

Da contenuti a clienti

Il metodo pratico per usare TikTok in
modo strategico e iniziare a ricevere
richieste



@simotiktokcoach



Negli ultimi mesi ho aiutato professionisti, imprenditori, networker, e-commerce e creator a utilizzare TikTok in modo strategico per aumentare visibilità, richieste e vendite.

Simo TikTok Coach



TikTok

- Strategia
- Contenuti
- Clienti

INTRODUZIONE

La verita' che nessuno ti dice su TikTok

Se stai leggendo questo ebook, probabilmente hai gia' provato a usare TikTok.

Hai pubblicato qualche video.

Hai seguito consigli trovati online.

Hai cercato di capire come funziona l'algoritmo.

E forse ti sei fatta/o la stessa domanda che sento ogni settimana durante le mie consulenze:

"Perche' i miei video non portano risultati?"

La risposta potrebbe sorprenderti.

Perche' nella maggior parte dei casi il problema non e' TikTok.

Non e' l'algoritmo.

Non e' nemmeno il numero di follower.

Il vero problema e' che molte persone iniziano a pubblicare senza una strategia.

Pubblicano contenuti senza sapere a chi stanno parlando.

Cambiano argomento continuamente.

Seguono consigli contrastanti.

E sperano che prima o poi qualcosa funzioni.

TikTok non premia chi pubblica a caso.

Premia chi riesce a comunicare in modo chiaro e coerente.

In questi anni ho aiutato professionisti, imprenditori, networker, consulenti e attività locali a utilizzare TikTok come strumento di visibilità e acquisizione clienti.

*E ho scoperto una cosa molto semplice:
chi ottiene risultati non pubblica di più. Pubblica meglio.*

Questo ebook nasce proprio per questo.

Non troverai trucchi magici.

Non troverai promesse irrealistiche.

Troverai invece un metodo pratico che puoi applicare fin da subito per:

- **capire come TikTok legge il tuo profilo**
- **parlare alle persone giuste**
- **creare contenuti con una struttura efficace**
- **trasformare le visualizzazioni in contatti**
- **iniziare a usare TikTok come uno strumento di lavoro**

Prendi carta e penna.

Perché le prossime pagine potrebbero cambiare completamente il modo in cui utilizzi TikTok.

Iniziamo.

CAPITOLO 1

Perche' i tuoi video restano
a 200-300 visualizzazioni?



Ti faccio una domanda diretta.

A quante visualizzazioni si fermano di solito i tuoi video?

200? 300? 500?

Magari ogni tanto uno sale a 1.000 o 2.000 visualizzazioni e poi tutto torna come prima.

Sei convinta/o che il problema sia l'algoritmo.

Oppure pensi: "Ormai TikTok non spinge piu'."

La verita'?

Nella maggior parte dei casi il problema non e' TikTok.

Il problema e' che il tuo messaggio non sta arrivando a nessuno.

E sai perche'?

Perche' stai parlando a tutti.

E quando parli a tutti, non parli a nessuno.

Questo e' uno degli errori piu' comuni che vedo durante le consulenze.

Persone preparate.

Professionisti competenti.

Imprenditori con prodotti validi.

Che pero' creano contenuti generici.

Contenuti che informano. Ma non coinvolgono.

Contenuti che spiegano. Ma non fanno sentire nessuno preso in causa.

Su TikTok succede una cosa molto semplice.

Le persone continuano a guardare un contenuto quando si riconoscono in cio' che stai dicendo.

Quando pensano:

"Sta parlando di me."

"Anche io mi sento cosi'."

"Anche io ho questo problema."

E' li' che aumenta il tempo di visualizzazione.

E' li' che arrivano i commenti.

E' li' che iniziano le richieste.

Molti credono che TikTok sia un motore di ricerca.

In parte e' vero.

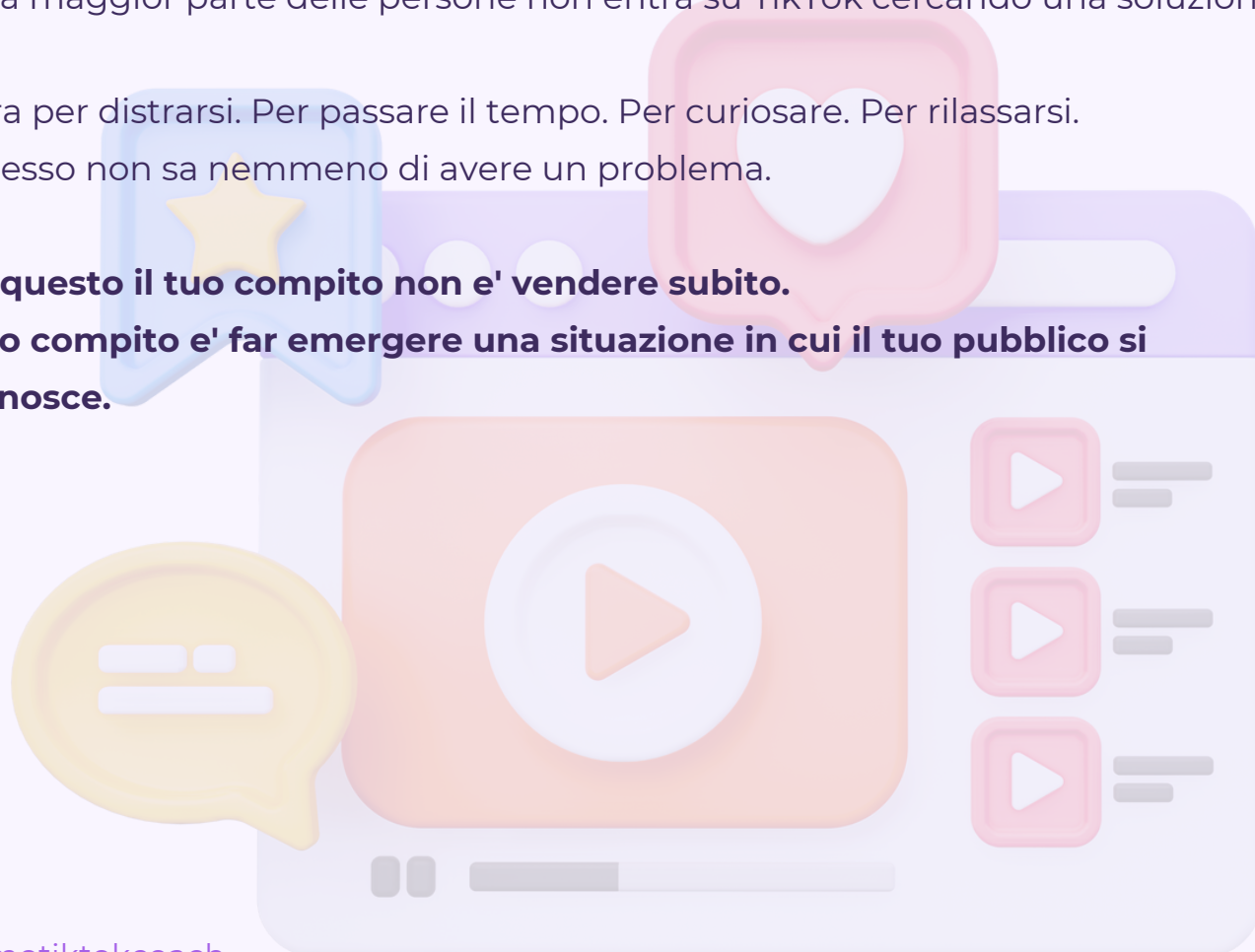
Ma la maggior parte delle persone non entra su TikTok cercando una soluzione.

Entra per distrarsi. Per passare il tempo. Per curiosare. Per rilassarsi.

E spesso non sa nemmeno di avere un problema.

Per questo il tuo compito non e' vendere subito.

Il tuo compito e' far emergere una situazione in cui il tuo pubblico si riconosce.



Facciamo un esempio.

Se vendi servizi per la perdita di peso e dici:

✱ "Ho un programma per dimagrire."

Probabilmente nessuno si fermerà'.

Se invece dici:

✓ "Ti capita di arrivare a sera gonfia, stanca e senza energie?"

Molte più persone si sentiranno coinvolte.

La differenza è enorme.

Non stai parlando del prodotto.

Stai parlando della persona.

Ricordalo sempre:

Le persone non comprano il tuo prodotto.

Comprano la soluzione a un problema.

Comprano una trasformazione.

Comprano un risultato.

Comprano una sensazione.

Ecco perché il primo lavoro da fare non è pubblicare di più'.

E' capire a chi stai parlando.

Perché quando il messaggio arriva alla persona giusta, anche TikTok inizia a capire meglio il tuo profilo.

E quando TikTok capisce chi sei e chi vuoi aiutare, le visualizzazioni iniziano lentamente a crescere.

Non per magia.

Per chiarezza.



ESERCIZIO

Prendi carta e penna. Rispondi a queste domande.

1

Chi vuoi aiutare?

2

Qual e' il problema principale che vive ogni giorno?

3

Come si sente a causa di questo problema?

4

Cosa desidera ottenere?

5

Quale trasformazione puoi aiutarla a raggiungere?

[illegible]



AZIONE IMMEDIATA

Guarda gli ultimi 10 video che hai pubblicato.

Chiediti:

- 👉 Sto parlando di me?
- 👉 Sto parlando del problema del mio cliente ideale?

Se la maggior parte dei tuoi contenuti parla di te, del tuo prodotto o della tua attività, **hai appena trovato uno dei motivi per cui le visualizzazioni restano basse.**

Prima di pubblicare il prossimo video, parti da un problema reale del tuo cliente ideale.

Potresti scoprire che il problema
non era l'algoritmo.
Era la comunicazione.

CAPITOLO 2

La categorizzazione spiegata semplice



La categorizzazione spiegata semplice

Categorizzare il profilo significa aiutare TikTok a capire chi sei, di cosa ti occupi e a chi mostrare i tuoi contenuti.

Molte persone iniziano a pubblicare video senza aver mai fatto questo lavoro.

E poi si chiedono:

"Perche' i miei contenuti non arrivano alle persone giuste?"

La risposta e' semplice.

Perche' TikTok non ha ancora capito chi sei.

Immagina TikTok come una stanza gigantesca piena di scatole.

Ogni scatola rappresenta un argomento.

fitness • ricette • viaggi • business • marketing
skincare • crescita personale • network marketing
e migliaia di altri.

Quando apri un nuovo profilo, TikTok prova a capire:

- ▶ chi sei
- ▶ cosa ti piace
- ▶ quali contenuti vuoi creare
- ▶ quali persone vuoi raggiungere

Se non riceve informazioni chiare, fara' fatica a capire in quale scatola inserirti.

E quando e' confuso, mostrera' i tuoi contenuti a pubblici casuali.



CAPITOLO 3

Il cliente ideale
Non la buyer persona da manuale



Quando parlo di cliente ideale durante le consulenze, molte persone fanno sempre lo stesso errore.

Mi rispondono:

- ▶ donna
- ▶ 35 anni
- ▶ sposata
- ▶ due figli
- ▶ lavora
- ▶ vive in citta'

E poi mi guardano aspettandosi che io dica:

"Perfetto."

In realta' siamo appena all'inizio.

Perche' questi sono dati.

Ma i dati non comprano.

★ Le persone si'.

Il tuo cliente ideale **non e' una scheda anagrafica.**

E' una persona reale.

Una persona che ogni giorno vive **emozioni, problemi, dubbi e desideri.**

Ed e' proprio qui che nasce la **comunicazione efficace.**

Immaginala.

Non davanti a TikTok.

- Sul divano dopo una giornata pesante
- Al supermercato mentre pensa alle spese
- In macchina mentre torna dal lavoro
- Al bar durante una pausa
- In ufficio davanti al computer

Stai vivendo la tua vita.

E in quel momento **non necessariamente stai cercando una soluzione.**

Molte persone non sanno nemmeno di avere il problema che tu puoi risolvere.

Ma possono **riconoscersi** nei tuoi contenuti.

Ed è qui che TikTok diventa potente.

Perché non interrompe.

★ **Fa emergere.**

Quando una persona guarda un tuo video e pensa:

"Mi sento esattamente così".

→ Hai catturato la sua **attenzione.**

Quando pensa:

"Anche io sto vivendo questa situazione."

→ Hai creato **connessione.**

Quando pensa:

"Forse questa persona può aiutarmi."

→ Hai iniziato a costruire **fiducia.**

★ **Ed è proprio da qui che nascono le richieste.**

Le domande giuste

Invece di chiederti:

"Chi e' il mio cliente ideale?"

Prova a chiederti:

- Come si sente?
- Cosa lo preoccupa?
- Cosa lo blocca?
- Cosa vorrebbe cambiare?
- Quale problema affronta ogni giorno?
- Quale risultato desidera ottenere?
- Cosa prova quando non riesce a raggiungerlo?

Un esempio pratico

Se aiuti persone a vendere su TikTok, il problema non e':

✗ "Vuole piu' visualizzazioni."

Il problema potrebbe essere:

- ✓ pubblica ma nessuno le scrive
- ✓ sente di perdere tempo
- ✓ si confronta con altri creator
- ✓ pensa di non essere portata
- ✓ non sa cosa pubblicare
- ✓ inizia e poi si blocca

Capisci la differenza?

Le visualizzazioni sono il **sintomo**.
L'emozione e' il **vero problema**.

★ E le persone reagiscono alle emozioni.

ESERCIZIO

Prendi carta e penna.
Completa queste frasi.

Il mio cliente ideale si sente:

Ogni giorno pensa:

La sua paura più grande è:

Vorrebbe ottenere:

Quando apre TikTok si sente:

Se potesse risolvere il suo problema domani mattina sarebbe felice perché:



AZIONE IMMEDIATA

Apri gli ultimi 5 contenuti che hai pubblicato.

Ora chiediti:

Sto parlando del mio prodotto?

Oppure sto parlando di come si sente la persona che voglio aiutare?

Se stai parlando solo del prodotto, **fermati.**

I contenuti che convertono non partono dalla soluzione.

Partono dall'emozione.

★ Perché prima di acquistare, le persone vogliono sentirsi comprese.

CAPITOLO 4

La bio che trasforma
visite in contatti



Ti faccio una domanda.

Quando qualcuno arriva sul tuo profilo TikTok,
cosa succede nei primi secondi?

Molto probabilmente guarda:

- ✓ la foto profilo
- ✓ il nome utente
- ✓ la bio

👉 **Resto.** oppure 👉 **Esco.**

Ecco perche' **la bio e' molto piu' importante di quanto pensi.**

La bio e' il tuo biglietto da visita digitale.

Non serve a raccontare tutta la tua storia.

Serve a far capire **immediatamente:**

- ★ chi sei
- ★ chi aiuti
- ★ perche' dovrebbero seguirti

Piu' sei chiaro, piu' aumentano le possibilita' che una semplice visita
si trasformi in un **follower**, un **contatto** o un **cliente**.

Quanto puo' essere lunga una bio?

TikTok mette a disposizione circa **80 caratteri** visibili principali nella bio.

Per questo **ogni parola conta**.

Non c'e' spazio per la confusione.

Meglio una frase semplice e diretta che una descrizione lunga e poco chiara.

Gli elementi di una bio efficace

1. Chi aiuti

L'utente deve capire subito se stai parlando a lui.

Esempio:

- ✓ Aiuto professionisti a trovare clienti online
- ✓ Aiuto donne in menopausa a ritrovare energia
- ✓ Aiuto imprenditori a usare TikTok in modo strategico

2. Il risultato

Quale trasformazione offri?

Non vendere il prodotto.

Comunica il beneficio.

Esempio:

 Corso TikTok

 Impara a trasformare i contenuti in richieste

3. Call To Action

Le persone hanno bisogno di essere guidate.

Se non dici loro cosa fare, **spesso non fanno nulla.**

Esempi:

 Guarda la lezione gratuita

 Scrivimi in DM

 Scopri il metodo

 Scarica la guida

 Prenota la tua consulenza

La formula semplice

Puoi utilizzare questa struttura:

CHI AIUTI + RISULTATO + CTA

Esempio:

Aiuto professionisti a usare TikTok
per trovare clienti

👉 Guarda la lezione gratuita

La foto profilo

Molte persone la sottovalutano.

Errore.

La foto profilo deve essere:

- ✓ luminosa
- ✓ professionale
- ✓ semplice
- ✓ riconoscibile

Il tuo volto deve essere ben visibile.

Evita:

- ✗ foto scure
- ✗ foto lontane
- ✗ immagini confuse
- ✗ loghi difficili da leggere

Ricorda:

Le persone si fidano delle persone.

Il nome utente

Anche il nome utente comunica qualcosa **all'algoritmo** e agli utenti.

Se possibile, mantieni **coerenza con il tuo argomento**.

Esempi:

- ✓ Simona TikTok Coach
- ✓ Marco Fitness Coach
- ✓ Elena Digital Marketing

**Piu' il profilo e' coerente, piu' sara' facile
per TikTok capire di cosa ti occupi.**

Link in bio



Se hai la possibilità di inserire un link, **sfruttalo**.
Non lasciare il link vuoto.

Puoi collegare:

- una guida gratuita
- una lezione gratuita
- una landing page
- una candidatura a una call

Se non hai ancora un link disponibile, utilizza una **CTA chiara** nella bio.

Per esempio:



Scrivimi in DM per informazioni

oppure



Commenta "INFO" nei miei contenuti

Errori da evitare

- ✗ Parlare solo di te
- ✗ Usare frasi generiche
- ✗ Nessuna call to action
- ✗ Bio confuse
- ✗ Emoji in eccesso
- ✗ Non spiegare cosa fai

ESERCIZIO

Apri il tuo profilo TikTok.
Ora chiediti:

Una persona che non mi conosce capisce in 5 secondi:

✓ **chi aiuto?**

✓ **quale risultato offro?**

✓ **cosa deve fare dopo?**

Se hai risposto "no" anche a una sola domanda,
la tua bio **puo' essere migliorata.**

AZIONE IMMEDIATA



Riscrivi la tua bio utilizzando questa formula:

CHI AIUTI

RISULTATO

CALL TO ACTION

Poi chiedi a una persona che non conosce il tuo lavoro:

"Secondo te di cosa mi occupo?"

Se non riesce a rispondere subito,
la bio non e' ancora abbastanza chiara.

La chiarezza vende.

La confusione no.



CAPITOLO 5

La struttura video che utilizzo
con i miei studenti



Ti svelo una verita' che potrebbe cambiare completamente il modo in cui crei contenuti.

Un buon video non inizia con una spiegazione.

Inizia con un'interruzione.

Perche' TikTok e' una piattaforma veloce.

Le persone **scorrono contenuti** in continuazione.

Se nei **primi secondi** non catturi la loro **attenzione**, continueranno semplicemente a scorrere.

Ecco perche' non consiglio mai di iniziare un video con frasi come:

✗ "Ciao, sono Simona..."

✗ "Oggi vi racconto..."

✗ "In questo video parleremo di..."

✗ "Benvenuti nel mio canale..."

Non perche' siano sbagliate.

Ma perche' **non creano curiosità**.

L'utente non ti conosce ancora.

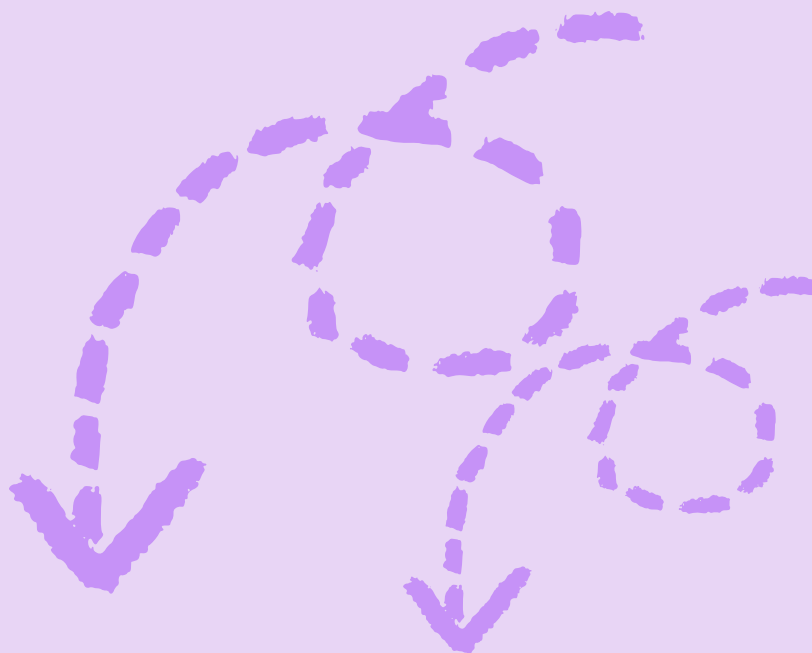
E prima di ascoltare chi sei, vuole capire se il **contenuto riguarda lui**.

La struttura che utilizzo

La maggior parte dei video che creo e che insegno ai miei studenti segue una struttura molto semplice:

- **GANCIO**
- **PROBLEMA**
- **VALORE**
- **CALL TO ACTION**

Vediamola insieme.



IL GANCIO = TITOLO

Il gancio e' la frase che **ferma lo scroll**.

Il suo compito non e' vendere.

Il suo compito e' far continuare la visione.

Un buon gancio fa pensare:

👉 "Aspetta un attimo..."

👉 "Anche a me succede."

👉 "Voglio capire meglio."

Esempi:

✓ *Se usi TikTok e i tuoi video si fermano a 300 visualizzazioni, devi sapere questo.*

✓ *Stai commettendo un errore che blocca la crescita del tuo profilo.*

✓ *Se vendi online ma nessuno ti contatta, probabilmente il problema e' questo.*

✓ *Ti hanno detto che basta pubblicare ogni giorno? Non e' proprio cosi'.*

Il gancio non parla di te.

Parla del problema della persona che sta guardando.

IL PROBLEMA

Una volta catturata l'attenzione, devi **approfondire il problema**.
Qui il tuo obiettivo e' fare una cosa molto importante:

👉 far sentire la persona compresa.

Esempio:

"Molti pubblicano contenuti ogni giorno, ma nessuno ha spiegato loro come **parlare al cliente ideale**."

Oppure:

"Molte persone pensano che il problema sia l'algoritmo, quando in realta' il **messaggio non arriva alle persone giuste**."

Quando il pubblico si riconosce nella situazione, continua a guardare.

IL VALORE

Qui arriva la **parte educativa**.

Attenzione.

Valore non significa raccontare tutto.

Valore significa aiutare la persona a capire qualcosa che prima non vedeva.

Per esempio:

- ✓ **spiegare un errore**
- ✓ **spiegare una strategia**
- ✓ **mostrare un passaggio pratico**
- ✓ **dare un consiglio applicabile**

Il tuo obiettivo non e' trasformare il video in una lezione universitaria.

Devi lasciare l'utente con una maggiore chiarezza.

LA CALL TO ACTION

Molti creator **dimenticano questo passaggio.**

Errore.

***Se non inviti le persone a fare un'azione,
spesso non faranno nulla.***

La CTA deve essere semplice.

Esempi:

- 📌 Salva questo video per rivederlo piu' tardi.
- 📌 Seguimi per altri contenuti su TikTok.
- 📌 Commenta "INFO" se vuoi approfondire.
- 📌 Clicca sul link in bio e guarda la mia lezione gratuita.

Una CTA chiara aumenta l'interazione e guida l'utente verso il passo successivo.



Esempio completo

GANCIO

"Se usi TikTok e i tuoi video si fermano a 300 visualizzazioni, ascolta bene."

PROBLEMA

"Molte persone pensano che il problema sia l'algoritmo."

VALORE

"In realta' spesso il profilo non e' categorizzato e il contenuto non parla al cliente ideale."

CTA

"Salva questo video e clicca sul link in bio per guardare la mia lezione gratuita."

ESERCIZIO

Apri gli ultimi 5 video che hai pubblicato.

Ora rispondi:

Il gancio è presente?

☐

Si

☐

No

Parla di un problema reale?

☐

Si

☐

No

Ho dato valore?

☐

Si

☐

No

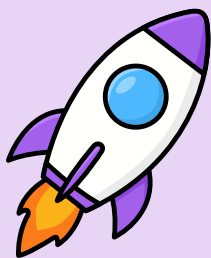
Ho inserito una CTA?

☐

Si

☐

No



AZIONE IMMEDIATA

Prima di registrare il prossimo video, scrivi su un foglio:

GANCIO

PROBLEMA

VALORE

CTA

Solo quattro righe.

Ti aiuteranno a creare contenuti **piu' chiari, piu' efficaci** e molto piu' facili da seguire.

Ricorda:

Le persone non guardano un video perche' e' lungo o corto.

Lo guardano perche' vogliono sapere **cosa succede dopo**.

E tutto inizia da un buon gancio.



3 COMANDI AI PER I TUOI VIDEO

Prima di chiedere, fai una breve descrizione di chi sei e di cosa ti occupi. Raccontati! Una volta fatto questo esercizio, puoi usare questi prompt:

PROMPT 1

"Ciao, mi puoi suggerire un testo per un video parlato TikTok di circa 40 secondi su [argomento]. Struttura: gancio, problema, valore e CTA. La CTA deve essere: commenta OK per info."

PROMPT 2

"Ciao, mi puoi dare 5 idee di gancio per un video TikTok sul tema [argomento]? Devono essere brevi, diretti e far fermare lo scroll."

PROMPT 3

"Mi puoi riscrivere questa CTA in 3 versioni diverse? Deve invitare a commentare, seguire o cliccare il link in bio. Ecco la mia CTA attuale: [la tua CTA]."

Consiglio: Più sei specifico nella descrizione iniziale, migliori saranno i risultati!

CAPITOLO 6

Le analitiche che devi guardare davvero



Ti faccio una domanda.

Quando apri le **analitiche di TikTok**, cosa guardi per prima cosa?

Se la risposta e':

le visualizzazioni

non sei l'unica persona.

E' quello che fanno quasi tutti.

Ma c'e' un problema.

Le visualizzazioni da sole **non ti dicono se un contenuto sta funzionando davvero.**

Per questo motivo molti creator prendono **decisioni sbagliate.**

Pubblicano un video.

Vedono poche visualizzazioni.

Lo considerano un **fallimento.**

E smettono di testare.

La realta' e' diversa.

Le analitiche servono per capire **cosa migliorare.**

Non per giudicare il tuo valore.

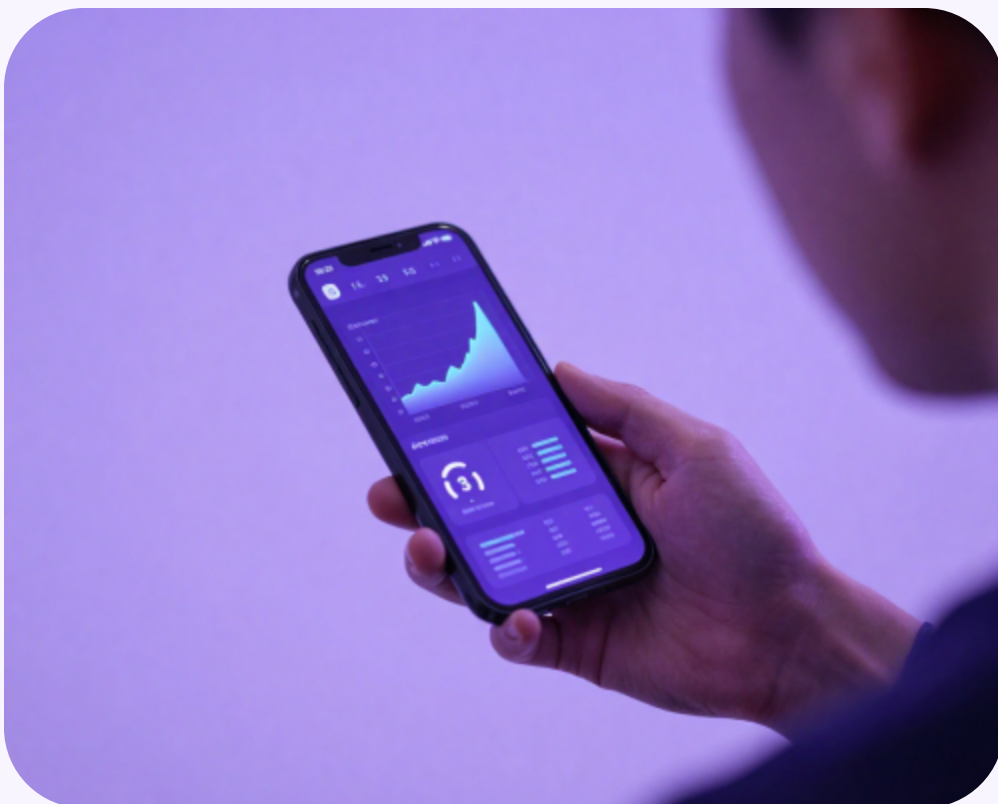
Le visualizzazioni sono solo un numero

Un video da 300 visualizzazioni **non e' necessariamente un brutto video.**

E un video da 10.000 visualizzazioni **non e' necessariamente un buon video.**

La vera domanda e':

Come si sono comportate le persone che l'hanno visto?



Il tempo medio di visualizzazione

Questo e' uno dei dati **piu' importanti**.

Ti dice quanto tempo le persone restano sul tuo contenuto.

Piu' il **tempo medio** aumenta, piu' TikTok capisce che il video sta **trattenendo l'attenzione**.

Se le persone escono dopo pochi secondi, TikTok riceve un **segnale diverso**.

Per questo il **gancio e' fondamentale**.

Se il gancio non funziona, il pubblico scorre.

Le origini del traffico

Questo dato ti permette di capire **da dove arrivano le visualizzazioni**.

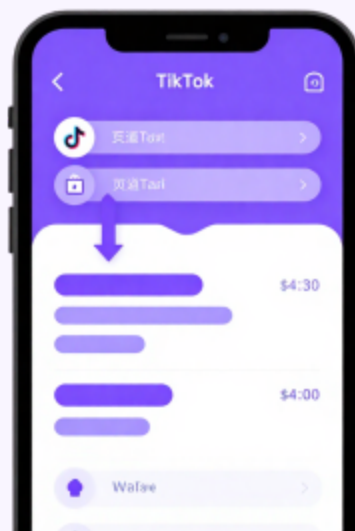
Vai nelle analitiche del video.

Apri:

Origini del traffico.

Potresti trovare:

- ▶ **Per Te**
- ▶ **Cerca**
- ▶ **Profilo**
- ▶ **Seguiti**
- ▶ **Messaggi diretti**
- ▶ **Altro**



La sezione "Per Te"

Questa e' la sezione **piu' importante**.

E' qui che TikTok mostra i tuoi contenuti a **persone che non ti conoscono**.

Quando una buona percentuale delle visualizzazioni arriva da "Per Te", significa che la piattaforma sta **testando il tuo contenuto su nuovi utenti**.

Ed e' esattamente quello che vuoi.

Perche' **nuovi utenti** significa **nuove opportunita'**.

I commenti e i salvataggi

I commenti

Molte persone li sottovalutano.

Errore.

I commenti sono uno dei **segnali piu' forti** che puoi ricevere.

Perche' indicano che qualcuno **si e' fermato**.

Ha riflettuto.

E ha deciso di **partecipare alla conversazione**.

I salvataggi

Per me sono spesso **piu' importanti dei like**.

Perche' una persona salva un contenuto quando pensa:

👉 **Mi servira' piu' tardi.**

E' un **segnale fortissimo** di interesse.

Le condivisioni e cosa ignorare

Le condivisioni

Anche questo e' un dato prezioso.

Quando qualcuno condivide un video, sta dicendo:

👉 ***Questa informazione puo' essere utile anche a qualcun altro.***

TikTok lo interpreta come un **contenuto di valore.**

Cosa ignorare

Evita di controllare le analitiche ogni dieci minuti.

Non guardare un video dopo un'ora e decidere che non funziona.

TikTok puo' continuare a distribuire un contenuto anche dopo **giorni o settimane.**

Lascia lavorare la piattaforma.

Analizza. Osserva. Migliora.

AZIONE IMMEDIATA 🚀

Scegli il tuo **miglior video** degli ultimi 30 giorni.

Non copiarlo.

Analizzalo.

Poi crea un nuovo contenuto sullo stesso argomento.

Chi ottiene risultati su TikTok non pubblica sempre idee nuove.
Capisce **cosa funziona** e lo migliora.

Le analitiche servono esattamente a questo.



CAPITOLO 7

Piano d'azione
7 giorni



Il tuo piano d'azione



Se sei arrivata/o fino a qui, hai capito una cosa importante.

TikTok non e' **fortuna**.

Non e' **magia**.

Non e' nemmeno pubblicare a caso sperando che qualcosa succeda.

TikTok e' uno **strumento**.

E come ogni strumento va utilizzato con **metodo**.

Per questo voglio lasciarti un **piano pratico di 7 giorni** che puoi iniziare subito.

Non serve essere perfetti.

Serve **iniziare**.

GIORNO 1

Definisci il tuo **cliente ideale**

Prendi carta e penna.

Scrivi:

Come si sente?

Cosa lo preoccupa?

Cosa desidera?

Quale **problema** vive ogni giorno?

Quale **trasformazione** sta cercando?

Ricorda:

Le persone non comprano **prodotti**.

Comprano **soluzioni**.

GIORNO 2

Sistema il **profilo**

Controlla:

- ✓ Foto profilo
- ✓ Nome utente
- ✓ Bio
- ✓ Call To Action
- ✓ Link in bio

Chiediti:

Una persona che arriva sul mio profilo capisce subito chi aiuto?

Se la risposta e' no, lavora sulla **chiarezza**.

GIORNO 3

Categorizza il **profilo**

Per almeno 30 minuti:

Segui persone del tuo settore
Guarda contenuti coerenti
Interagisci con il tuo argomento
Commenta contenuti in target

TikTok deve capire in quale **"scatola"** mettere il tuo profilo.

GIORNO 4

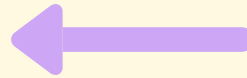
Crea **3 contenuti**

Non uno.

Tre.

Testa formati diversi.

Video parlato

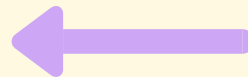


Parla direttamente al problema.

Esempio:

"Se usi TikTok ma nessuno ti scrive, probabilmente stai facendo questo errore."

Video in movimento



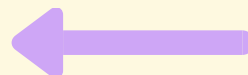
Mentre cammini.

Mentre lavori.

Mentre mostri una situazione reale.

Le persone amano vedere **autenticita'**.

Carosello

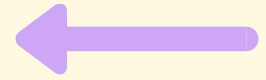


Perfetto per:

- errori
- consigli
- checklist
- mini guide

GIORNO 5

Testa il formato **TESTO**



Questa funzione e' ancora poco utilizzata da molti creator.

Ed e' un ottimo modo per aumentare la **visibilita'**.

Regola semplice:

- ✓ massimo 240 caratteri
- ✓ una sola idea
- ✓ una frase che colpisce

Esempio:

"Se i tuoi video restano a 300 visualizzazioni, il problema non e' TikTok. Il problema e' che nessuno si **riconosce** nei tuoi contenuti."

Semplice.

Diretto.

Impossibile ignorarlo.

GIORNO 6

Analizza

Apri gli ultimi contenuti pubblicati.

Controlla:

- ✓ tempo medio di visualizzazione
- ✓ commenti
- ✓ salvataggi
- ✓ condivisioni
- ✓ origine del traffico

Non chiederti:

"Ha funzionato?"

Chiediti:

"Cosa posso migliorare?"

GIORNO 7

Rispondi alle **persone**

Questo passaggio viene ignorato da quasi tutti.

Errore.

TikTok e' una piattaforma **sociale**.

Le **relazioni** contano.

Rispondi:

- ✓ ai commenti
- ✓ ai messaggi diretti
- ✓ alle domande
- ✓ alle persone che interagiscono

Dietro ogni commento c'e' una **persona**.

E dietro ogni persona potrebbe esserci un **cliente**.

La regola che cambia tutto

Non pubblicare per **vendere**.

Pubblica per creare **connessione**.

Le vendite arrivano dopo.

Prima arriva la **fiducia**.

Ricorda

Un contenuto efficace contiene quasi sempre:

- ✓ un **gancio**
- ✓ un **problema**
- ✓ **valore**
- ✓ una **call to action**

L'obiettivo non e' diventare **virale**.

L'obiettivo e' diventare **rilevante**.

Perche' un profilo con meno visualizzazioni ma con il **pubblico giusto** vale molto di piu' di un profilo pieno di persone disinteressate.



AZIONE FINALE

Scegli una sola cosa che hai imparato in questo ebook.

Applicala oggi stesso.

Non domani.

Non la prossima settimana.

Oggi.

Perche'?

Perche' i risultati su TikTok non arrivano a chi **sa**.

Arrivano a chi **applica**.

E adesso tocca a **te**.

CONCLUSIONE

E adesso?



Se sei arrivata/o fino a qui...

Se sei arrivata/o fino a qui, una cosa e' certa.

Hai capito che TikTok non e' una piattaforma da usare a caso.

Hai visto quanto contano:

- la categorizzazione
- il cliente ideale
- la bio
- la struttura dei contenuti
- le analitiche
- la strategia

La domanda ora e' semplice.

Vuoi continuare da sola/o...

oppure vuoi essere **guidata/o**?

Negli ultimi mesi ho **aiutato** professionisti, networker, consulenti, attivita' locali, creator ed ecommerce a **utilizzare TikTok** in modo piu' **strategico**.

Se sei arrivata/o fino a qui...

Non con formule magiche.

Non con promesse irrealistiche.

Ma con un **metodo pratico, applicabile e costruito sulla persona.**

Se senti che e' arrivato il momento di fare il passo successivo, puoi scegliere una delle seguenti opzioni.

Candidati alla Call Gratuita

Analizzeremo insieme il tuo profilo e capiremo quali sono i punti da migliorare.

 **[CLICCA QUI](#)**

Percorsi TikTok

TikTok Start

Per chi vuole costruire le basi corrette.

TikTok Strategia

Per chi vuole trasformare i contenuti in richieste e clienti.

Ricorda :

TikTok non fa crescere il tuo business al posto tuo.

Ma può portare davanti a te le persone giuste.

E quando le ***persone giuste si riconoscono in ciò che comunichi***, le ***visualizzazioni diventano relazioni*** e le relazioni **possono diventare clienti.**

A presto,



Simona – TikTok Coach

La coach che
ti insegna a vendere
ciò che rappresenti.

