

# Come scrivere per vendere



**RAY EDWARDS**

**SCOPRI LE MIGLIORI TECNICHE  
DI SCRITTURA PER AVERE SEMPRE  
PIÙ VENDITE E PIÙ CLIENTI**



**UNICOMUNICAZIONE**

**Come  
scrivere  
per  
vendere**



UNICOMUNICAZIONE

# Cosa dicono di Ray

## **“Il miglior insegnante di copywriting che conosca”**

“Ray Edwards non è solo un maestro del copywriting, è anche il miglior insegnante di copywriting che conosca. Che tu venda prodotti, servizi o punti di vista, il programma di Ray ti darà la formazione di cui hai bisogno per portare i tuoi potenziali clienti a comprare ORA.”

Michael Hyatt, autore del bestseller *Platform*

## **“Le vendite sono schizzate alle stelle!”**

“Ho incontrato Ray per la prima volta quando ancora lavoravo con Tony Robbins. Rivolgerci a Ray è stata una delle nostre decisioni migliori. Ogni volta che usavamo il suo copy, le nostre vendite schizzavano alle stelle!”

Amy Porterfield, creatrice del ProfitLab

**“Questo materiale è oro puro!”**

“Ray è la mia figura di riferimento in questo campo. Non solo predica bene, razzola ancora meglio. Ha fatto in prima persona tutto ciò che insegna. Questo materiale è oro puro!”

Jeff Goins, autore di *The Art of Work*

**“Un lavoro eccellente”**

“Massima integrità, è un piacere lavorare con lui... e fa un lavoro eccellente. Adoro lavorare con Ray.”

Jeff Walker, autore del bestseller *Launch!* e creatore della *Product Launch Formula*

**“Una sales letter... 10 milioni di dollari!”**

“Ray porta risultati, senza mezzi termini. Ha scritto molti testi di copy di vendita dagli innegabili risultati, tra cui la sales letter che ci ha fruttato più di 10 milioni di dollari.”

Joe Barton, fondatore e CEO della Barton Publishing

**“Ha portato le mie vendite a livelli mai visti prima!”**

“Adoro Ray Edwards! Ho utilizzato le sue eccezionali risorse per portare le mie vendite a livelli mai visti prima. Non so come, ma riesce a far sembrare il copywriting semplice e divertente. Consigliatissimo!”

Cliff Ravenscraft, The Podcast Answer Man

**“Non c'è nessuno meglio di lui”**

“Ray Edwards sa come vendere in modo etico. Non c'è nessuno meglio di lui... per fare più vendite, aiutare più persone ed essere soddisfatti dell'impatto che si riesce ad avere.”

Stu McLaren, cofondatore della Platform University

**“In poche parole, Ray è il maestro... tutti gli altri sono suoi allievi”**

“Ray non è solo un maestro del copywriting, ma anche un mentore appassionato e prolifico per alcuni dei più talentuosi specialisti della parola nel marketing moderno. Ray comprende le complessità dell'ambiente imprenditoriale di oggi e dimostra la stessa cura e lo stesso interesse per il CEO della grande corporation come per il piccolo imprenditore autonomo. Questo libro è la guida fondamentale per chiunque desideri accrescere la propria capacità di esercitare influenza, oltre che il fatturato.”

Brian A. Holmes, fondatore della Strategic Influencers, BrianHolmes.com

**“Ray produce risultati e lo fa con classe”**

“Sono relativamente pochi i copywriter che producono risultati. Tra questi, Ray fa parte di un gruppo ancora più ristretto: quelli di coloro che producono risultati e lo fanno con classe.”

David Garfinkel, fondatore del World Copywriting Institute

**“Ti dà tutto”**

“Ray è generoso con i suoi insegnamenti e ti dà davvero tutto. Non perdere l’occasione di approfittare della possibilità di affilare le tue armi e di far emergere il tuo genio per il copywriting per avere un impatto sul web e nel mondo.”

Joel Comm, autore dei bestseller *Twitter Power 3.0*, *Ka-Ching* e *The AdSense Code*

**“Un piano dettagliato per il successo, facile da seguire”**

“Le illuminanti idee che Ray condivide in questo libro mi hanno aiutato a fare più del doppio delle vendite con la mia attività. È un insegnante abilissimo, un artista della parola talentuoso e un maestro nel rendere le informazioni di cui hai bisogno accessibili e applicabili, permettendoti di utilizzarle per produrre RISULTATI REALI. Se sei seriamente intenzionato a far crescere la tua attività, allora hai bisogno di leggere, applicare e ripetere ogni giorno ciò che imparerai in *Come scrivere per vendere*: è un piano dettagliato per il successo, facile da seguire!”

Michael Hudson, creatore del VisionSpeaker System

**“Il copy per e-mail migliore che io abbia mai visto”**

“Ray Edwards è senza dubbio una delle menti più brillanti del mondo del copywriting e del marketing, e produce copy per e-mail tra i migliori che abbia mai visto.”

Ben Settle, editore di *E-mail Players Newsletter*, principale esperto di e-mail copy al mondo

**“Un testo irrinunciabile per gli imprenditori del mondo tecnologico”**

“Ray svela il mondo del copywriting rendendolo chiaro e accessibile a imprenditori come me. Se conosci e capisci la tecnologia, ma fatichi a trovare clienti, interrompi qualsiasi altra attività e leggi questo libro. Le risposte ai tuoi problemi di clientela sono in queste pagine.”

Steve Kurti, Ph.D., [TableTopInventing.com](http://TableTopInventing.com)

**“Uno dei migliori copywriter viventi al mondo oggi”**

“Per me il nome di Ray Edwards è sinonimo di copywriting di massimo livello al mondo. È semplicemente uno dei migliori copywriter viventi al mondo oggi.”

Mike Filsaime, [MikeFilsaime.com](http://MikeFilsaime.com)

**“Ogni volta che do dei soldi a Ray Edwards, ne guadagno molti di più”**

“Ray Edwards è stato il principale motivo che mi ha spinto ad apprendere e amare il copywriting. Ho partecipato ai suoi corsi di formazione esclusivi e di massimo livello, e posso dire che è stato Ray ad aiutarmi a cominciare la mia carriera di copywriter e a dare inizio a una mia attività dopolavoro che è cresciuta talmente in fretta da farmi lasciare il mio impiego come dirigente solo un anno dopo. (Ah, e ho già guadagnato 5 volte più del mio stipendio da dipendente il primo mese da libero professionista come copywriter) Se impari da Ray stai imparando dal migliore sulla piazza.”

Mike Kim, Marketing Strategist e consulente, [MikeKim.com](http://MikeKim.com)

**“Copywriting dal cuore”**

“Sono la sua autentica integrità, la sua penetrante onestà e la sua straordinaria empatia a fare di Ray uno dei geni del copywriting dei nostri tempi. Il suo concreto fondamento etico e spirituale gli ha fornito la preziosa chiave per aprire il cuore e il portafoglio dei tuoi clienti. Questo libro è un must se vuoi imparare a vendere dal cuore.”

AJ Slivinski, autore di *The Leadership Code*, [UnlocktheLeadershipCode.com](http://UnlocktheLeadershipCode.com)

**“Autenticità e tecnica di copywriting etico!”**

“L’approccio di Ray nel prendersi cura dei consumatori e dare loro potere è il punto di riferimento più prezioso della leadership tramite le vendite. Ray dimostra come riversare compassione e filosofie personali sui clienti sia non solo essenziale per offrire un servizio di qualità nella vendita, ma anche per guadagnare bene! Ray Edwards è il nostro promotore di marketing universale: insegna ai venditori come vendere in modo più efficace mostrando ai consumatori che viene loro offerta una via per ottenere i servizi e i prodotti migliori, in modo etico.”

Jennifer Brenton, fondatrice della Mososery Health Service Corporation

**“Suprema comprensione della psicologia umana”**

“Ray dimostra una suprema comprensione della psicologia umana. Mostra in modo esperto come utilizzare questa comprensione per condividere il proprio messaggio con i clienti potenziali ed effettivi, in un modo ricco di senso per loro. Questo ti aiuterà sicuramente a far arrivare il tuo messaggio a più persone, e a trarre maggiori profitti online. Ray utilizza tattiche comprovate

nel tempo, aggiornate per il nuovo mezzo che è internet. Hai tra le mani un libro molto potente: utilizzalo con saggezza.”

Dr. Kenny Handelman, [DrKenny.com](http://DrKenny.com)

**“Non esiste un copywriter migliore. Punto.”**

“Ray Edwards ha scritto copy per il mio marketing che è stata la causa diretta di milioni di dollari in più nel mio conto in banca. Non esiste un copywriter migliore. Punto. Non posso quasi credere che abbia messo i suoi migliori segreti in un libro, considerando il fatto che lo pago 30.000 dollari per scrivermi un singolo testo promozionale. Prendete il suo libro. Ora.”

Matt Bacak, [MattBacak.com](http://MattBacak.com)

**“Prendi questo libro!”**

“Ray Edwards è un uomo dall’impeccabile integrità, fatto che risulta evidente sia nel copy che scrive che ora nel suo libro. In *Come scrivere per vendere*, Ray ti porta direttamente al cuore pulsante del copywriting – che cos’è, e soprattutto come farlo – senza la minima traccia della nebulosità verbale così comune in tanti libri di autoaiuto. Ray ti invita nella sua stanza dei bottoni, dove ti mostra lo strumentario che utilizza per il suo copywriting che funziona veramente nel mondo reale. Se non scrivi da solo il tuo copy, Ray ti mostrerà come fare per ottenere il meglio da chi scrive per te. Se invece sei tu a scrivere, *Come scrivere per vendere* è una garanzia di crescita del tuo conto in banca. Che altro possiamo dire, se non: prendi questo libro!”

Judith Sherven e Jim Snieckowski, autori del bestseller *The Heart of Marketing*

**“Adoro il libro di Ray”**

“Adoro il libro di Ray sul copywriting. Tratta i fondamentali in modo chiaro e collega il ruolo primario del copywriter ai bisogni del pubblico, per poi passare a una spiegazione approfondita degli specifici utilizzi e delle applicazioni del copywriting.”

Douglas Samuel, DouglasSamuel.com

**“Questo libro è veramente eccezionale”**

“Ray, WOW, questo libro è veramente eccezionale. Hai spiegato un processo complicato e difficile in termini molto semplici da comprendere. Il modo in cui poi riassumi il tutto con liste di cose da fare facili da seguire mi permette di emulare il tuo genio creativo. Grazie di cuore per aver condiviso la tua esperienza e le tue conoscenze nell’ambito del copywriting”.

Josef Mack, chbs-llc.com

**“Vale il suo peso in oro!”**

“Questo libro vale il suo peso in oro! Non esiste una guida più completa alla scrittura di copy su internet per il tuo business online.”

Frank Deardruff III, FrankDeardruff.com

**“Non scrivere un’altra parola senza usarlo!”**

“È come avere Ray Edwards seduto di fianco che ti mostra esattamente come scrivere copy che porta risultati. Dopo aver prodotto un libro strapieno di tecniche da seguire passo dopo passo e di illuminanti informazioni sul copywriting, Ray le sostanzia con abbondanti esempi (addirittura analizzando in dettaglio il copy scritto da alcuni dei migliori marketer del mondo, per rivelare come funziona). Questo libro si è guadagnato una collocazione permanente di fianco al mio computer... Non scrivere un’altra parola senza usarlo!”

Lisa Suttora, LisaSuttora.com

**“Prestazioni al di là di qualsiasi aspettativa”**

“Ray è bravissimo a insegnare perché è bravissimo a imparare: insegna cose che ha imparato e consolidato in prima persona, col sudore della fronte. Pretende molto da se stesso, e questo porterà enormi benefici anche a te. Ray produce risultati al di là di qualsiasi aspettativa in tutto ciò che fa: questo libro non fa eccezione. Questo volume è un’opera di riferimento irrinunciabile per chiunque faccia business su internet.”

Harold C. Avila, AvilaOrtho.com

**“TU puoi scrivere copy... prendi questo libro oggi!”**

“TU puoi scrivere copy: questo è il messaggio che comunica Ray Edwards con *Come scrivere per vendere*. E cavolo, è davvero una promessa mantenuta! Se vuoi migliorare i risultati delle tue e-mail, dei tuoi annunci, o delle tue sales letter, prendi questo libro oggi.”

Jeanette S. Cates, JeanetteCates.com

# Introduzione

In fatto di marketing, c'è un elemento importante che sfugge a molti imprenditori. Questo particolare elemento è la chiave per aumentare vendite e profitti, e avvicinarsi a quel successo che tutti gli imprenditori rincorrono.

- È lo strumento di marketing che più di qualsiasi altro è stato capace di creare imperi multimilionari da zero.
- È la strategia che la maggior parte delle persone (e delle aziende) ignora, pensando che sia solamente una piccola funzione compartimentalizzata del business, quando in realtà è il cuore dell'impresa.
- È l'abilità che più di qualsiasi altra è in grado di trasformare un'idea in ricavi, una passione in profitti...

Questa ingrediente alchemico del business è il *copywriting*.



## Cos'è il copywriting?

Era un inverno rigido a New York. Correva l'anno 1904. Fuori il vento ululava e scuoteva i vetri delle finestre del piccolo bar a bordo strada in uno dei grattacieli iconici del paesaggio di Manhattan. Un giovane uomo con un abito spiegazzato era seduto da solo, a un tavolo nell'angolo. Fumava una sigaretta e beveva caffè freddo da una tazza. John E. Kennedy era un uomo elegante e i suoi occhi erano attenti. Non beveva alcolici; era nel bar per altri motivi. Continuava a guardare la porta, come se aspettasse qualcuno. E infatti...

Più di mezz'ora prima aveva scritto una nota – lui, un copywriter sconosciuto – e l'aveva mandata ai piani superiori, negli uffici più alti della scintillante torre che lo sovrastava. Il destinatario era Albert Lasker, uno degli uomini più potenti nel mondo della pubblicità del tempo.

La nota diceva “Posso dirti cos'è la pubblicità. So che tu non lo sai.”

Era una cosa sfacciata. Una mossa ardita. E un bluff assoluto.

Aveva scommesso sul fatto che il suo messaggio potesse incuriosire Lasker. Kennedy riteneva di aver individuato una prospettiva unica su come definire la pubblicità, un'angolazione che non era mai stata esposta da nessuno. Sorrise e scosse la sigaretta nel posacenere di fianco alla sua tazza di caffè. Quel messaggio era veramente il più ardito pezzo di copy che avesse mai scritto. Era breve. Era semplice. Era un copy sul copywriting.

La porta del bar si aprì e Kennedy alzò lo sguardo. Quando vide il giovanotto che aveva pagato per portare il messaggio

nell'ufficio di Lasker, Kennedy sorrise. Aveva funzionato. Gettò la sigaretta nel caffè che si era raffreddato durante l'attesa, si infilò il cappotto e si mise in testa il cappello.

Stava per incontrare il pubblicitario più influente del mondo, Albert Lasker.

Quell'incontro avrebbe cambiato il mondo della pubblicità per sempre.

Kennedy non sapeva che Lasker cercava una risposta soddisfacente proprio a quel quesito ormai da sette anni. La curiosità di Lasker era stata stuzzicata dal misterioso messaggio dello sconosciuto: aveva così deciso di incontrare Kennedy.

In quell'incontro storico, Kennedy gli diede una definizione della pubblicità in sette parole. “L'arte di vendere a mezzo stampa.”

Oggi sembra ovvio. Nel 1904 non lo era.

Quella del brillante e giovane John E. Kennedy fu un'acuta intuizione. Quell'incontro cambiò il suo futuro: alle dipendenze di Lasker, nel giro di quattro anni arrivò ad avere uno stipendio a sei cifre in qualità di capo copywriter, in un momento storico in cui quel salario lo posizionava nell'1% delle persone meglio pagate al mondo.

Assieme al futuro di Kennedy, quell'incontro cambiò per sempre anche la natura della pubblicità. Anche oggi, nell'era di internet, i nostri processi di marketing e di vendita sono ancora influenzati dalla sua intuizione.

La pubblicità – e per estensione il copywriting, che è la scrittura di annunci pubblicitari – è semplicemente *l'arte di vendere a mezzo stampa*.

Nel nostro caso, il concetto di “stampa” può oggi essere esteso per includere non solo le realtà fisiche di carta e inchiostro, ma anche pagine web, video, podcast, social media e molto altro.

L'idea che ti propongo è che il copywriting sia effettivamente l'abilità di business più cruciale che tu possa apprendere.

## L'abilità più preziosa del mondo

Non c'è praticamente nessun'altra abilità in grado di farti guadagnare quanto il copywriting. Quasi tutti i milionari di internet conoscono questo segreto: più che il loro prodotto, più che le loro tecniche per generare traffico, più che le loro campagne di e-mail, più che l'identità dei loro partner commerciali, è il loro *copywriting* che li ha resi ricchi.

Il segreto della ricchezza di quasi tutte le aziende, e specialmente di quelle che operano online, è il segreto del grande copywriting. Questo libro ti insegnerà come utilizzare quel segreto a tuo beneficio.

Ho fatto esperienza in prima persona del potere e dell'efficacia di questa abilità. Per più di trent'anni ho scritto copy per la vendita e per il marketing per conto di centinaia di clienti, tra cui banche, agenzie immobiliari, chirurghi esperti di trapianto di capelli, concessionari auto, assicuratori, stazioni radio, venditori di vasche idromassaggio, negozi di animali, mobilifici, emittenti televisive e aziende hi-tech.

Ho avuto il privilegio di scrivere copy e di fare campagne di marketing per aziende annoverate nella Fortune 500, per le più grandi aziende di media al mondo e per i nomi più prestigiosi nell'ambito della leadership e del business.

Tutte le mie conoscenze dei fondamentali del copywriting si possono trovare raccolte in questo libro. Ogni singolo tassello del puzzle che ho utilizzato per garantirmi entrate a sei cifre si trova in queste pagine. Arrivato alla fine del libro, sarai a conoscenza di tutti i miei migliori segreti del copywriting.

Ogni capitolo tratterà un diverso aspetto del copywriting, assieme ai modi per utilizzare quelle abilità per il tuo business online (e offline). Il prezioso capitale di conoscenze che hai tra le mani potrebbe tranquillamente costarti decine di migliaia di dollari, se cercassi di ottenerlo da solo. Rappresenta il risultato di miei personali investimenti stimabili attorno a 250.000 dollari: è quanto ho speso in prima persona per formarmi in questo ambito. E al denaro investito vanno aggiunti decenni della mia vita.

Una delle principali ragioni per cui ho scritto questo libro è risparmiarti il tempo, gli sforzi e le spese. In altre parole, ti ho voluto far risparmiare trent'anni e 250.000 dollari!

Questo libro ti darà il potere di aumentare le vendite di qualsiasi azienda, riducendo nel frattempo le spese di promozione e pubblicità. Il risultato sarà un aumento netto dei profitti.

Se vuoi veramente aprire una tua attività o crearti una seconda fonte di introiti, una delle prime cose che ti raccomanderei è imparare le abilità alla base di un solido copywriting.

Ora, questo non è un trucco per arricchirsi in fretta. Si tratta di una seria abilità di business che ti potrà fruttare entrate annuali a sei cifre per il resto della tua vita.

Puoi mandare avanti la tua attività da qualsiasi luogo. Puoi inventare promozioni e campagne, scrivere il copy e mettere a profitto il tuo piano, tutto nell'arco della stessa giornata.

E sì, potresti lasciare il tuo lavoro attuale e utilizzare le tue abilità di copywriting per creare il tuo personale impero di marketing, lavorando quando vuoi e da dove vuoi.

Oppure puoi continuare a tirare avanti alla meno peggio tra mille difficoltà, come fa la maggior parte dei marketer su internet e dei piccoli imprenditori.

Quella è una strada che però non porta da nessuna parte.

Non ti serve imparare l'ennesimo nuovo "sistema della settimana."

Non ti serve avere il sito web all'ultimo grido.

A te serve un'abilità con un valore riconosciuto e in grado di offrirti una leva potente.

L'abilità da cui suggerisco di cominciare è quella di scrivere copy persuasivo.