

Trasforma i tuoi testi da monologo a dialogo

La check-list di Copyosity



copyosity

Ciao, è bello averti qui!

Se questo è il nostro primo incontro, io sono Chiara e sono una **web copywriter conversazionale**.

Credo nel potere delle parole semplici, oneste e sincere, quelle che aiutano a capire, valutare e scegliere con consapevolezza.

Credo nel dialogo e nelle conversazioni come unico modo per raggiungere davvero le persone, parlare con loro e farsi capire.

E credo nella semplicità del linguaggio, perché comunicare vuol dire parlare con tutte le persone senza escluderne nessuna.

Introduzione

Ma quanto sono potenti le parole! Ci hai mai pensato? Le parole possono avvicinare o allontanare, possono creare fiducia o farla crollare. Tutto dipende da come le usiamo e da cosa vogliamo ottenere.

Molti testi online puntano ancora a convincere in fretta, e quindi promettono, esagerano, seducono.

Il fatto è che spesso e volentieri dimenticano la cosa più importante: che dall'altra parte ci sono persone.

Io sono convinta che la scrittura funzioni meglio quando è sincera. Non quando costringe, ma quando accompagna a compiere un'azione con consapevolezza. Non quando impressiona e manipola, ma quando si fa capire con chiarezza e trasparenza.

Questa check-list nasce proprio per aiutarti a **capire se i tuoi testi stanno aprendo una conversazione sincera** *con* le persone o se stanno ancora seguendo vecchi schemi persuasivi.

Compilala con onestà. E se mentre lo fai ti accorgi che alcune risposte non ti convincono, potrebbe essere già un buon segnale.

Dai, iniziamo!

1. Tono di voce: naturale e aderente a te oppure costruito?

Il tono è la prima cosa che tradisce la sincerità di un messaggio. Se suona forzato, chi legge lo percepisce subito.

	Sì	No
Ti rivolgi a una sola persona (non a un pubblico generico)?	☐	☐
Usi parole che diresti anche a voce, parlando con una persona?	☐	☐
Ti senti a tuo agio nel rileggere il testo, ti rappresenta?	☐	☐
Hai evitato tecnicismi, abbreviazioni o gerghi che allontanano chi legge?	☐	☐
Usi “tu” e “io” per creare un dialogo, invece di frasi impersonali/distaccate?	☐	☐
Il tono è coerente con la tua identità e non una copia di altri brand?	☐	☐

💡 Se più della metà delle risposte è “no”, prova a riscrivere il testo leggendo ad alta voce: sentirai subito dove perde naturalezza.

2. Contenuto: stai tenendo un monologo o una conversazione?

La differenza è sottile, ma decisiva. Un testo che parla solo di sé e solo *alle* persone (non *con* loro) non crea relazione.

	Sì	No
Ti concentri sui bisogni di chi legge, non solo sul prodotto o servizio di cui parli?	☐	☐
Usi esempi, immagini o situazioni che aiutano a immedesimarsi?	☐	☐
Eviti parole vuote come “unico”, “innovativo”, “straordinario”?	☐	☐
Fai capire come puoi essere utile, al di là della tua pluriennale esperienza?	☐	☐
Spieghi il “perché” del tuo lavoro o del tuo messaggio, non solo il “cosa”?	☐	☐
Offri valore anche a chi non acquista subito?	☐	☐

💡 Se ti accorgi che parli solo tu e solo di te più che delle persone, forse non stai conversando.

3. Struttura del testo: scorrevole o pesante come un macigno?

Anche il ritmo fa parte della conversazione. Se il testo è un muro di parole, le persone possono far fatica a capirti.

	Sì	No
Le frasi non superano le 25–30 parole, sono chiare e semplici strutturalmente?	☐	☐
Hai alternato periodi brevi e più lunghi per dare ritmo?	☐	☐
Ogni paragrafo sviluppa un solo concetto?	☐	☐
Hai eliminato parole ridondanti, avverbi superflui e ripetizioni?	☐	☐
Le transizioni tra un paragrafo e l'altro sono naturali come in un discorso?	☐	☐
Usi titoletti, elenchi o spazi bianchi per aiutare la lettura?	☐	☐

💡 Una buona conversazione lascia spazio all'altro: così deve fare anche il testo.

4. Intenzione: vuoi convincere o vuoi farti scegliere?

Le persone riconoscono subito se un messaggio nasce da ascolto o solo da una strategia per vendere a ogni costo.

	Sì	No
Ti chiedi cosa prova o pensa chi leggerà, prima di scrivere?	☐	☐
Usi la scrittura per rispondere a domande o dubbi reali delle persone?	☐	☐
Eviti urgenze forzate (“solo per oggi”, “offerta imperdibile”) se non vere?	☐	☐
Scrivi con l'intento di aiutare a decidere, non di spingere ad acquistare per forza?	☐	☐
Mostri empatia, anche quando proponi qualcosa da comprare?	☐	☐
Ti fideresti del tuo stesso testo, se fossi dall'altra parte?	☐	☐

💡 Se hai risposto “sì” a tutto, il tuo testo è già sulla strada giusta.

Risultato finale

Conta le risposte “sì”:

- 16–24 sì: stai comunicando in modo umano e sincero.
- 9–15 sì: la tua voce c'è, ma puoi renderla più vera e meno di circostanza.
- meno di 9 sì: i tuoi testi stanno boccheggiando! È ora di far venire a galla la tua voce e raggiungere le persone.

Comunicare in modo conversazionale non significa essere meno professionali, ma scegliere la chiarezza, l'etica e la verità come strategia.

Se vuoi trasformare i tuoi testi in conversazioni sincere, scopri come lavoro sui progetti di scrittura per il web.

Tutto parte dalle parole, ma arriva molto più lontano.

Se ti va, mi trovi qui: su copyosity.it

Il mio sito web: copyosity.it

Il mio Instagram: [@copyosity](https://www.instagram.com/copyosity)

The logo for 'copyosity' features a stylized blue pen nib icon to the left of the word 'copyosity' in a bold, black, sans-serif font.