

Converti 30% in + alla tua Masterclass

25 partecipanti ai tuoi eventi, ma
poi...solo 1000€?



BASTA!

Esci da questo loop della *fatica x scarsità* grazie all'evitamento dei 9 errori più comuni che fanno la maggior parte dei professionisti olistici che si promuovono tramite masterclass, workshop e altri eventi gratuiti online.



Buttarsi a capofitto su uno strumento di marketing complesso come una masterclass senza prima aver compreso come funziona, è un dispendio inutile, se non deleterio di energie!

Viene da qualche anno utilizzato a cazzus e indistintamente da svariate figure del settore olistico-spirituale; in particolare da coach/counselor/terapeuti e altre figure di aiuto alla persona.

Solo che pochi di loro convertono bene e arrivano a generare più di 1200€ ad evento. Tutti gli altri, magari impiegano settimane se non mesi per programmare l'evento (anche se provvisti di slide e-mail preimpostate) per poi ritrovarsi con pochi iscritti o tanti iscritti ma squattrinati.

E tutto questo perché non hanno rispettato la giustizia della vita.



La legge dell'equilibrio...

Che trascende ogni regola di marketing e mostra spietatamente la realtà dei fatti!

Legge naturale che ci vuole rispettosi di alcune regole base del *growbranding* che hanno principalmente a che fare con il POSIZIONAMENTO, il TEMPO, l'ESPERIENZA e la STRATEGIA.

Se si cerca di eludere con il drag end drop, la propria vera esperienza, questa legge ci vede e ci porta a compiere diversi errori.



1° Errore



Uso meccanico e privo di personalizzazione - rispettosa del carattere del brand - delle slide e delle e-mail.

Lanciare un evento online come una masterclass o un workshop, utilizzando uno stile simile e una ripetitività di modelli trita e ritrita non solo è poco profittevole, ma anche NON posizionante e NON autorevole.

In che, tradotto in termini di profitto, significa non ricevere alcun credito in quando non siamo diversi da qualsiasi altro là fuori che fa la mia stessa cosa.

Perciò posso pagarti sì, ma poco. Non posso darti 2000/3000€ per il tuo percorso, perché non te li meriti, letteralmente parlando.

Nel senso che: *chi sei tu?*

Sì, parli, dici e fai le stesse cose che fa quell'altro...bravo/a...e dopo? E quindi?

Se sei una copia del tuo maestro, della scuola da cui provieni, e non dare più di 1000€ a loro...perché dovrei darli a te?

2° Errore



Lanciare una masterclass quando si è all'inizio della propria carriera o non si ha abbastanza pubblico fidelizzato.

A meno che tu non abbia almeno 100€ da investire ogni giorno in Advertising, optare per una masterclass/workshop quando hai appena lanciato sul mercato

il tuo nuovo brand o tu stesso sei appena giunto sul mercato, e parimenti, quando si ha poco pubblico, è umiliante per il brand.

Perché si ritrova a promuoversi senza seguito, a inviare una sfilza di mail, diligentemente preparata con ardore, a 4 gatti che per miracolo hanno trovato il post e vi hanno intravisto la possibilità di rifocillarsi di croccantini gratis.

Il risultato di tutto questo pietoso scenario è un abbassamento del valore percepito del brand e frustrazione accompagnata da diffidenza nei confronti del marketing. *Che poretto...lui funziona!*

Ma se si è come un dodicenne alla guida di una Maserati, non è colpa della Maserati se non parte!

3° Errore



Incapacità comunicative e uso spontaneo del linguaggio del corpo.

Molti professionisti pensano che "essere spontanei" basti per far percepire l'autenticità e la trasparenza.

"Così le persone non pensando che voglia vendergli qualcosa..."

Altra assurdità...

E ovvio che vuoi vendere qualcosa, ma perché stai lavorando!

E per poter fare il tuo lavoro devi vendere il tuo lavoro...

Scusa il gioco di parole eh... ma è così.

Il lavoro è un servizio che necessita di un corrispettivo.

Tutti i materiali di marketing servono a vendere!

Dalle masterclass, ai freebie. Dalle chiamate conoscitive ai post.

È normale!

O meglio...**il fine ultimo è SEMPRE la vendita.**

(Prima della quale ci possono essere degli obiettivi che fanno da intermediari, come la *lead generation*, il *nurturing*, la *retention*, e la *creazione di autorevolezza*).

Altrimenti non parliamo più di lavoro, ma di hobby, passione o beneficenza.

Ecco perchè la spontaneità, nel lavoro, se non gestita in modo cosciente, spesso diventa perdita di denaro e clienti, oltre che caos!

Il corpo comunica emozioni e pensieri in modo meccanico attraverso
insicurezza, lo sguardo vaga, la voce trema...

E chi ti guarda, inconsciamente, percepisce che non sei pronto a guidarlo.

Una masterclass non è il posto per improvvisare: è uno spazio operativo, dove ogni gesto, pausa e parola hanno un peso, possiamo dire energetico, piuttosto importante.

(Ed ecco che ritorna l'importanza di aver maturato una certa esperienza con gli strumenti di comunicazione e marketing online prima di lanciarsi in *avventure fantastiche di masterclass!*)

4° Errore



Ho capito chi sei...possiamo andare avanti ora?

Ti presenti per 20 minuti, parli della tua storia, del tuo percorso, delle tue fatiche, di tutti i tuoi maestri... peccato che chi ascolta si annoi già dopo 3 minuti.

Le persone vogliono capire subito se puoi aiutarle!

Non gli interessa se hai fatto 12 corsi o se hai meditato in India. Vogliono vedere un ponte tra la loro sofferenza e la tua soluzione.

Quindi durante questa fase della masterclass, concentrati sul mostrare il tuo prima e dopo. Che ovviamente dovrà essere coerente con il tuo posizionamento!

E mi raccomando! Fallo in 5-7 minuti al massimo.

5° Errore



Bravo! Sei centrato, magnetico, focalizzato... e quindi?

Molti professionisti spirituali si fermano a “mostrarsi”: centrati, luminosi, ispirati.

E non c'è nulla di male in questo...

Ma il pubblico non è lì per contemplare la tua aura: vuole risultati!

Se non trasformi quel magnetismo in direzione chiara, in prove concrete di come puoi accompagnarli, resti un bel quadro appeso al muro. Bello da guardare, ma inutile da vivere.

Una domanda utile (non solo per la masterclass) **da ripeterti spesso, è:**

Che cosa posso dare, dire e fare durante questa masterclass per aiutare il mio pubblico a comprendere (attenzione: ho detto comprendere, non fare) come trasformare la propria situazione iniziale (x) nel nuovo risultato (y)?

6° Errore



Le testimonianze: te stesso e qualche tuo cliente, oppure astieniti!

Se non hai prima e dopo da mostrare non fare masterclass!

Il pubblico è saturo di frasi tipo: “Questo percorso mi ha cambiato la vita” dette senza mostrare la visione di un contesto specifico.

Una testimonianza vale solo se racconta un prima e un dopo tangibile!

Se non hai clienti con risultati reali da mostrare, meglio non mostrare nulla.

Altrimenti bruci credibilità e la tua masterclass anziché generare incremento di valore, diventa una recita per te e sede di intrattenimento per il tuo pubblico.

7° Errore



Se non ami tu il tuo stesso lavoro, perché dovrei amarlo io?

Il pubblico percepisce subito se sei lì con entusiasmo o per “dovere”.

Se ti presenti con la faccia stanca, annoiato o poco passionale, vien voglia di cambiare canale!

Inoltre, negli anni ho notato una testarda insistenza nel volersi esporre in ambienti bui e con sfondo poco gradevole.

La luce dov'è?

La qualità dell'audio e del video dove sono?

“Voglio rimanere umile”

Sì, ma... l'umiltà non te la dà ciò che hai o ciò che mostri.

Non è che siccome fai vedere a tutti che vivi una capanna, con gli zùlù e un falò significa che sei umile.

L'umiltà non la si possiede ma la si è per effetto di una realizzazione interiore. Un po' come la ricchezza...

Perciò basta con queste cavolate e sistema quella stanza dove tieni gli eventi.

Mostrati dritto, ben vestito, sorridente (quanto basta) e non rompere i ball.

8° Errore



Presentazione noiosa e "tecnica" dell'offerta!

Molti invece fanno bene tutto quanto visto sopra, ma rovinano tutto alla fine: *spiegano la loro offerta come se stessero leggendo un listino prezzi o la scheda di un elettrodomestico.*

"10 incontri da 60 minuti, materiale pdf incluso, supporto WhatsApp..." → mortale.

Il pubblico non vuole dettagli tecnici: vuole sentirsi visto, riconosciuto, accompagnato!

La tua offerta deve essere narrata come **una porta verso la trasformazione**, non come un contratto di assicurazione!

9° Errore



Call to action penose!

"Se vuoi, forse, quando puoi, scrivimi..." → NO.

La call to action deve essere un invito **chiaro, sicuro e amorevole**.

Devi guidare, non supplicare.

Altrimenti tutte le tue energie crollano in un finale scialbo, e il pubblico scappa!

Piuttosto di:

“Aprite tutti la chat! Ho appena condiviso il link da cliccare per prenotare la chiamata con me. È gratuita e senza impegno. Non vi sentite in colpa o frenati dal prenotarla, perché anche se non potrete investire nel percorso, ho modo di conoscervi meglio, entrare in contatto con voi e darvi qualche suggerimento per ottenere (il vero motivo per cui si sono iscritti alla masterclass).”

Infine, potresti anche aggiungere:

CLICCATE E PRENOTATE ORA PRIMA DI PROCEDERE ALLE DOMANDE FINALI

Prima lo fate e prima crescete. Forza!

Vi do qualche minuto di tempo e poi andiamo avanti.

TU POTRESTI PENSARE:

“E ma se non lo fanno?”

Lo fanno perché è gratis, perché non hanno nulla da perdere e perché tu gli dai qualcosa che cercano.

Comunque, se nessuno o solo il 5% lo fa, vuol dire che il problema non è nella CTA, ma prima, o nel pubblico che hai catturato con il tuo funnel. E in tal caso il problema risiederebbe nel posizionamento!

↓ CONTINUA ↓



Hai abituato il tuo pubblico a ricevere gratuità di continuo e ora quando partecipano ai tuoi eventi lo fanno solo per assorbire altra energia con te senza darti nulla in cambio?

Se ti riconosci in questo scenario e ti sei riconosciuto in almeno uno degli errori sopra, significa che la tua masterclass non ha bisogno di nuovi template o di altre slide o dell'ennesimo pdf da lanciare...

Ha bisogno di te, del tuo vero posizionamento!

I tuoi eventi, le tue masterclass e i tuoi contenuti non sono un gioco: sono strumenti per *generare clienti veri, percorsi ben pagati e un brand riconosciuto!*



Se sei pronto ad alzare l'asticella, a farti percepire come una guida di riferimento e soprattutto ad **avere clienti che possono (e vogliono) investire**, senza fare tutte sti eventi gratuiti a gogo...

Allora potresti essere un mio cliente!

La prima call con me è gratis. [Prenotala ora!](#)

E non è una consulenza gratuita "tanto per", ma un confronto mirato per capire se il mio percorso è quello giusto per aiutarti ad ottenere più clienti o meno clienti ma più guadagni, con meno fatica!

👉 **Vuoi clienti disposti a investire seriamente nel tuo lavoro? Il primo passo è qui→ <https://forms.gle/aXCJegDIwamB7e7x9>**

