

Come creare il perfetto 'brand name' per il tuo prodotto

By Valerio Conti

Nella mia visione, il titolo di un prodotto digitale dovrebbe includere 3 componenti chiave:

Brand Name + Tagline (descrizione) + Proof statement

Questa è quella che io definisco la formula B.T.P, che ti mette nelle condizioni di creare 'Titoli' magnetici che vendono da soli i tuoi infoprodotti e corsi digitali.

Vediamola nel dettaglio...

La formula in 3 fasi del perfetto brand name

Step 1 – Brand name

Il brand name deve essere:

- Memorabile (facile da ricordare).
- Dovrebbe seguire criteri evocativo-musicali
- Breve (Min. due parole, max. una frase breve)
- (Opzionale) Dovrebbe includere termini che stimolano la curiosità del mercato (trigger words), usati dai tuoi stessi clienti

TRUCCO:

Se conosci molto a fondo il tuo mercato, potresti 'rubare' una frase significativa e 'ricorrente' che i tuoi stessi clienti usano per descrivere il loro problema o per definire la loro soluzione ideale, e trasformarla in titolo del tuo prodotto o della tua offerta.

Non sempre questo è possibile, ma quando lo è, allora si tratta del miglior brand name che puoi utilizzare.

Personalmente, quando devo definire il titolo finale di un mio nuovo programma, mi piace passare un pò di tempo in giro per i forum della nicchia, alla ricerca un qualche termine o frase 'chiave' ricorrente che si possa prestare bene a diventare il titolo del mio prodotto.

Ti farò un esempio dall'esperienza.

Quali di questi titoli cattura maggiormente la tua attenzione?

"Relazioni tra uomo e donna"

Contro

**"Se non riesci a vivere
senza di me, perché non
sei ancora morto?"**

Il secondo è incredibilmente potente, di impatto, memorabile, e magnetizza la tua attenzione.

Perché?

Perché usa una specifica frase che un utente di un forum si è fatto scappare mentre era nel corso di una bella discussione collegata alle problematiche di coppia.

Se sei in una qualsiasi nicchia legata a problemi di coppia, sesso e intimità, questo è un titolo davvero unico.

CONSIGLIO: Pronuncia il nome ad alta voce e assicurati che "suoni" bene.

Cerca di evitare di dare un nome al tuo prodotto con qualcosa che presenti già un nome di dominio esistente. Non vuoi dei potenziali problemi di copyright o che si crei confusione tra i clienti.

Step 2 – Tagline (sottotito)

La tagline deve:

- Svelarsi come una 'PROMESSA UNICA'
- Essere orientata al risultato finale / alla soluzione ideale del cliente
- (opzionale) Descrivere accuratamente il beneficio primario del prodotto

Quando possibile, il tuo sottotitolo (Tagline) dovrebbe includere (o sottintendere) la parola "sistema / programma / formula".

Ricorda, le persone vogliono un processo. Vogliono un sistema. Vogliono dei passi. Quando tale immagine viene convogliata nel titolo del prodotto, metti a segno un grosso colpo ancor prima di iniziare.

TRUCCO: Usa il modello:

"Come [Risultato Desiderato] In [Periodo Temporale]".

**Come smettere di alimentare una relazione 'cancerosa'
e fare in modo che lui ti lasci entro 21 giorni**

Step 3 – (opzionale) Proof statement

Si tratta di una ulteriore tag che:

- Mostra il risultato finale in 'azione' (attraverso prove dirette o indirette)
- (opzionale) usa un beneficio secondario per potenziare la tag line

TRUCCO: Usa il modello:

Oltre xx,xxx altri [qualifica dei membri di nicchia] hanno già usato questo rivoluzionario / controverso programma per [inserisci benefit 1], [inserisci benefit 2], [inserisci benefit 3], in meno di XX giorni!

Oltre 45,783 donne hanno già usato questo sistema per superare la paura dell'abbandono, affrontare l'umiliazione del tradimento e smettere di essere schiave delle proprie reazioni, così da riprendere il proprio potere personale in meno di 3 settimane.

E questa era la terza componente (proof statement) della formula B.T.P.

Brand Name + Tagline (descrizione) + Proof statement

Certamente usare questa triade richiede un grande lavoro di ricerca, ma soprattutto la presenza di un prodotto grandioso.

BTP porta a creare titoli con descrizioni molto lunghe, specialmente nella terza componente. Ecco perché alle volte non è possibile attuarla per intero.

Quindi, da dove dobbiamo iniziare?

Lavoriamo all'indietro. Determiniamo il risultato e lavoriamo all'indietro per decidere come produrlo. Ciò a cui vuoi rispondere sono 3 semplici domande...

1. Domanda n°1: Cosa vuole il mio cliente?
2. Domanda n°2: Quanto in fretta posso farglielo ottenere?
3. Domanda n°3: Quali prove implicite posso incorporare già dentro il titolo stesso?

Ciò che conta è riuscire a rispondere almeno alle prime 2 domande. E se non sei capace di rispondere, non hai un prodotto.

Perché queste domande - sono così importanti?

***Perché portano ad un risultato specifico
in un periodo di tempo specifico.***

Capirai tutto molto meglio con qualche esempio.

Riprendiamo nuovamente dal mercato legato a 'coppia, sesso e intimità'.

Esempi di titoli: (SOLO BRAND + TAGLINE)

- "NON CE LA FACCIO PIU'" - Come scoprire se lui ti tradisce in meno di 7 giorni (e senza investigatore privato)
- - INGEGNERIA DELLA SEDUZIONE - come approcciare, sedurre e conquistare un uomo in meno di 5 giorni (anche quando pensa che non sei il suo tipo)
- "E' UN MIRACOLO SE NON T'AMMAZZO" - come superare frustrazioni, rancori e risentimenti per ricostruire una relazione consapevole in meno di 3 settimane

Cosa puoi osservare in questi titoli?

Portano tutti ad un risultato SPECIFICO, in un arco di tempo SPECIFICO.

Naturalmente, dovrai sapere cosa desidera ardentemente il tuo cliente (tanto da non riuscire a dormire la notte) e soprattutto ... in quanto tempo lo vuole.

Se conosci il tuo mercato - e dovresti farlo - allora saprai già quello che i tuoi clienti vogliono.

Ma...

In caso tu non sappia quel che vogliono, ci sono molti modi in cui puoi scoprirlo. Lascia che ti offra due semplici suggerimenti...

- Chiedi. Se hai una lista, invia una mailing chiedendo il loro input. Pubblica un messaggio sul tuo forum preferito. Ricevi feedback tramite i social media. Parla con un gruppo selezionato faccia a faccia. Puoi chiedere loro quale sia il loro "problema più grande", la loro "lista dei desideri", oppure la loro "questione scottante". Prendi quella più comune e avrai l'idea per il tuo prodotto.
- Ascoltali. Non c'è nemmeno bisogno di chiedere, puoi semplicemente guardare come hanno già risposto. Visita i forum e i social media - di cosa parla la gente, che cosa chiede, di cosa si lamenta, che cosa vuole? Quale tipo di domande vengono poste nelle interviste, nei desk di supporto, nelle chat ecc. scopri quello che vogliono - oppure usa quello che sai già riguardo le loro esigenze - e crea la base del tuo prodotto.

Un avvertimento:

- prima di andare avanti, lascia che ti dia un consiglio. Sii ragionevole sia per quanto riguarda i risultati che per il tuo orizzonte temporale. Prometti di meno e consegna di più. Non fare mai l'opposto. Non dire alla gente che possono perdere 20 kg in 20 giorni quando sai bene che non è un obiettivo realistico. Se non lo hai fatto tu stesso - e se non hai visto altre persone farlo - e non c'è margine di errore nella finestra temporale - allora modifica le tue promesse.

RICORDA: vuoi creare prodotti che si svelino come una **Promessa Unica** e già strutturati con al loro interno una **Prova audace** e fortissima, che renderà incredibilmente facile creare pezzi di marketing 'bomba' altamente innovativi e di successo.

La formula BTP semplificata...

Volendo semplificare all'osso, nella scelta del titolo solo due cose contano.

- La tua capacità di esprimere e dimostrare la tua unicità meglio di tutti gli altri (quanto sai del tuo prodotto e quanto sei credibile)
- La profondità della tua ricerca di mercato (quanto sai dei tuoi clienti - del loro problema e della soluzione ideale)

2 domande saranno determinanti durante il corso di tutta la ricerca:

- Cosa puoi usare per fare una promessa unica (incorporata nel titolo)?
- Quali elementi di prova indiscutibile puoi individuare per rendere il tuo caso forte, come fosse davanti ad un'aula di tribunale?

Senza prove anche la più potente promessa unica apparirà scarna e vuota. Non importa quanto forte potrà essere il beneficio che concede, non sarà credibile. Ecco perché vogliamo individuare numerosi elementi di prova che supportino tale promessa, in maniera tale da renderla indiscutibile...

Vogliamo che emerga dalla tua ricerca questa magica (e rara) combinazione di 'promessa unica + prova indiscutibile'

Un piccolo esempio di questa unificazione lo puoi trovare nei titoli dei prodotti best seller:

Prendiamo ad esempio il seguente.

- Le francesi non ingrassano -

**I segreti per abbinare una
vita sottile ai piaceri
della vita**

Questo breve titolo esplode con una grande promessa (non ingrassare) unificata ad un irresistibile elemento di prova, e cioè che le donne francesi, che mangiano con tutto il piacere dei sensi, sono sempre snelle.

E' un bel pezzo di marketing, perché unifica in 2 sole componenti (brand name + tagline) il potere della formula BTP, omettendo la terza componente perché inclusa come prova indiscutibile e implicita del titolo stesso.

Prendilo come esempio di riferimento per il tuo caso.

NOTA BENE: Questo era un estratto gratuito del super report 'le 10 chiavi dell'Info-Publishing'.

[Clicca qui Per Ottenere il sistema completo!](#)

In questo super report imparerai segreti ultra avanzati come...

- ✓ **Il segreto della ricerca 'stealth':** 15 assurdi trucchi che Valerio Conti usa per ricavare idee di mercato in domanda senza fare test e altre robe noiose (gli unici che ti consentono di creare prodotti dal potenziale di Best Seller in 12 ore).
- ✓ **Scorciatoie di Contenuto:** 4 modi per creare contenuto facilmente e velocemente (Impara a creare lo scheletro del tuo prodotto velocemente attraverso il METODO T.T.E.C e poi usa il METODO C.P.R.A per riempire nel modo corretto tale outline con le informazioni che hai acquisito durante la fase di ricerca).
- ✓ 2 tattiche semplici, ma efficaci per organizzare le tue idee in modo che siano facili da scrivere (per te) e di facile comprensione (per il cliente).
- ✓ **50 Swipe File di frasi ad 'alto impatto' da copiare e incollare che puoi utilizzare per scrivere senza fatica paragrafo dopo paragrafo** di ogni tuo prodotto - anche se non ti consideri uno scrittore. Suggerimento: Inizia con una delle frasi modello e, poi, semplicemente aggiungi tanti paragrafi quanti te ne servono per spiegare minuziosamente le cose.
- ✓ **La polverina magica del contenuto:** Come motivare, educare, ispirare i tuoi clienti mentre consumano il tuo prodotto e come indurli ad effettuare ulteriori ordini da te, senza forzature.
- ✓ **Come creare intenso desiderio per il tuo nuovo prodotto (e soltanto il tuo).** In altre parole, una volta che presenti il tuo prodotto in questo modo, il tuo mercato non sarà mai più soddisfatto dai prodotti dei tuoi concorrenti. Gli acquirenti cercheranno il tuo prodotto specificatamente, chiedendo esattamente le caratteristiche uniche che descriverai nelle tue presentazioni (ads, articoli, annunci, ecc)
- ✓ **Il modo più semplice per controllare il processo di persuasione, piuttosto che limitarsi a indovinarlo.** Imparerai che la persuasione, come la musica, si riduce a poche semplici note. Dominale, e sarai capace di suonare un'infinità varietà di melodie che si tradurranno in musica per le orecchie dei tuoi prospect.
- ✓ **Il segreto dei best seller.** Come le tue headline, i bullet e ogni singolo pezzo del tuo copy possono essere ampiamente migliorati 'rubando' legalmente idee dalla lista di best seller dei massimi marketplace al mondo.
- ✓ **18 angoli alternativi per posizionare il tuo prodotto in modo differente da qualunque altra soluzione sul mercato** + 12 esempi di casi studio reali su come effettivamente "creare una nicchia" per il tuo prodotto digitale e ottenere ulteriori rendite extra. (IMPORTANTE! Queste tecniche di Stealth Positioning ti daranno un vantaggio competitivo talmente mostruoso, che dovrai stare attento a non scavalcare i tuoi concorrenti troppo rapidamente).
- ✓ **Niche Invasion:** Come invadere i sottoinsiemi di nicchia fino a 5 livelli (Mercato, nicchia, sub-nicchia, micro-nicchia, sub-micro-nicchia) e i 5 approcci diversi che dovrai adottare a seconda che ti rivolgi ad un segmento ampio, ricco, e stracolmo 'di squali affamati', piuttosto che ad una piccola nicchia con pochi clienti 'sicuri' la cui domanda non è soddisfatta da nessuno. (NOTA; entrambi gli approcci funzionano, ma il marketing, i punti di entrata e tutta la comunicazione saranno totalmente DIFFERENTI).
- ✓ **Un insolito segreto per innescare 'vendite' di massa di tutti i tuoi prodotti.** (Questo segreto ti aiuterà a vendere in automatico il tuo prodotto successivo, senza nemmeno scrivere una sales letter, ma semplicemente attraverso il contenuto del precedente. NOTA: c'è un modo corretto di farlo e uno sbagliato)

- ✓ **PAROLA CHIAVE: 'Dominazione!'** Come trasformare gli stessi opinion leader del tuo campo in tuoi clienti 'istantanei' ... e dominare il tuo mercato in soli 7 giorni... indipendentemente dall'economia, dalla concorrenza o dal settore scelto.
- ✓ **La formula vincente per modellare i prodotti di altri** e creare versioni migliori e di qualità superiore.
- ✓ **Un piccolo trucco che ti consente istantaneamente di ottenere un margine extra di profitto del 150% sulla tua offerta**, senza sforzo supplementare e senza creare nuovi prodotti.
- ✓ **Come creare un'offerta di front end irresistibile da 37-97 euro** (ti mostrerò come produrre un'offerta irresistibile che allevia le paure dei tuoi clienti, amplifica i loro desideri e li induce a ordinare il tuo prodotto subito, senza rimandare).
- ✓ Il segreto per **trasformare 20 pagine di contenuto in un 'servizio personalizzato' su misura per il cliente** (che si vende facilmente a 200 euro e oltre) per creare piccole fortune online in maniera intelligente e con poco sforzo.
- ✓ **Strategie di attacco su offerte di backend fino a 400 euro** - 2 fattori chiave per creare un piano esecutivo di offerte di fascia media che ti aiuterà a creare un business da 6 cifre all'anno, quando eseguito correttamente.
- ✓ **Come attrarre clienti di fascia alta, disposti a spendere da 1000 a 3000 euro per il tuo know how** (sapevi che puoi andare anche molto oltre queste cifre? Il che è ottimo perchè vendere un coaching da 3000 euro è molto meglio che vendere 300 copie di un report da 10 euro).
- ✓ **Profit Maximizer - Come massimizzare i profitti del 500% senza lavoro aggiuntivo** - Ottieni conversioni più alte (più persone che si iscrivono) e ritenzione più lunga (più persone rimangono membri attivi paganti).
- ✓ **7 modi diversi per fare promozione incrociata automatica delle tue offerte... con zero spese pubblicitarie.** Suggerimento: Questo è il più potente segreto per raddoppiare, triplicare, quadruplicare (e anche di più) il tuo profitto senza costi né lavoro aggiuntivo!
- ✓ **Il metodo FTM** - La metodologia segreta, conosciuta solo da 50 persone in tutto il pianeta, che ti permette di comporre i tuoi profitti creando altri asset mentre vieni già pagato regolarmente per gli asset esistenti (solo questo segreto vale da solo tutto il costo del corso).
- ✓ **Le 5 fasi evolutive di ogni mercato:** come riconoscerle e allineare la propria offerta al livello di maturazione e raffinatezza della propria nicchia per ottenere il massimo ritorno col minimo sforzo.
- ✓ **Due importantissime linee di pensiero da seguire** se desideri che altri esperti affermati ti promuovino facilmente (in meno di 72 ore).
- ✓ **Un trucco sporco (quasi subliminale) per corrompere orde di "super" affiliati** che possiedono una grossa lista e tonnellate di credibilità sul mercato... così da decuplicare le vendite dei tuoi prodotti esistenti senza muovere un dito.

Parlando francamente...

**Questo Super Report é senza ombra di dubbio
la migliore cosa che io abbia mai scritto...**

Il che dovrebbe dirti molto, considerando quanto sono prolifico con la creazione di contenuto.

Ti accompagnerà per mano con nuova fiducia verso risultati sempre migliori, e ti illuminerà su cosa stai facendo male e come puoi correggerlo ALL'ISTANTE, anche se hai già tentato di generare profitto dai tuoi corsi e hai già fallito 300 volte.

Quello è il passato. Questo invece è il presente.

E agendo su queste informazioni sarai in grado di plasmare il tuo futuro in maniera sorprendente.

- ➔ Perché potrai finalmente CONTROLLARE (in ogni sfaccettatura) quelle uniche variabili indispensabili che ti consentono di produrre l'80% dei profitti attraverso il 20% del lavoro...mentre i tuoi competitors sciuperanno tutto il loro tempo (impiegando mesi o anni) su molte altre più banali e insignificanti.
- ➔ Perché (per assurdo), potresti anche procrastinare per il 90% del tempo e scegliere di usare anche solo il 10% di queste strategie....e ugualmente riuscire lo stesso a RADDOPPIARE i tuoi profitti senza fare alcun lavoro aggiuntivo (al contrario, eliminando tonnellate di lavoro INUTILE).



**CLICCA QUI e ordina ORA il Sistema Completo
con 5 bonus operativi**