

Indice generale

Introduzionevii

Capitolo 1 La content creation è il lavoro del futuro..... 1

Cos'è (e cosa NON è) la content creation.....	1
Content creator vs influencer.....	3
Qual è il tuo vero obiettivo?	4
Diamo il benvenuto al creator ibrido.....	6
Il mercato non è saturo, siamo solo all'inizio	8
Il tuo mindset sta influenzando la tua realtà	8
I dati sono dalla tua parte	10
Non dominano solo i più grandi.....	11
Perché la content creation ti cambierà la vita	13
Che cos'è la libertà?.....	13
Diventa la versione migliore di te stesso	14
Cresci grazie alle relazioni.....	16
L'impatto che puoi avere sul mondo.....	18

Capitolo 2 Blocchi da superare 19

Paura del giudizio	19
La tua identità ti sta frenando	20
Come superare l'imbarazzo (metodo pratico)	21
Se ti senti sbagliato, sei nel posto sbagliato	22
Lo fai per te o per i tuoi amici?.....	23
Mancanza di tempo	23
Sei pronto a correre l'extra mile?	24
Struttura > Forza di volontà.....	25
La legge di Parkinson (e come sfruttarla a tuo vantaggio).....	26
L'importanza dei processi	27
Risorsa pratica: organizziamo il calendario	28
Mancanza di competenze tecniche	29
Ti mancano davvero le competenze?.....	29

Produzione	30
Scrittura	32
Montaggio	34
Mancanza di idee	36
Non ti mancano le idee, hai paura del confronto	36
Diventa il tipo di persona che vive esperienze	37
Mancanza di attrezzatura	38
Minimalismo digitale	38
Costanza	40
Quando troppa costanza diventa un problema	41
Come diventare incredibilmente costanti	42
Lavora per sprint.....	42

Capitolo 3 Come guadagna un content creator.....45

Pagamenti delle piattaforme	46
Piattaforme basate su short content	46
YouTube AdSense.....	48
Collaborazioni con i brand.....	49
Conversion vs awareness	51
Lo scambio di visibilità ha senso?	52
Gli errori da evitare	53
Affiliazioni.....	54
Affiliazioni con i brand	56
Affiliate program.....	58
UGC.....	60
Chi è e cosa fa un Creator UGC	61
Perché è così interessante per i brand	62
Specializzazione	63
Creazione di un portfolio	64
Piattaforme per promuoversi.....	65
Art direction del contenuto.....	66
Case di produzione vs content creator.....	67
Supporto operativo.....	68
Affiancamenti e consulenze.....	69
Business personale.....	71
Vendita di prodotti.....	72
Ecommerce	74
Vendita di servizi e funnel.....	75
Freelancing.....	77
Bilancio energetico.....	78

Capitolo 4 Come iniziare da zero79

Scelta dell'argomento.....	80
Parti da ciò che ti entusiasma e poi evolvi	80
Analisi introspettiva.....	81
Ti serve una nicchia?	85

Scelta del target.....	87
A chi ti stai rivolgendo?	87
Il target ti sta influenzando?	88
Scelta della piattaforma	89
Cosa usa (davvero) il tuo target?.....	90
Scegli la piattaforma che risuona con te	91
La cassetta degli attrezzi.....	93
Less is more, anche per i tool	93
Software e tool davvero necessari	94

Capitolo 5 Come si crea un contenuto.....99

Contenuto virale vs contenuto che converte	99
Viralità e vanity metric	100
Obiettivo del contenuto.....	101
Trova la tua metrica chiave.....	106
Come trovare idee che funzionano.....	107
Parti dalla tua esperienza.....	107
Che problemi hanno le persone?.....	109
Analizza profili simili	109
Leggi i commenti degli altri.....	111
Le fasi della creazione di un contenuto	112
Scrittura	112
Visual storyboard.....	114
Registrazione	115
Pubblicazione e A/B test.....	119
Ottimizzazione del contenuto	120
Hook, corpo, re-hook, CTA	120
Visual hook	123
Tecniche di storytelling.....	124
Quando (e come) usare l'AI.....	126
Supporto nell'analisi e nella raccolta dati	126
Brainstorming.....	127
Esempi di AI interessanti.....	128
Quando, invece, non usare l'AI.....	129
Quando (e perché) delegare	130
Come capire se devi delegare	130
Come capire quali attività delegare.....	132
Dove trovare collaboratori	133
Gestire i collaboratori con i processi.....	133

Capitolo 6 Monetizzazione.....135

Come trovare nuove collaborazioni	136
Ottimizzare i touchpoint	137
Come selezionare e contattare le aziende (anche quando sei all'inizio)	145

Media Kit.....	147
Negoziazione	148
Contrattualistica.....	152
Contratti tra privati.....	152
Contratti con grandi aziende.....	153
NDA, esclusività, embarghi e altri termini da conoscere.....	154
Agenzie di influencer marketing.....	156
Come supportano il creator	157
Esclusività.....	158
Come trovare l'agenzia giusta per te.....	159
Red flag dell'agenzia.....	160
Fatturazione.....	161
Prestazione occasionale	162
Partita IVA: fa davvero così paura?.....	163
Partita IVA e contratto dipendente.....	165
Cosa c'è dopo il regime forfettario?	166
Capitolo 7 Diventare content creator a tempo pieno	169
Ha senso farlo?.....	170
Aspetti emotivi: come capire se sei pronto	171
L'importanza del supporto esterno	173
Cosa vuoi costruire nel lungo termine	175
Le domande da porti	176
Quando ha senso farlo?	178
Quanto potresti vivere senza guadagnare	179
Framework economico	181
Il tuo lavoro attuale ti opprime?	183
Come non dipendere dalle piattaforme	185
Gli algoritmi cambiano	185
L'importanza di un business solido	188
La mia esperienza	190
Conclusioni	193
Indice analitico.....	197