



SCRITTURA ETICO-PERSUASIVA PER LINKEDIN

Mostra come pensi.
Scrittura strategica per il social selling organico



INDICE

Introduzione	pag. 2
Capitolo 1	pag. 4
Capitolo 2	pag. 7
Capitolo 3	pag. 14
Capitolo 4	pag. 18
Capitolo 5	pag. 23

INTRODUZIONE

Distinguersi su LinkedIn non richiede solo contenuti accattivanti, ma anche originalità

Puoi renderti originale in molti modi, ma uno dei più efficaci consiste nel portare il tuo pubblico all'interno del tuo processo di pensiero perché non basta mostrare il risultato finale: devi svelare come ci sei arrivato.

Si tratta di un approccio che non si limita a dimostrare competenza, ma crea fiducia e connessione, due elementi fondamentali per il social selling organico.

Ma perché funziona così bene?

Per una ragione così semplice da sembrare banale, eppure molto seria: le persone non si fidano delle affermazioni in sé e per sé, vogliono comprendere cosa ci sia “dentro” e anche “dietro”.

Mostrare il tuo ragionamento è un atto di trasparenza che rompe le barriere e invita il lettore a entrare in connessione con te. Quando mostri come ragioni, non stai solo comunicando un'idea: stai costruendo un ponte di fiducia tra te e il tuo lettore.

In questa guida scoprirai:

- perché mostrare il tuo processo di pensiero è una strategia vincente.
- un sistema composto di cinque strategie per strutturare contenuti potenti.
- tecniche, suggerimenti ed esempi pratici per migliorare subito la tua scrittura.
- checklist utili per verificare il tuo lavoro.

Ogni passo sarà accompagnato da esempi concreti e strumenti pratici, per applicare immediatamente ciò che apprenderai.

Pronta/o a cambiare il tuo modo di scrivere?

1. Perché mostrare il "processo del tuo pensiero" funziona?

Per molte ragioni, ma qui desidero indicarti le tre principali.

Eccole.

1.1 - La trasparenza crea fiducia

Quando mostri le dinamiche del tuo pensiero, fai qualcosa di prezioso: rendi visibile ciò che, spesso, rimane nascosto.

Nella tua comunicazione offri soluzioni alle problematiche del tuo target?

Ecco, far sapere che dietro quelle soluzioni c'è un ragionamento autentico e che sei disposto a condividerlo coi tuoi lettori fa sì che questi ultimi comprendano

- la tua generosità
- la tua genuinità

e tutto ciò, unito alle tue competenze, ti colloca tra i professionisti e/o gli imprenditori davvero autorevoli nel settore cui appartieni.

Ma attenzione: "trasparenza" non è (e non dev'essere) sinonimo rivelazione del tuo know how. Significa condividere ciò che è utile e significativo per il tuo pubblico, senza sovraccaricarlo di dettagli inutili.

1.2 – Perché educa e coinvolge

Hai mai letto un post che ti dice *cosa fare*, ma non ti racconta *come arrivarci*?

Questo è il modo migliore per lasciare la tua platea con più domande che risposte.

Invece, mettere in chiaro la strada tramite cui il tuo pensiero è pervenuto al suggerimento che hai condiviso permette al tuo lettore di essere parte del viaggio; in questo modo il suo processo di apprendimento inizia, si svolge e giunge alla conclusione assieme a te e grazie a te.

In altre parole, chi ti legge partecipa allo sviluppo del tuo ragionamento, ne è ispirata/o e desidera replicarlo nel proprio, individuale contesto.

E non sottovalutare il potere della parola “partecipazione”, cioè “essere parte di”.

1.3- Perché è un’ottima leva nel social selling organico

È vero, il social selling è l’ambito di comunicazione destinato alla vendita, ma la sua funzione non si esaurisce completamente nella sola “vendita”.

C’è molto altro.

Innanzitutto, ci sono i valori sui quali poggia la tua professione o che sono alla base del tuo fare impresa. Più specificamente, i valori rappresentano le ragioni che fondano il tuo essere professionista o imprenditrice/imprenditore in un modo anziché in un altro: ciò che vuoi essere e ciò per cui ogni mattina ti alzi e investi ogni tua energia professionale.

Inoltre, nel social selling, la relazione con i tuoi lettori e potenziali clienti è importante. Mostrando loro le tracce del tuo ragionamento, li aiuti a comprendere

- *perché* il tuo approccio è originale e si distingue rispetto a quello dei tuoi colleghi
- *perché e come* il tuo approccio può adattarsi al loro caso.

In questo modo non dici *“Compra da me.”*

Stai mostrando: *“Ecco come lavoro, ed è così che posso aiutarti.”*

È una modalità che non solo rende il processo di vendita più etico, ma anche più efficace.

Le persone non comprano solo quello che fai, ma il modo in cui lo fai. Per questo, mostrare il tuo ragionamento rende tangibile il valore che puoi offrire.

Check list

- Ho reso visibile il ragionamento che sta dietro ai miei contenuti?
 - Ho dimostrato la mia genuinità e la mia generosità nel condividere conoscenza?
 - Ho condiviso solo gli elementi realmente utili per il lettore, evitando dettagli superflui?
 - Ho mostrato cosa rende unico il mio approccio rispetto agli altri nel mio settore?
- Ho comunicato il mio valore in modo naturale e non promozionale, evitando affermazioni autoreferenziali?

2. Strategie utili per mostrare il tuo processo di pensiero

Ora, la pratica.

Come strutturare i tuoi post per rendere comprensibile il tuo ragionamento affinché sia naturale e coinvolgente?

Leggi e analizza le seguenti strategie. Poi, con l'immaginazione, portale all'interno della tua comunicazione e scegli quella (o quelle) che senti più vicine a te e più funzionali alla conoscenza e appetibilità dei tuoi servizi e/o prodotti.

2.1 - La domanda iniziale che stimola la curiosità

Hai fatto caso che ogni ragionamento inizia con una domanda o un dubbio?

Ecco, quando scrivi un post o un articolo, comincia con quella stessa domanda che ti ha spinto a riflettere. In questa maniera, attirerai il tuo pubblico e lo invoglierai a scoprire, sì, il punto di arrivo del tuo ragionamento, ma, soprattutto, il modo in cui quel ragionamento si articola nonché la sua direzione.

Ma, perché è così importante partire da una domanda?

Perché le domande sono come porte aperte: invitano il lettore a entrare.

Una domanda ben posta cattura l'attenzione, stimola la curiosità e crea un immediato collegamento emotivo.

È come dire al lettore: “Sto esplorando qualcosa che potrebbe interessarti. Vuoi venire con me?”

E allora

1. identifica una domanda che rispecchi i problemi o le curiosità del tuo pubblico.
2. articola domande specifiche e meritevoli di essere esplorate
3. inizia il tuo post o l'articolo con una domanda che risvegli interesse e crei un collegamento emotivo.
4. utilizza domande che abbiano implicazioni pratiche tipo: “*Cosa succede se...?*”, “*Hai presente quando...?*”
5. evita domande generiche: gli interrogativi che poni devono riguardare tematiche o problemi rilevanti per il tuo pubblico.
6. assicurati che tua domanda introduca il valore del contenuto che seguirà.

Un esempio:

“Mi sono chiesta: perché alcuni post su LinkedIn ottengono migliaia di visualizzazioni, mentre altri – pur validi – passano inosservati? Ecco cosa ho scoperto...”

Una buona domanda rispecchia i bisogni, le preoccupazioni o le ambizioni del tuo pubblico e dimostra che tu comprendi sfide che i tuoi lettori si trovano a dover affrontare.

Check list

Ho inserito una domanda all'inizio del contenuto per catturare subito l'attenzione del lettore?

La mia domanda è specifica e non troppo generica?

La domanda ha un valore pratico per il mio pubblico e stimola una riflessione?

La domanda introduce chiaramente il tema del contenuto?

Ho evitato domande retoriche o troppo ovvie?

Ho creato un senso di connessione emotiva con il lettore attraverso la mia domanda?

Ho spiegato perché questa domanda è rilevante per me e per il lettore?

Ho collegato il contesto della mia riflessione ai problemi o interessi reali del mio pubblico?

Ho utilizzato una storia personale, un aneddoto o un esempio concreto per dare più forza al contesto?

Ho evitato divagazioni e mantenuto il contesto breve ma incisivo?

Ho reso chiaro cosa il lettore guadagnerà dalla lettura del mio contenuto?

Ho evitato un tono eccessivamente "insegnante" e ho invece cercato di creare empatia con il lettore?

Il mio contesto aiuta il lettore a sentirsi parte della riflessione, piuttosto che spettatore passivo?

Ho suddiviso il mio ragionamento in passaggi chiari e logici?

Ho usato transizioni fluide tra un passaggio e l'altro per evitare che il lettore si perda?

Ho incluso sia intuizioni vincenti che errori che mi hanno insegnato qualcosa per dare profondità al mio ragionamento?

Ho mantenuto il linguaggio semplice e accessibile, evitando tecnicismi inutili?

2.2 - Fornisci il contesto: perché questa domanda è importante?

A questo punto, i lettori sono interessati, ma... hanno bisogno di saperne di più.

Vogliono conoscere la ragione per cui quella specifica domanda ti ha spinto a riflettere. E poi, qual è la sua rilevanza nel tuo campo o per la tua platea?

Fornire il contesto significa affermare qualcosa di molto preciso, cioè “Questo è importante per me, e sono convinta/o lo sia anche per te.”

Raccontare il contesto rafforza la tua credibilità: dimostra che la tua riflessione nasce da un'esperienza reale, da un problema concreto che condividi coi tuoi lettori perché lo hai già sperimentato nella tua professione o nella tua impresa. Dimostra che tu li comprendi perfettamente sia sul piano cognitivo che emotivo perché quella esperienza vi accomuna.

Può trattarsi di un aneddoto personale, una sfida che hai affrontato o una situazione che hai osservato nel tuo settore: questo è il momento di avvicinare il lettore, mostrando che condividi le sue stesse domande e preoccupazioni.

Come fare? Eccoti alcuni suggerimenti.

- Racconta una storia personale o professionale che spieghi perché hai sentito il bisogno di rispondere a questa domanda.
- Collega il contesto al problema del tuo pubblico.
- Ricorri soltanto ad aneddoti concreti e reali.
- Includi elementi che il lettore possa riconoscere nella sua esperienza.
- Mantieni il contesto breve, ma incisivo.
- Evita divagazioni che potrebbero distrarre il lettore dal tema principale.

Per esempio:

“Ho iniziato a chiedermi questa cosa dopo che un cliente mi ha detto: ‘Scrivo contenuti eccellenti, ma nessuno li legge.’ Ho deciso di mettermi al lavoro per comprendere quale fosse il vero problema”

Check List

- Ho spiegato perché questa domanda è importante per me?
- Ho collegato il contesto ai bisogni del pubblico?
- Ho mantenuto il contesto breve e chiaro?
- Sono stata/o autentico nel raccontarmi?
- Il tono era sinceramente partecipativo?
- Ho drammatizzato eccessivamente oppure ho ecceduto nel manifestare la mia comprensione emotiva?
- Ho raggiunto un buon equilibrio tra condivisione del problema e informazione?

2.3 Porta i lettori all'interno del tuo ragionamento

Ora il lettore è coinvolto ed è arrivato il momento in cui devi aprire le porte del tuo processo di pensiero. Perciò, mostra il tuo percorso, passo dopo passo.

Quando guidi il lettore attraverso il tuo ragionamento, non stai solo dimostrando competenza: stai creando fiducia.

Pertanto, non **limitarti a presentare la conclusione: svela il viaggio che ti ha condotto a quella conclusione. Condividi le intuizioni, i dubbi, le ipotesi e le correzioni che hanno modellato il tuo pensiero. Questo non solo dimostra competenza, ma infonde fiducia: il lettore vede che il tuo ragionamento è solido, onesto e replicabile.**

Eccoti alcuni suggerimenti:

- Struttura il tuo ragionamento in passaggi chiari e logici.
- Mostra sia le intuizioni vincenti che gli errori che ti hanno insegnato qualcosa.
- Usa un linguaggio semplice e diretto, evitando tecnicismi complessi.
- Inserisci frasi di collegamento come: *“A questo punto, mi sono reso conto che...”*
- Non saltare subito alla soluzione: il valore sta nel mostrare il percorso.
- Includi dati o esempi pratici che rendano il tuo ragionamento concreto.

Per esempio:

“Ho iniziato analizzando i miei post migliori. Credevo che il fattore determinante fosse la lunghezza, ma poi mi sono accorta che il vero elemento vincente era il tono empatico e personale.”

Check list

- Ho suddiviso il mio ragionamento in passaggi chiari?
- Ho utilizzato frasi di collegamento per guidare il lettore?
- Le deduzioni sono coerenti?
- Ho mostrato sia successi che errori lungo il percorso?

Capitolo 3: Crea un ponte tra il tuo pensiero e il lettore

Ora che hai attirato l'attenzione e contestualizzato il tuo ragionamento, devi affrontare la parte più delicata: far sì che il lettore lo segua e lo faccia proprio.

È in questa fase che la scrittura assume il suo ruolo più strategico: guidare il lettore attraverso il tuo processo mentale, senza mai perderlo di vista.

Ma attenzione: c'è un grande rischio.

Se ti limiti a esporre il tuo pensiero in modo troppo diretto, il lettore potrebbe non sentirlo come qualcosa che gli appartiene. Potrebbe percepirlo come una teoria astratta, un concetto interessante, ma distante dalla sua realtà.

La soluzione? Creare un ponte tra il tuo pensiero e la sua esperienza.

Nei prossimi paragrafi ti condividerò tre strategie efficaci per raggiungere questo obiettivo.

3.1 - Trasforma il tuo ragionamento in un'esperienza guidata

Non limitarti a spiegare un concetto: porta il lettore a vivere quel ragionamento con te.

A questo proposito, usa domande che spingano il lettore a riflettere sulla propria situazione, come se stesse percorrendo il tuo stesso cammino mentale.

Esempio:

"Hai mai avuto la sensazione di scrivere un post interessante, ma di non riuscire a farlo risuonare con chi ti legge? Ti è mai successo di ricevere meno interazioni del previsto e chiederti: 'Cosa non ha funzionato?'"

Sai perché questa tecnica funziona?

Perché invece di presentare subito una risposta, crei una connessione emotiva con il problema del lettore, portandolo ad avvertire il bisogno di proseguire nella lettura.

3.2 – Ricorri alle emozioni come vettore di coinvolgimento (senza manipolare).

Le persone ricordano i contenuti non solo per la loro utilità, ma per come li hanno fatti sentire.

Pertanto, all'interno dei tuoi post o articoli ricorri a emozioni quali la sorpresa, la curiosità o il sollievo nel tuo racconto.

A patto e condizione che, nel contesto di cui parli, tu provi (o abbia provato) davvero quelle emozioni. Se fingi di essere (o essere stato) emotivamente coinvolta/o non soltanto il pubblico se ne accorge, ma rischi di essere tacciato di manipolazione.

Esempio:

"Quando ho scoperto questo principio, è stato come accendere una luce in una stanza buia. Improvvisamente, tutto ha avuto senso. Ecco perché ora voglio dividerlo con te."

Questa tecnica funziona perché un concetto astratto diventa un'esperienza emotiva condivisa, più memorabile e coinvolgente.

3.3 - Rendi il tuo ragionamento tangibile con micro-esperimenti

Se ti limiti a lanciare un'idea, i tuoi lettori pensano "Sì, bello, ma... ora?"

Perciò, offri al lettore qualcosa da testare subito.

Concludi la spiegazione di un concetto con un piccolo esperimento pratico che il lettore può eseguire in pochi minuti.

Esempio all'interno di un tuo post:

"Prova a rileggere l'ultimo post che hai pubblicato. Leggilo e chiediti: il mio pubblico capirà non solo cosa sto dicendo, ma anche la ragione per cui sono arrivato a questa determinazione? Se la risposta è no, prova a riscrivere l'inizio spiegando il percorso che ti ha portato a quella riflessione."

In questo modo la teoria diventa subito pratica e misurabile, aumentando la probabilità che il lettore applichi realmente il concetto.

Check list

Ho suddiviso il mio ragionamento in passaggi chiari e logici?

Ogni passaggio si collega in modo naturale a quello precedente, evitando salti logici?

Ho costruito una narrazione progressiva, portando il lettore da una domanda iniziale a una scoperta finale?

Ho usato transizioni fluide tra un passaggio e l'altro per mantenere il lettore coinvolto? (Esempi di transizioni: “A questo punto mi sono reso conto che...”, “Ecco il momento in cui il mio ragionamento ha preso una nuova direzione...”)

Ho utilizzato frasi di collegamento per guidare il lettore attraverso il mio ragionamento?

Ogni sezione del mio ragionamento ha un'introduzione e una conclusione breve che preparano il lettore al passaggio successivo?

Ho mantenuto la coerenza narrativa evitando brusche interruzioni o cambiamenti improvvisi di tono?

Ho portato il lettore a vivere un'esperienza mentale guidata dal mio ragionamento?

Ho inserito domande che spingano il lettore a riflettere sulla propria situazione? (Esempio: “Hai mai scritto un post pensando che avrebbe avuto grande successo, per poi restare deluso dalle interazioni?”)

Ho usato elementi narrativi (storie, esperienze personali, casi reali) per rendere il mio ragionamento più umano e vicino al lettore?

Capitolo 4: Fornisci la soluzione e rafforzala con un'evidenza

Arrivati a questo punto, il lettore ha seguito il tuo processo di pensiero.

Ha attraversato con te la fase di esplorazione, ha visto come hai analizzato la questione e ha iniziato a comprendere perché il tuo ragionamento lo riguarda direttamente.

Ora, il suo livello di attenzione è massimo. Ma anche la sua aspettativa. Vuole una risposta. Vuole vedere dove lo stai portando.

Ed è qui che non devi cadere nell'errore comune: fornire una soluzione generica, debole o scontata.

Se il tuo pubblico ha investito tempo per seguirti, merita una soluzione chiara, utile e soprattutto applicabile.

Ma attenzione. La soluzione non dev' essere solo una "risposta". Deve rappresentare un punto di svolta. Un momento in cui il lettore sente di poter fare un passo avanti grazie a ciò che ha appena compreso.

Vediamo come strutturare la risposta.

4.1 - Offri una soluzione chiara e applicabile

C'è un concetto che merita di essere richiamato per primo in ragione della sua importanza: il lettore non vuole una verità assoluta, desidera un suggerimento da mettere subito in pratica, un insight da portare nel subito nel suo mondo concreto.

Occorre che tu fornisca un contenuto capace di trasformare l'atto della comprensione in azione.

Come farlo?

- Semplifica la tua risposta in una sequenza logica. Se la soluzione sembra troppo complessa o sfumata, il lettore potrebbe sentirsi sopraffatto.
- Usa il principio delle “tre fasi”: la mente umana processa meglio le informazioni quando sono suddivise in tre passaggi.
- Fai in modo che il lettore si senta sicuro di poter replicare ciò che hai spiegato.

Un esempio pratico?

“Ecco un metodo in tre passi per rendere visibile il tuo processo di pensiero nei tuoi contenuti su LinkedIn:

a) Inizia con una domanda che evidenzi il tuo ragionamento.

b) Condividi il “dietro le quinte” di come sei arrivato alla tua idea.

c) Concludi con una riflessione che apra al dialogo con il lettore.”

Questa struttura permette al lettore di visualizzare subito il percorso che deve seguire e gli offre una guida chiara.

4.2 - Rafforza la soluzione con un caso reale

Fornire una soluzione è importante, ma non basta.

Il lettore potrebbe chiedersi: "Ok, ma questa idea funziona davvero? È applicabile alla mia situazione?"

A questo punto, è fondamentale dimostrare che la soluzione proposta ha un impatto concreto. E non c'è nulla di più efficace di un esempio reale.

- Racconta un caso di successo in cui questa strategia ha funzionato.
- Usa dati, percentuali o risultati tangibili per rafforzare il messaggio.
- Dimostra che il metodo è stato testato e che ha generato un cambiamento.

Per esempio: *"Quando ho iniziato a usare questo approccio nei miei post, ho notato un cambiamento immediato. Invece di dare solo consigli, ho iniziato a raccontare il mio processo mentale, mostrando come sono arrivato alle mie intuizioni. Il risultato? Un aumento del X% nelle interazioni e un dialogo più autentico con il mio pubblico."*

Le persone credono ai fatti più che alle parole. Per questa ragione una soluzione supportata da un'evidenza reale è molto più autorevole.

4.3 - Introduci una visione alternativa per stimolare il lettore

Concludere un argomento in modo troppo netto, dà l'impressione che la soluzione proposta sia l'unica valida.

In realtà, la vera autorevolezza risiede nell'aprire a nuove possibilità e non nelle brusche chiusure del tema trattato.

Perciò, ti suggerisco di

- presentare una soluzione alternativa e spiegare perché hai scelto la tua strategia invece di altre.
- invitare il lettore a considerare diversi approcci per raggiungere il risultato più funzionale.

Per esempio:

"Esistono anche altre strategie per rendere il tuo processo di pensiero visibile. Alcuni preferiscono usare schemi e framework più rigidi, altri puntano su storytelling più emozionale. Personalmente, reputo il metodo che ti ho mostrato oggi il più funzionale a generare più interazione su LinkedIn, poiché combina autenticità e valore pratico. Ma qual è il tuo approccio ideale?"

In questo modo dimostrerai apertura mentale e chi legge si sentirà stimolata/o a personalizzare la strategia in base alla propria esperienza.

Check-list

- La mia soluzione è espressa in passaggi semplici e replicabili?
 - Ho spiegato il mio metodo in modo logico e coerente, evitando ambiguità?
 - La soluzione risponde chiaramente alla domanda iniziale?
 - Ho evitato lunghe spiegazioni teoriche, focalizzandomi invece su cosa fare e come farlo?
 - Ho utilizzato il principio delle tre fasi (o una struttura simile) per semplificare la spiegazione?
 - Il lettore può visualizzare facilmente come applicare la mia soluzione nel suo contesto personale o professionale?
 - Ho fornito almeno un esempio pratico che dimostri come la soluzione è stata applicata con successo?
 - Ho inserito dati, risultati o testimonianze che rendano la soluzione più credibile?
 - Gli esempi sono rilevanti e realistici, così che il lettore possa riconoscersi in essi?
 - Ho evitato esempi troppo generici o astratti, scegliendo invece casi concreti e dettagliati?
 - Ho spiegato perché ho scelto questa strategia rispetto ad altre?
 - Ho invitato il lettore a considerare più prospettive, stimolando una riflessione più ampia?
 - Ho mantenuto un tono aperto e non dogmatico, evitando di presentare la mia soluzione come l'unica possibile?
 - Ho verificato che la mia soluzione risponda alle reali esigenze del mio pubblico?
 - Ho collegato la mia soluzione ai problemi o alle domande iniziali del lettore?
 - La soluzione proposta è in linea con il tono e gli obiettivi del contenuto?
- Ho personalizzato la spiegazione per il mio pubblico specifico, evitando generalizzazioni?

Capitolo 5: Trasforma la connessione in coinvolgimento

Quindi, non è sufficiente che il lettore comprenda, bensì deve agire, rispondere, mettere in pratica.

Nei prossimi paragrafi analizzeremo tre diverse tecniche di scrittura etico - persuasiva che potrai adottare nella creazione dei tuoi contenuti per far sì che il tuo lettore si senta pronto ad applicare in concreto ciò che gli suggerisci.

Fornire una soluzione è solo l'inizio. La vera sfida è trasformare l'interesse in azione.

5.1 - Chiudi il cerchio narrativo

Il lettore ha iniziato questo viaggio con una domanda. Ora, riportalo al punto di partenza, ma con una prospettiva nuova.

- riprendi la domanda iniziale e mostra come il percorso, nella sua interezza, abbia portato a una comprensione più profonda.
- stimola il lettore a interrogarsi su cosa può fare con quanto ha appreso

Un esempio concreto:

"Ora che hai visto come rendere visibile il tuo pensiero nei tuoi post, ti chiedo: quale parte di questo processo trovi più difficile da applicare?"

Guarda: stai invitando il lettore a un dialogo, senza forzarlo in una direzione specifica.

5.2 - Introduci un micro-impegno

E se dare un consiglio non bastasse?

Se vuoi che il lettore interiorizzi il contenuto, incoraggialo a fare un piccolo passo concreto.

Come?

- Suggestisci un'azione pratica da mettere in atto subito: talvolta ciò che manca ai nostri lettori non è l'iniziativa, ma il giusto sprone a guardare nella direzione di un'immediata applicazione pratica
- Non perderti nel suggerire esercizi complessi: ne basta uno solo e anche piccolo. Si tratta di offrire l'input a portare nel concreto le informazioni apprese sino a quel momento, nient'altro.

Per esempio:

"Prova a scrivere un post che racconti non solo "cosa", ma anche "come" sei arrivato a quell'idea. Poi, condividilo nei commenti e parliamone!"

5.3 Stimola una conversazione aperta

L'ultimo step è il più potente: lasciare il lettore con una domanda che lo spinga a rispondere.

Ti faccio un esempio concreto:

*“Cos'è più importante: offrire soluzioni concrete o stimolare il pensiero critico?
Dimmi la tua nei commenti!”*

Check-list

Ho fatto in modo che il lettore senta di aver attraversato un percorso, non solo ricevuto informazioni sparse?

Ho evitato una chiusura brusca o frettolosa e ho invece creato una transizione naturale verso la conclusione?

Ho dato al lettore una nuova consapevolezza, senza limitarmi a ripetere quanto già detto?

La conclusione lascia spazio alla riflessione, invece di chiudere il discorso in modo definitivo?

Ho chiuso il cerchio narrativo?

Ho dato al lettore un'azione semplice e immediata che può applicare subito?

L'azione è chiara e non lascia dubbi su come eseguirla?

Ho evitato di proporre un impegno troppo grande che potrebbe scoraggiare il lettore?

Ho spiegato perché questa azione è utile e cosa porterà al lettore?

Ho formulato una domanda aperta che inviti il lettore a condividere il suo punto di vista?

Ho evitato domande banali o retoriche, proponendo invece uno spunto di discussione autentico?

Ho dato spazio a più possibili risposte, senza guidare il lettore verso una conclusione predefinita?

**Scrivere mostrando il tuo processo di pensiero non è solo
una tecnica di scrittura.**

È un atto di trasparenza, di rispetto e di connessione.

**Su LinkedIn, questo approccio è il cuore del social selling organico offrire prima di
chiedere, connettere prima di proporre.**

Vuoi apprendere le tecniche di scrittura etico-persuasiva?

CONTATTAMI