridendo, restano perché si riconoscono.* |
| *Si può parlare del problema in ogni contenuto.* | *Nel feed non si vende mai. Si vende nelle Storie, e con leggerezza.* |

PARTE PRIMA

# COME FUNZIONA TIKTOK

## 1 · Ogni contenuto è un problema e una soluzione

*Su TikTok non funziona «ciao a tutti, oggi vi racconto la mia giornata». Ogni singolo contenuto deve parlare a chi ha **un problema preciso** e mostrare che una via d'uscita esiste. Chi non ha quel problema scorre, e va benissimo: non è il tuo pubblico.*

## 2 · Chi ti trova è freddo e diffidente

*Non ti conosce, non ti cercava, non sapeva nemmeno che esistessi. Quindi all'inizio aspettati **poche risposte e molte obiezioni**. Non è un segnale che stai sbagliando: è come funziona. Chi molla nelle prime settimane, molla proprio quando il sistema stava iniziando a girare.*

## 3 · Servono 3-5 settimane prima delle prime richieste vere

*Su un profilo aperto da zero, questo è il tempo realistico. Non tre giorni. Se ti aspetti risultati alla seconda settimana, ti demoralizzi esattamente quando dovresti insistere.*

## 4 · L'algoritmo dà un punteggio di partenza, e a volte è sfortuna

*A ogni profilo nuovo TikTok assegna un punteggio iniziale che ha una componente casuale. Se dopo cinque settimane di lavoro fatto bene non si muove **nulla** — non poche visualizzazioni: proprio nulla — la cosa più saggia è valutare seriamente l'apertura di un profilo nuovo, invece di intestardirsi per mesi su uno che non decolla.*

> *Attenzione a non usarlo come scusa. «Non decolla» dopo cinque settimane di **due contenuti al giorno** è un dato. Dopo cinque settimane di tre video in croce è solo poca costanza.*

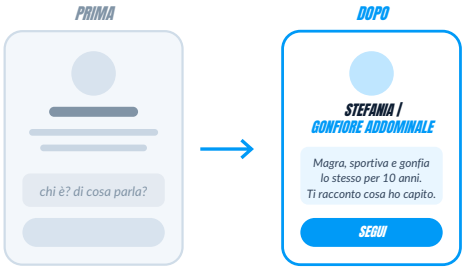
TIKTOK · SETTEMBRE

# FASE 1 · FARSI CAPIRE DALL'ALGORITMO

## 01 CATEGORIZZAZIONE E PROFILO — *settimane 1-4*

***Obiettivo:*** *far capire a TikTok chi sei, cosa fai e per chi sei. Finché non lo capisce, mostra i tuoi video a persone a caso. Si lavora su* ***parole chiave nei posti giusti***, ***hashtag pertinenti*** *e* ***test della comunicazione****.*

### Le parole chiave, nei posti che contano




### I primi tre secondi del video

**TRE APERTURE PER STEFANIA**

*«Sono magra, mi alleno quattro volte a settimana, e alle nove di sera sembro incinta di quattro mesi.»*

*«Se ti gonfi la sera anche quando mangi leggero, il problema non è la cena.»*

*«Per dieci anni mi sono sentita dire che era normale. Non era normale.»*

*Adesso è chiaro, anche per l'algoritmo: chi è, di cosa parla, a chi.*

### Il test della comunicazione

*Non cerchi di vendere: cerchi* ***quale angolo funziona****.*

> **GLI ANGOLI DI STEFANIA**
>
> ***La sportiva.*** *«Mi alleno, mangio bene, e mi gonfio comunque.» Parla a chi si sente dire che basta muoversi di più.*
>
> ***La mamma di corsa.*** *«Cena alle nove perché prima siamo al campo.» Parla a chi mangia tardi per forza di cose.*
>
> ***Quella magra.*** *«Nessuno ti crede, perché tanto sei magra.» Parla a chi non viene presa sul serio.*
>
> *Dopo un mese, i numeri le diranno quale funziona. Da lì spinge su quello.*

### E gli hashtag

*Servono a dire all'algoritmo di che argomento stai parlando, non a farti trovare dalle persone. Quindi* ***pochi e pertinenti alla nicchia****, non venti generici. Stefania ne usa tre o quattro per video, sempre sullo stesso mondo: gonfiore, pancia gonfia, digestione. Se una settimana parla di calcio e la settimana dopo di intestino, l'algoritmo smette di capire a chi mostrarla.*

*In queste prime quattro settimane il tuo unico obiettivo è la* ***chiarezza****: un problema solo, raccontato da angoli diversi. Non i follower, non le vendite. La chiarezza.*

TIKTOK · OTTOBRE

# FASE 2 - LE PRIME RICHIESTE

## 02 GESTIONE DELLE RICHIESTE — *settimane 5-8*

***Obiettivo:*** *scaldare contatti freddi e diffidenti che iniziano ad arrivare. Qui si impara a rispondere ai primi messaggi, a gestire le obiezioni più comuni, e si introducono i* ***follow-up strutturati*** *per non perdere nessuna conversazione aperta.*

*È la fase in cui si vince o si perde davvero, e quasi nessuno la prende sul serio: si lavora un mese per farsi trovare, e poi si sprecano le richieste rispondendo male o non rispondendo.*

### Le tre obiezioni che arriveranno di sicuro

> **«È L'ENNESIMA DIETA?»**
>
> ***Non difenderti.*** *«No, e ti dico perché lo chiedo anch'io ogni volta: di diete ne avevo già provate quattro e mi gonfiavo lo stesso. Il punto non era togliere cibi. Posso farti una domanda? A che ora ti gonfi di più?»*

> **«QUANTO COSTA?»**
>
> ***Non sparare il prezzo al primo messaggio.*** *«Dipende da cosa ti serve, e per capirlo devo sapere due cose. Da quanto tempo ti succede, e cosa hai già provato?»*

> **«CI PENSO»**
>
> ***È qui che si perdono i clienti.*** *«Certo, pensaci. Ti scrivo giovedì così mi dici, va bene?» E poi* ***giovedì scrive davvero****: «Ciao Marta, ti avevo detto che ti scrivevo oggi. Hai avuto modo di pensarci?»*

### Il follow-up strutturato

*Strutturato significa una cosa sola:* ***non tenerlo a mente****. Per ogni persona, Stefania si segna da dove è arrivata, cosa le ha chiesto, cosa le ha già mandato e quando la deve risentire.*

*Tra ottobre e novembre la differenza tra chi vende e chi no non è il contenuto. È avere o non avere quella lista.*

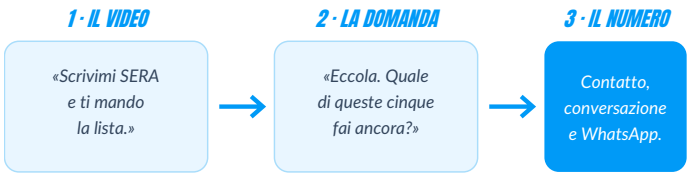
TIKTOK · NOVEMBRE

# FASE 3 - ADESSO SI VENDE

## 03 FUNNEL DI VENDITA — *settimane 9-12*

***Obiettivo:*** *trasformare in vendite l'interesse raccolto. Si costruisce una strategia di vendita e un mini funnel per raccogliere* ***email e numero di telefono*** *delle persone interessate.*

*Perché raccogliere email e numero, se le hai già nei messaggi? Perché i messaggi si perdono, le conversazioni si accavallano, e soprattutto perché* ***un profilo social non è tuo****. Un numero e un'email sì.*




*Tre passaggi. E soprattutto: hai capito qual è il suo problema.*

### E il Black Friday?

*Cade proprio qui, ed è per questo che il calendario funziona. Ma va usato per quello che è:* ***un motivo per decidere adesso****, non un'identità.*

> *Uno sconto su una cosa che la persona non desiderava non è un'offerta: è un prezzo più basso su qualcosa che comunque non le interessava. Se hai fatto settembre e ottobre, a novembre non stai convincendo nessuno — stai solo dando una ragione per non rimandare.*

PARTE SECONDA

# COME FUNZIONA INSTAGRAM

### 1 · Su Instagram vendi te stessa

*Non il prodotto, non l'azienda, non il network di cui fai parte.* ***Il profilo è tuo, non della tua azienda.*** *È la piattaforma migliore che esista per costruire un personal brand, ed è uno spreco usarla come vetrina di un catalogo che non hai scritto tu.*

### 2 · Le persone comprano chi vende, non cosa vende

*Nessuno compra un integratore: compra la persona che glielo racconta. Per questo la fiducia in te viene prima di tutto il resto, e non si costruisce parlando di ingredienti.*

### 3 · All'inizio la crescita è organica

*Soprattutto se il tuo guadagno netto è ancora sotto gli 800€ al mese, mettere soldi in pubblicità è un modo veloce per bruciare budget prima di avere un ritorno vero in vendite o in persone.*

### 4 · Nessuno va su Instagram per comprare integratori

*Ci si va per svagarsi. Per questo i contenuti che ti fanno scoprire devono essere* ***leggeri, divertenti, in cui le persone si riconoscono****. Mai un post di vendita travestito da contenuto: si vede a un chilometro.*

## IL PERCORSO NATURALE




**LA COSA PIÙ DELICATA DI TUTTE**

*Le Storie sono quelle che vendono davvero, ma* ***devono mantenere la stessa leggerezza dei contenuti Traffico****. È proprio quella leggerezza il motivo per cui la gente ti segue. Se le Storie diventano un catalogo, perdi le persone — e le perdi in silenzio.*

INSTAGRAM · SETTEMBRE

# FASE 1 · COSTRUIRE LA BASE

## 01 FARSI SCOPRIRE — *settimane 1-4*

***Obiettivo:*** *trasformare il profilo in un vero personal brand e iniziare a farsi scoprire da persone nuove. Si pubblicano con costanza contenuti Traffico leggeri,* ***testando quali temi della propria vita quotidiana*** *funzionano meglio.*

*Qui la difficoltà non è tecnica: è convincersi che la propria vita normale interessi a qualcuno. Stefania era certa di non avere niente da raccontare. Guarda quanta roba ha.*

### I CONTENUTI TRAFFICO DI STEFANIA

*Il sabato mattina a bordo campo a novembre, cinque gradi, con il thermos e la coperta — e la scritta: «Nessuno ti dice che il calcio lo giocano i figli ma lo soffrono le madri.»*

*La borsa da calcio aperta il lunedì. Solo la scena, e la faccia di chi la apre.*

*Lei che in macchina canta le canzoncine della materna senza accorgersene, e i figli tredicenni che la guardano male.*

*Il figlio che segna e lei che urla come allo stadio, ripresa di spalle dal marito.*

*La domenica sera che prepara quattro borse diverse per il lunedì.*

*Nessuno di questi contenuti parla di gonfiore, di integratori o di lavoro.* ***Ed è giusto così.*** *Servono a farla scoprire da migliaia di mamme che si riconoscono — e sono esattamente le persone che, tra due mesi, guarderanno le sue Storie.*

### IL TEST DI QUESTE 4 SETTIMANE

*Stefania prova tutti i filoni: il calcio, la scuola materna, la vita di famiglia, lo sport. Dopo un mese guarda quale porta più visualizzazioni e più salvataggi. Non decide lei cosa funziona: glielo dicono i numeri.*

INSTAGRAM · OTTOBRE

# FASE 2 - APPROFONDIRE LA RELAZIONE

## 02 CONNESSIONE — *settimane 5-8*

***Obiettivo:*** *chi ha iniziato a seguirti in Fase 1 comincia a vedere più contenuti di Connessione — le tue opinioni, il tuo punto di vista, i tuoi valori. È il momento in cui le persone* ***smettono di vederti come «un'altra networker»****.*

*I contenuti di Connessione non spiegano niente e non vendono niente. Dicono* ***chi sei****. Devono avere un punto di vista, e un punto di vista per definizione non piace a tutti.*

### I CONTENUTI DI CONNESSIONE DI STEFANIA

*«Non lascerò mai il mio lavoro alla materna. E no, non è perché non ci credo abbastanza.»*

*«Per dieci anni mi hanno detto che ero fortunata perché ero magra. Nessuno mi ha mai chiesto come stavo.»*

*«Mio figlio ha perso 3 a 0 e gli ho detto che ero contenta lo stesso. Non è buonismo, e ti spiego perché.»*

*«La cosa più difficile di avere due lavori non è il tempo. È che nessuno dei due lo fai male impunemente.»*

*Guarda cosa succede nel primo: ha appena raccontato che fa network marketing, senza nominarlo e senza vendere niente. Anzi, prendendo le distanze dal cliché di chi promette di lasciare il lavoro.* ***È molto più credibile di qualsiasi post sull'opportunità.***

*Ottobre è anche il mese in cui quasi tutte mollano: settembre ha dato l'entusiasmo, i risultati non si vedono ancora, e verso metà mese la costanza si sfilaccia.* ***Chi resta in piedi a ottobre è chi venderà a novembre.***

INSTAGRAM · NOVEMBRE

# FASE 3 · LE STORIE INIZIANO A VENDERE

## 03 CURIOSITÀ E RICHIESTE VERE — *settimane 9-12*

***Obiettivo:*** *con una base di persone che ti conosce e si fida, le Storie iniziano a generare richieste di informazioni vere — **sempre mantenendo la leggerezza** che ti ha fatto seguire fin dall'inizio.*

*Qui sta il passaggio più delicato di tutta la guida:* ***il feed continua a non vendere. Mai. Nemmeno il giorno del Black Friday.*** *Il feed porta le persone, le Storie le trasformano in clienti.*




*Quattro storie di vita normale. Una sola apre alla conversazione.*

### COME LO FA DAVVERO

***Pomeriggio.*** *In macchina verso il campo: «Ieri mi ha scritto una che mi segue e mi ha fatto una domanda che mi hanno fatto in venti. Ve la giro.» E lancia il sondaggio: «Ti gonfi più a pranzo o a cena?»*

***Sera.*** *I risultati: «Guardate quante. Ecco, per anni ho pensato di essere l'unica.» E racconta due minuti della sua storia.*

***Ultima.*** *«Se ti va di sapere cosa ho fatto io, scrivimi. Non ti vendo niente, ti racconto.»*

*L'errore che vedo ogni novembre: la Storia leggera sparisce, e il profilo diventa per due settimane un volantino. Le persone non si lamentano e non commentano. Smettono e basta. E a dicembre ti chiedi perché le Storie le guardano in trenta.*

PRIMA DI CHIUDERE

# SEI ERRORI CHE COSTANO L'ANNO

## 1 INIZIARE A NOVEMBRE

*Il lavoro di novembre si fa a settembre. Chi parte a metà novembre sta chiedendo di comprare a gente che l'ha appena conosciuta.*

## 2 MOLLARE A OTTOBRE

*Il mese in cui non succede ancora niente di visibile è anche quello che decide tutto. Fermarsi lì significa buttare il lavoro di settembre.*

## 3 PUBBLICARE LA STESSA COSA SUI DUE SOCIAL

*Sono due mestieri diversi. Copiare da uno all'altro significa farli male entrambi.*

## 4 VENDERE NEL FEED DI INSTAGRAM

*Anche a novembre. Anche il giorno del Black Friday. Il feed serve a farti scoprire.*

## 5 PERDERE LA LEGGEREZZA PROPRIO QUANDO SERVE

*Le Storie vendono **perché** sono leggere. Quando smetti di essere te stessa per fare l'annuncio commerciale, smetti anche di essere seguita.*

## 6 SMETTERE DI PARLARE CON LE PERSONE

*I contenuti portano gente. Le conversazioni portano clienti. Nessun contenuto venderà mai al posto tuo, e in questi mesi meno che mai.*

**SE DEVI RICORDARTI UNA COSA SOLA**

*In questi quattro mesi non serve pubblicare di più. Serve pubblicare **nell'ordine giusto**: prima farsi trovare, poi farsi fidare, poi proporre.*

UN'ULTIMA COSA

# ADESSO ARRIVA LA PARTE DIFFICILE

*Quello che hai letto è il **cosa** e il **perché**. Da qui a fine dicembre ci sono diciotto settimane, e per ognuna qualcuno deve decidere il **come**: quale argomento affrontare, quale formato usare, quale giorno pubblicarlo, cosa dire esattamente, e ricordarsi cosa si è già detto per non ripetersi.*

*Diciotto volte. Mentre lavori, mentre hai una famiglia, mentre sei sui campi il sabato e la domenica, mentre dovresti anche parlare con le persone — che poi è l'unica parte che porta clienti davvero.*

*Il problema delle networker non è la mancanza di idee. È che **ogni settimana si ricomincia da capo a decidere**. E quella decisione costa più della registrazione.*

*È esattamente per questo che ho costruito App InstaCoach. Ogni lunedì ci trovi dentro la settimana già pronta: i contenuti, i formati, gli orari, cosa dire e come girarlo. Scritti sulla tua storia, non su quella di un'altra.*

## TU FAI LA NETWORKER.
## L'APP PENSA AL RESTO.

*Le iscrizioni aprono a settembre, con un numero chiuso di posti — perché i piani continuo a scriverli io, una per una. Chi è nella lista d'attesa viene avvisata per prima e ha il tempo di decidere con calma.*

**ENTRA NELLA LISTA D'ATTESA → INSTACOACH.IT/LISTA-ATTESA**

*Un consiglio, prima di chiudere: questa guida non serve a niente se la leggi e basta. Apri il calendario adesso e segnati tre date — il giorno in cui inizi, il giorno in cui passi alla Fase 2, e il giorno in cui inizierai a proporre.*