

**SE I TUOI CONTENUTI NON
VENDONO, STAI PARLANDO DEL
PROBLEMA SBAGLIATO**

LA MAPPA DEL
PROBLEMA
CHE VENDE



FEDERICA VOMIERO

Introduzione

Ti presento **Martina, Life Coach con due anni di esperienza**. Aiuta le persone a ritrovare consapevolezza, autostima e a costruire relazioni più felici.

Ha un profilo Instagram e Facebook curati, una bio riscritta tre volte, e post che ogni settimana raccolgono commenti tipo *"Che bello!", "Grazie per questo contenuto", "Hai detto proprio quello di cui avevo bisogno"*.

Martina pubblica regolarmente. Risponde ai commenti. Fa le storie. Manda la newsletter.

Eppure ogni lunedì mattina apre le notifiche e trova: nessuna richiesta di consulenza. Nessuna. Zero.

A un certo punto, ha cominciato a chiedersi la cosa più pericolosa che una coach possa chiedersi:

"Forse non sono abbastanza brava. Forse dovrei fare un altro corso. Forse non fa per me."

Poi c'è **Sara, Personal Trainer con 10 anni di esperienza**.

Ha deciso di espandersi oltre il suo territorio usando i social, quindi ha fatto un corso di marketing dove ha capito che la sua nicchia sono le donne.

Pubblica costantemente su Instagram e Facebook. Fa reel con un videomaker — così sono perfetti. Ha costruito un sito investendo un bel po' di soldi.

Ma i nuovi clienti non arrivano.

Allora Sara pensa: *"Forse mi mancano competenze. Devo imparare qualcosa di nuovo."*

Investe 3.000€ in un corso su un metodo di allenamento innovativo — il Machicatetu Training. Studia di sera e nei weekend.

Poi inizia a parlarne sui social, pubblica il diploma, offre una seduta prova gratuita.

Sold out immediato. Entusiasmo alle stelle.

Nuovi clienti paganti: zero.

Sara si siede davanti allo schermo e non sa più cosa fare. Ha eseguito tutto quello che le avevano detto, ha investito tempo, energia e soldi.

E il risultato è lo stesso di prima.

E infine c'è **Jessica, Business Coach & Consulente con sei anni di esperienza**, specializzata in strategie di crescita per freelance e professionisti.

Ha un metodo strutturato, clienti soddisfatti, risultati documentati. Decide di scalare il business usando i social, quindi segue un corso di personal branding e inizia a costruire la sua presenza online.

Pubblica contenuti di valore su LinkedIn e Instagram: tips su produttività, pricing, mindset imprenditoriale. Ottiene follower, salvataggi, messaggi del tipo *"sei la mia coach preferita, mi hai aperto la mente"*.

Per trasformare quel pubblico in clienti, lancia una challenge gratuita di 5 giorni. Si iscrivono in 300. La partecipazione è alta, il feedback entusiasta.

Clients paganti al termine della challenge: tre.

Jessica non capisce. Ha un'audience reale, un metodo che funziona, un'offerta chiara. Eppure quasi nessuno compra. Allora conclude che il problema è il copy — e investe in un corso di scrittura persuasiva.

I contenuti migliorano, i like aumentano.

Ma le vendite restano le stesse.

Cos'hanno in comune queste tre professioniste?

Anni di esperienza. Profili curati. Competenza reale. Un pubblico che le apprezza. Eppure nessuna delle tre vende con i propri contenuti — nonostante sappiano già come si fa un reel, un carosello, un post su LinkedIn o Facebook.

Sembrano tre problemi diversi. In realtà è uno solo: **stanno comunicando il problema sbagliato.**

Non è la competenza. Non è la nicchia. Non è il mercato sovraffollato, né l'algoritmo dei social, né il transito di Saturno.

Ecco l'errore che fanno quasi tutte le coach e consulenti: quando i contenuti non vendono, comprano un corso di copywriting. Imparano a creare ganci migliori. Studiano come fare reel che bucano l'algoritmo. Magari comprano anche un preset per le foto.

E i risultati non cambiano.

Non perché quei corsi siano inutili, ma perché stanno cercando di **risolvere un problema di posizionamento con strumenti di comunicazione.**

È come comprare un'auto più veloce quando non sai ancora dove vuoi andare. Arrivi prima — ma nel posto sbagliato

La distinzione che cambia tutto

Il mercato non paga per gli argomenti: paga per la risoluzione di problemi specifici e urgenti.

C'è una differenza enorme tra dire *"mi occupo di autostima"* e dire *"aiuto le donne over 40 a tornare a vivere dopo un divorzio doloroso"*.

La prima è un argomento.

La seconda è un problema che qualcuno vuole risolvere adesso, con urgenza.

Pensa a quando hai mal di denti: non cerchi su Google *"benessere orale"*. Cerchi *"dentista aperto oggi vicino a me"*.

I tuoi clienti funzionano esattamente così. E **se il tuo messaggio è generico, puoi fare i reel più perfetti del mondo — ma nessuno di essi venderà la tua offerta.**

Il paradosso del "parlare a tutti"

So già cosa stai pensando: *"Ma se mi specializzo troppo, escludo potenziali clienti!"*

Ecco il paradosso: **più il tuo messaggio è ampio, meno tocca qualcuno davvero.** Un post su *"come dimagrire"* viene letto da tutti e comprato da nessuno. Un post su *"perché non perdi peso anche se non tocchi un dolce dall'anno scorso"* viene forse letto da meno persone, ma saranno esattamente quelle che aprono il portafoglio.

Cosa troverai in questa guida

Al termine di queste pagine, avrai fatto una cosa sola — ma fondamentale:

- Capirai perché il tuo messaggio attuale non converte
- Imparerai a distinguere i 3 livelli di problema — e scoprirai a quale livello stai comunicando ora
- Userai il Filtro dei 5 Perché per scavare fino al problema specifico per cui le persone sono disposte a pagare
- Validerai il tuo risultato con il Test delle 3 Prove — prima di creare il tuo prossimo contenuto

Tempo stimato: 15 minuti di lettura. 20 minuti di esercizio.

Risultato: un problema specifico, validato, che le persone sono pronte a pagare oggi.

INDICE DEGLI ARGOMENTI

Introduzione	0
Chi sono io per parlarti di tutto questo?	5
I 3 Livelli del Problema: perché solo uno fa aprire il portafoglio	6
Il Filtro dei 5 Perché: trova il problema che paga in 20 minuti	9
Foglio di lavoro	14
Il Test delle 3 Prove: Come sapere se hai trovato il problema giusto	16
Come usare il Problema che Vende	19
Conclusione	20

Chi sono io per parlarti di tutto questo?

Mi chiamo Federica, e prima di essere una Business Strategist che aiuta coach e consulenti a vendere senza inseguire i clienti — sono stata esattamente Martina.

Profilo curato. Contenuti di valore. Commenti entusiasti. E un conto in banca che non rispecchiava minimamente l'impegno che stavo mettendo. In pratica, **davo più di quanto ricevevo.**

Ho passato mesi a credere che il problema fossi io — che non fossi abbastanza brava, abbastanza visibile, abbastanza convincente. Ho comprato corsi. Ho riscritto la descrizione. Ho cambiato la palette grafica.

Finché non ho capito una cosa che ha cambiato tutto: **non avevo un problema di comunicazione: avevo un problema di posizionamento.**

Da quel momento ho smesso di lavorare sul *come* comunicavo e ho iniziato a **lavorare sul cosa stavo comunicando.**

Oggi accompagno coach e consulenti a passare da 2-3k al mese a 5k e oltre — con il Sistema Vendere Senza Vendere™, senza challenge gratuite e senza diventare delle macchine da contenuti.

Alcune delle donne con cui ho lavorato:

→ Marika, consulente: da 2.500€ a 8.000€ al mese in 4 mesi

→ Elisabetta, Consulente aziendale: da 2000 a 7.000€ in 3 mesi

→ Arianna, personal trainer: da zero a agenda piena — 10k al mese

→ Lorena, architetta: 90% di consulenze chiuse

Non te lo dico per impressionarti ma perché quello che stai per leggere non è teoria: è il metodo che uso ogni giorno con loro.

Detto questo: entriamo nel vivo.

I 3 Livelli del Problema: perché solo uno fa aprire il portafoglio

Pensa a un bersaglio da tiro con l'arco. Tre cerchi concentrici: uno grande esterno, uno medio, uno piccolo al centro.

La maggior parte delle coach punta al cerchio esterno. È il più facile da colpire, il più visibile, quello che sembra "sicuro" perché parla a tutti. Ma è anche quello che vale meno punti.

Il problema che paga — quello per cui il tuo cliente sveglia a guardare il telefono alle 3 di notte cercando una soluzione — **sta sempre al centro.**

Vediamo come si presenta in pratica, livello per livello

Livello 1 — Il Problema Vago

“Voglio crescere”

“Voglio stare meglio”

“Voglio migliorare la mia autostima”

“Voglio essere più felice”

Queste frasi le trovi nelle bio, nelle caption, nelle presentazioni di metà dei profili che scorrono su Instagram ogni giorno. E il motivo è semplice: suonano bene. Sembrano universali. Sembrano inclusive.

Il problema è che **non dicono niente.**

Nessuno si sveglia la mattina con un dolore chiamato *“voglio crescere”*. Nessuno cerca su Google *“esperta di stare meglio”*. **Il Problema Vago non ha urgenza, non ha specificità, non genera azione.**

Se la tua descrizione o i tuoi contenuti ruotano intorno a parole come ***trasformazione, benessere, consapevolezza, crescita, autenticità*** — sei al Livello 1.

-> Non stai comunicando un problema: stai comunicando un'area tematica. E le aree tematiche non vendono

Livello 2 — Il Problema Generico

"Non guadagno abbastanza."

"Voglio dimagrire."

"Non riesco a gestire lo stress."

"Non ho fiducia in me stesso."

"Il mio matrimonio non va."

"Non riesco a essere costante."

Qui c'è dolore reale e le persone lo sentono davvero. E questa è anche la trappola.

Perché **quando c'è dolore reale, ci sono migliaia di professionisti che lo intercettano con le stesse identiche parole**. Apri Instagram adesso e cerca "business coach". Scorri dieci profili. Scommetto che metà dice "ti aiuto a trovare clienti" e l'altra metà dice "ti aiuto a costruire un business che ami."

Il Problema Generico esiste, ma è affollato. E in un mercato affollato, la scelta ricade su chi costa meno, chi ha più follower o chi è già conosciuto.

-> Non vinci sulla competenza: vinci sulla visibilità o sul prezzo e nessuna delle due è la partita che vuoi giocare.

Livello 3 — Il Problema Specifico e Urgente

Questo è il **cerchio al centro del bersaglio**.

"Mangio sano da tre mesi, non ho toccato un dolce, e la bilancia non si è spostata di un grammo."

"Arrivo sempre al terzo appuntamento e poi l'uomo sparisce senza spiegazioni — e non capisco cosa faccio di sbagliato."

"So perfettamente quello che dovrei fare per far crescere il mio business, ma ogni volta che devo espormi o alzare i prezzi mi blocca."

"Lavoro dieci ore al giorno ma alla fine della settimana sento di non aver combinato nulla di importante."

"Mio figlio adolescente non mi parla più e quando provo ad avvicinarmi si chiude ancora di più."

Questi non sono argomenti: **sono situazioni precise, con una frustrazione precisa, vissuta adesso**, non "prima o poi".

-> Chi ha questo problema non sta aspettando il momento giusto per risolverlo: **lo sta cercando attivamente.**

Ed è disposto a pagare qualcuno che capisca **quella situazione specifica.**

Come riconoscere il Livello 3: i 3 segnali

Non tutti i problemi specifici sono problemi paganti. Ecco come riconoscere quelli che lo sono:

- **URGENZA:** la persona lo vuole risolvere ADESSO, non “prima o poi”
- **SPECIFICITÀ:** è così preciso che chi lo legge pensa “sta parlando di me”
- **CONSAPEVOLEZZA:** la persona SA di avere quel problema — non devi convincerla che esiste o farle capire di averlo

Qualche esempio concreto

Per rendere tutto più concreto, guarda cosa cambia tra il Livello 2 e il Livello 3 in alcuni settori:

Settore	Livello 2 (troppo generico)	Livello 3 (problema pagante)
Business Coach	Non ho clienti	Faccio 3 consulenze di vendita al mese ma nessuno compra il mio programma
Nutrizionista	Non riesco a dimagrire	Mangio sano ma la bilancia non si muove da 3 mesi
Parent Coach	Voglio imparare come comunicare a mio figlio	Mio figlio adolescente non mi parla più e quando provo ad avvicinarmi si chiude ancora di più
Personal Trainer	Voglio stare in forma	Mi alleno ma dopo 40 anni non vedo più risultati
Consulente HR	Non so gestire il team	Il mio team lavora tanto ma produce poco e io non so perché

Il tuo risultato adesso

Ora sai a quale livello stai comunicando e probabilmente hai già un'idea di dove scavare. Bene perché adesso ti do lo strumento per farlo.

Il Filtro dei 5 Perché: trova il problema che paga in 20 minuti

Questo è lo strumento che userai adesso. Prendi carta e penna, o apri un file sul computer. Ti servono solo 20 minuti di concentrazione. Niente Social, niente notifiche. Solo tu e queste domande.

Il Filtro dei 5 Perché è un metodo di scavo progressivo. Parti dall'argomento generico che già usi, e ad ogni domanda scendi di un livello, finché non arrivi al problema specifico e urgente.

Come applicarlo — passo per passo

Punto di partenza → Scrivi l'argomento generico di cui ti occupi oggi.

Es: “aiuto le donne a ritrovare fiducia in se stesse” oppure “aiuto i coach a trovare clienti”.

Qualunque cosa tu dica normalmente quando ti chiedono “cosa fai?”

Perché 1 → Perché è urgente?

Domanda: Perché questo è un problema per lui adesso?

Non in generale o “un giorno”. Adesso, questa settimana, questo mese. Cosa sta succedendo nella sua vita che rende questo un problema urgente?

Esempio

Argomento: “aiuto i coach a trovare clienti”

Risposta 1: Perché ha appena lasciato il lavoro fisso e deve guadagnare entro 3 mesi

Perché 2 → Perché fa paura?

Domanda: Cosa succede se non lo risolve entro 3 mesi?

Questa domanda porta alla luce le conseguenze reali, pratiche e concrete.

Esempio

Risposta 2: Deve tornare a cercare lavoro dipendente e rinunciare al suo sogno di indipendenza

Perché 3 → Perché ci pensa ossessivamente?

Domanda: Quante volte ne ha parlato o ci ha pensato nell'ultimo mese? E come si sente quando ci pensa?

Se ci pensa più di 3 volte a settimana, il problema è urgente. Se ci pensa "qualche volta", potrebbe non essere abbastanza caldo.

Esempio

Risposta 3: Ci pensa ogni mattina quando apre Instagram e vede le sue colleghe che ce l'hanno fatta. In quel momento si sente una fallita.

Perché 4 → Perché le soluzioni precedenti non hanno funzionato?

Domanda: Cosa ha già provato a fare per risolverlo e perché non ha funzionato?

Questa è la domanda d'oro. Le soluzioni fallite rivelano il problema reale. Se qualcuno ha già provato qualcosa e non ha funzionato, è disposto a pagare di più per trovare qualcosa che funzioni davvero.

Esempio

Risposta 4: Ha fatto corsi sul content marketing, ha iniziato a postare ogni giorno, ma i like non si sono tradotti in consulenze perché non ha lavorato sul posizionamento che spicca sulla massa

Perché 5 → Perché vale la pena risolverlo adesso?

Domanda: Se potesse risolvere questo problema domani, come sarebbe diversa la sua giornata?

Questa domanda trasforma il dolore in desiderio. E il desiderio è il motore dell'acquisto.

Esempio

Risposta 5: Aprirebbe le notifiche e troverebbe richieste di consulenza. Si sentirebbe finalmente una professionista riconosciuta e indipendente economicamente

Step 6 → Estrai il problema pagante dalle tue risposte

Ora che hai le cinque risposte davanti, il problema pagante non si trova in nessuna risposta singola: si trova nell'incrocio tra 3 di esse:

Prendi la **D3** (quando ci pensa — il trigger emotivo), la **D4** (cosa ha già provato e perché non ha funzionato — il differenziatore), e la **D5** (come vorrebbe sentirsi — il desiderio).

Poi completa questa frase:

"Il mio cliente è (target) che [situazione D3] — ha già provato [tentativo D4] ma non ha funzionato perché [motivo D4]. Quello che vuole davvero è [D5]."

Esempio

Risposta 6: Il mio cliente è una coach che si sente una fallita quando ogni mattina apre Instagram e vede le sue colleghe che ce l'hanno fatta.

Ha già fatto corsi sul content marketing, ha iniziato a postare ogni giorno, ma i like non si sono tradotti in consulenze perché non ha lavorato sul posizionamento che spicca sulla massa.

Quello che vuole davvero è aprire le notifiche e trovare richieste di consulenza. Si sentirebbe finalmente una professionista riconosciuta e indipendente economicamente

Step 7 → Estrai il problema pagante in una riga

Per riassumere e identificare il problema pagante in poche parole, utilizziamo il metodo del **taglio della causa profonda** che funziona così:

Dalla frase lunga estrai tre elementi:

- Cosa sa già fare → la competenza acquisita
- Cosa non riesce ancora ad ottenere → il risultato mancante
- Perché → la causa profonda che nessuno ha ancora risolto

Poi li assembli con questa struttura:

[Sa / ha già / conosce] + [ma non riesce a] + [perché / finché non]

Esempio

Risposta 7:

Sa già fare → i contenuti

Non riesce a → farli convertire

Perché → nessuno le ha insegnato il posizionamento

Frase: "Sa fare i contenuti. Non sa come farli convertire, perché nessuno le ha insegnato a differenziarsi dalla massa."

! Attenzione a questo errore

Nella casella "perché non ha funzionato" potresti aver scritto cose come "perché è pigro", "perché molla sempre", "perché non ha forza di volontà" etc.

Queste **NON sono cause profonde**: sono autoaccuse. E costruirci sopra un messaggio di marketing non funziona, perché nessun cliente vuole sentirsi dire che il problema è la sua pigrizia o la sua mancanza di volontà o perché non ci riesce.

La causa profonda è **sempre ESTERNA alla persona**: il metodo sbagliato, l'approccio non sostenibile, l'informazione mancante.

Riformula partendo da lì.

Se vuoi saltare la parte più faticosa di questo esercizio, ho già fatto il lavoro per te: nella **Libreria dei Problemi Paganti trovi 100 formulazioni già al Livello 3** — pronte, corrette, organizzate per **per 20 settori del coaching, della consulenza e della formazione**

Puoi trovarla qui → [**LA LIBRERIA DEI PROBLEMI CHE VENDONO**](#)

Ora che hai le tue risposte davanti, prima di passare alla validazione, fai questo controllo rapido:

La domanda-test finale

Il Criterio dell'Urgenza in Una Frase

"Questa persona cercherebbe questo problema su Google alle 3 di notte?"

Se la risposta è sì: sei sulla strada giusta. Ora verificalo con le 3 prove.

Se la risposta è "forse" o "non lo so": torna alla domanda 4 e scava ancora.

Gli errori da evitare

- **Scendere troppo presto:** non saltare alle domande finali senza rispondere a quelle iniziali. Il contesto conta e ogni domanda è collegata a quella precedente.
- **Restare troppo in superficie:** Se la tua risposta alla Domanda 4 sembra ancora generica, riformulala così: *"E dentro quel problema, qual è la parte più frustrante in questo momento?"* Quella risposta ti porta al livello di specificità giusto.
- **Confondere il sintomo con il problema:** "non ho follower" è un sintomo. "non riesco a trasformare i follower che ho in clienti paganti" è il problema. "Sono a dieta" è un sintomo. "Faccio diete da anni ma mollo sempre perché nessuno mi ha dato un metodo sostenibile per il mio stile di vita" è il problema.

Foglio di lavoro

Rispondi qui sotto (o su un foglio separato). Dedica 20 minuti senza distrazioni.

Il mio argomento attuale:	
D1 — Perché è un problema adesso?	
D2 — Cosa succede se non lo risolve entro 3 mesi?	
D3 — Quanto spesso ci pensa, e come si sente ogni volta?	
D4 — Cosa ha già provato, e perché non ha funzionato? <i>(Ricorda: cerca la causa profonda, non l'autoaccusa)</i>	
D5 — Se risolvesse questo problema domani, come sarebbe diversa la sua giornata?	
Step 6 — La formula di sintesi Completa questa frase con le tue risposte: <i>"Il mio cliente ideale è un/una [professionista/persona] che [D3 — situazione e come si sente] — ha già provato [D4 — cosa ha provato] ma non ha funzionato perché [D4 — causa profonda]. Quello che vuole davvero è [D5]."</i>	
Step 7 — Il problema pagante in una frase Ora estrai i tre elementi chiave: <ul style="list-style-type: none">• Cosa ha già provato• Cosa non riesce ancora ad ottenere	

<ul style="list-style-type: none">• Perché reale (non l'autoaccusa)	
Il mio problema pagante: "Ha già provato [] + non riesce a [] + perché [causa profonda]"	

Il tuo risultato adesso

Hai completato il Filtro dei 5 Perché e hai una prima formulazione del tuo problema pagante. Ma è davvero quella giusta? Scoprilo nella prossima sezione.

Vuoi che l'AI verifichi il tuo risultato e lo affini in 5 minuti?

Nella *“Libreria dei Problemi che Vendono”* trovi il prompt già pronto da usare — insieme a 100 formulazioni al Livello 3 per 20 settori del coaching, della consulenza e della formazione.

La trovi qui → [**LIBRERIA DEI PROBLEMI CHE VENDONO**](#)

Il Test delle 3 Prove: Come sapere se hai trovato il problema giusto

Molte coach arrivano a questo punto con una formulazione che “sembra giusta”. E a volte lo è. Ma spesso è ancora leggermente troppo generica — e il modo per scoprirlo non è affidarsi all’istinto, ma verificarlo.

Queste 3 prove non ti chiedono di comprare tool a pagamento, fare ricerche complesse o aspettare mesi di dati. Sono veloci, gratuite e danno una risposta chiara.

Prova 1 — La Prova della Ricerca

Il problema esiste nelle ricerche online?

Vai su Google e digita il tuo problema pagante come se fossi la tua cliente ideale che lo cerca. Cosa trovi?

- **Se escono annunci a pagamento:** benissimo. Significa che qualcuno sta già spendendo soldi per intercettare quel problema.
- **Se escono articoli, post, corsi che rispondono a quel problema:** ottimo. Il mercato esiste.
- **Se non esce niente:** o il problema è ancora troppo generico (prova a riformularlo più specifico) — oppure lo stai cercando con le parole sbagliate (usa le parole del tuo cliente, non il “linguaggio tecnico”).

Bonus: cerca anche nei gruppi Facebook e nei commenti dei profili dei tuoi competitor. Le persone scrivono esattamente il loro problema nei commenti: sono miniere d’oro.

Prova 2 — La Prova della Conversazione

Hai mai sentito qualcuno descrivere questo problema con le sue parole esatte?

Questa prova si basa su un principio semplice: se devi spiegare al tuo cliente ideale che ha quel problema significa che non è ancora specifico abbastanza.

Il problema pagante è quello che il tuo cliente già sa di avere. Quello che ha già nominato. Quello di cui ha già parlato con un'amica, scritto in un diario, digitato nel telefono alle 2 di notte.

La regola d'oro

Se hai sentito qualcuno dire esattamente quelle parole (nei DM, nelle storie, in una conversazione) — il problema è reale e riconoscibile. Se non l'hai mai sentito dire da nessuno: forse stai risolvendo un problema che tu pensi abbiano, ma che loro non percepiscono così.

Prova 3 — La Prova del Prezzo

Qualcuno ha già pagato per risolvere questo problema?

Non devi essere la prima. Anzi, non vuoi essere la prima. Vuoi entrare in un mercato che esiste già e offrire una soluzione migliore, più specifica, più adatta al tuo cliente ideale.

Cerca: esistono corsi, libri, consulenze, tool, app che risolvono (o promettono di risolvere) quel problema?

- **Se sì:** il mercato esiste. Le persone pagano per risolvere quel problema. Puoi entrarci.
- **Se no:** o sei una pioniera in un mercato che non esiste ancora (rischioso) — oppure il problema non è ancora abbastanza specifico per avere una soluzione dedicata.

Cosa fare se il problema NON supera le 3 prove

Niente panico. Torna al foglio di lavoro della sezione precedente.

- **Se ha fallito la Prova 1:** riformula il problema con parole più comuni, quelle che userebbe il tuo cliente (non il linguaggio tecnico del tuo settore)

- **Se ha fallito la Prova 2:** il problema è probabilmente ancora a Livello 2. Applica di nuovo la domanda 4 del Filtro: *“Cosa ha già provato a fare per risolverlo?”* — e vai più in profondità
- **Se ha fallito la Prova 3:** potresti essere in un mercato nascente (non necessariamente sbagliato) oppure il problema è troppo di nicchia — valuta se allargarlo leggermente senza perdere la specificità

Il tuo risultato adesso

Hai un problema pagante validato con 3 prove concrete. Non un'ipotesi: una certezza. Adesso sai cosa comunicare.

La prossima sezione ti dice cosa fare con questa informazione.

Come usare il Problema che Vende

Hai trovato il tuo problema pagante. E adesso?

1. Usalo nei contenuti -> Smetti di pubblicare contenuti generici che parlano a tutti e a nessuno. Il problema pagante diventa il filo conduttore del tuo piano editoriale — ogni post, ogni reel, ogni storia ruota intorno a quello specifico dolore che le tue clienti riconoscono come loro.

2. Usalo per creare il tuo prossimo lead magnet -> Il lead magnet che attrae le clienti giuste non offre informazioni generiche: offre la soluzione al problema specifico che hanno già e che non riescono a risolvere da soli. Con il problema pagante in mano, sai esattamente cosa creare e come titolarlo.

Questo Lead Magnet nasce proprio dal processo “Filtro dei 5 perché” riferito al perché le mie clienti ideali Coach, Consulenti e Professioniste del Benessere sanno come usare i social, hanno una nicchia e fanno tutto giusto eppure i loro contenuti non vendono.

Avrei potuto creare un altro Lead Magnet su come scrivere sui social (uguale a centomila altri) e invece, grazie a questo processo, ho trovato un problema più profondo che pochi miei competitor affrontano

3. Usalo per costruire il tuo posizionamento -> Il problema pagante è il mattone zero del posizionamento. Ma da solo non basta — serve anche la nicchia, la grande idea differenziante e il sistema per comunicarli in modo che le clienti giuste ti scelgano senza dover convincere nessuno.

Questo è esattamente quello che costruiamo insieme nel First Class Accelerator™.

Conclusione

Hai il problema giusto.

Ora il mercato deve sapere che sei tu la risposta.

Sei arrivata fin qui, e questo già ti mette avanti rispetto al 90% delle coach e consulenti che continuano a postare sperando che "qualcosa funzioni".

Adesso hai una cosa preziosa: sai quale problema vuole risolvere il tuo cliente ideale. Sai che è urgente. Sai che è disposto a pagare per risolverlo.

Ma c'è ancora un pezzo mancante:

Trovare il problema giusto non basta.

È come voler costruire una casa con un solo mattone.

Passare da 2k a 5k in modo costante richiede che quel problema pagante diventi un posizionamento riconoscibile, che quel posizionamento diventi contenuti che convertono, che quei contenuti portino persone in consulenza, e che tu sappia chiudere quelle consulenze a prezzi adeguati al valore di ciò che offri e senza sentirti una venditrice.

Un passo alla volta. Nell'ordine giusto. Con qualcuno che ti guida quando la teoria è chiara ma la paura di applicarla è più forte.

È esattamente quello che costruiamo insieme nel First Class Accelerator™.

Il First Class Accelerator™: il sistema completo

Dentro il First Class Accelerator™ non lavoriamo solo sul problema pagante. Costruiamo il sistema intero.

6 mesi. 5 pilastri. Un risultato misurabile.

→ **Posizionamento che Spicca™** — Se sembri una tra mille... il cliente premium non si ferma. Non è solo “esseri unici”: **è avere una Grande Idea impossibile da ignorare.**

Arianna era ferma a 2K/mese. Dopo trovato un posizionamento sulla sua grande idea differenziante, ha fatto 6000€ in 3 giorni arrivando ai 10k al mese (settore: Personal Trainer)

→ **Storyselling Magnetico™** — Non impari a “scrivere contenuti”: impari a parlare il linguaggio del cliente premium pronto a pagare.

Elisabetta ha usato questo sistema e in pochi mesi è passata da 2000€ a 7000€ al mese (settore: Business Coach)

→ **Prezzi da Leader™** — Il prezzo è un segnale di posizionamento.

Costruiamo prezzi che filtrano chi non è pronto, sostengono il tuo valore, eliminano le negoziazioni

Alice ha smesso di svendersi e in 30 giorni è passata dal chiedere 600€ per il suo percorso a chiederne 1900€ vedendo 2 percorsi in 1 settimana. (settore: Spiritual Coach)

→ **Vendere Senza Paura** — impara a condurre consulenze che si chiudono naturalmente, senza pressione, senza tecniche aggressive, senza sentirti una venditrice.

Lorena ha applicato il sistema: da 10% a 90% di chiusura (settore: Architetta)

→ **3 Blocchi Radice™ sui Soldi** — lavoriamo sui blocchi profondi che ti impediscono di applicare quello che già sai.

Perché puoi avere il metodo perfetto, ma se dentro di te c'è una voce che dice “chi sono io per chiedere tanto?”, il metodo non parte.

Marika aveva paura di aumentare il prezzo dei suoi servizi. Abbiamo lavorato sul Blocco Radice™ Giudizio Sociale e in 30 giorni è passata da 2.500€ a oltre 8.000€/mese.(settore: Consulenza)

Se vuoi dare un'occhiata al programma completo -> [First Class Accelerator™](#)

Il tuo passo successivo

Se senti che è il momento di smettere di lavorare tanto e ricevere meno di quanto meriti — e vuoi costruire un business che ti paga, ti rappresenta e ti rispetta — il passo successivo è capire se possiamo lavorare insieme.

Ho creato un breve questionario di selezione per conoscere la tua situazione specifica: dove sei adesso, cosa hai già provato, dove vuoi arrivare.

È il primo passo per capire se il First Class Accelerator™ è la risposta giusta per te — adesso.

→ [GUARDA IL PROGRAMMA COMPLETO](#)

Oppure compila direttamente il questionario per accedere alla Consulenza Strategica:

→ [COMPILA IL QUESTIONARIO DI SELEZIONE](#)

Grazie di cuore per essere arrivata fino a qui.

Ti mando un mega abbraccio!

Federica

Money Mindset Coach & Business Strategist - Fondatrice del Sistema Vendere Senza Vendere™

Hai ricevuto questa guida perché ti sei iscritta alla lista di Federica Vomiero. Se hai domande, scrivi a info@federicavomiero.com. Non mandiamo spam — solo contenuti che valgono il tuo tempo.