



# **GUIDA AL GRATIS 2026 ha ancora senso?**

**cosa? come? perché?**

# GRATIS FISILOGICO



## ALLENAMENTO DI INIZIO ATTIVITÀ

All'inizio di un'attività, specie se si è usciti da formazioni senza un'adeguata pratica (cosa che, purtroppo, pare essere la regola), è normale **sentirsi alle prime armi con il bisogno di fare esperienza**. In questo contesto offrire mini servizi gratuiti ha molto senso.

## COSA FARE

proporre mini servizi di valore, ma con confini ben precisi, in modo che si possa sperimentare senza però svenarsi totalmente, lasciando aperto qualche spiraglio di prosecuzione.

## COME PROMUOVERLI

- con contenuti di proposta al pubblico sui social senza mandare messaggi a freddo a persone improbabili
- con messaggi diretti a persone con cui hai già un minimo di relazione e sai che potrebbe essergli utile (persone con cui interagisci da un po' di tempo e iscritti alla Newsletter ammesso che all'inizio tu la possiedi)

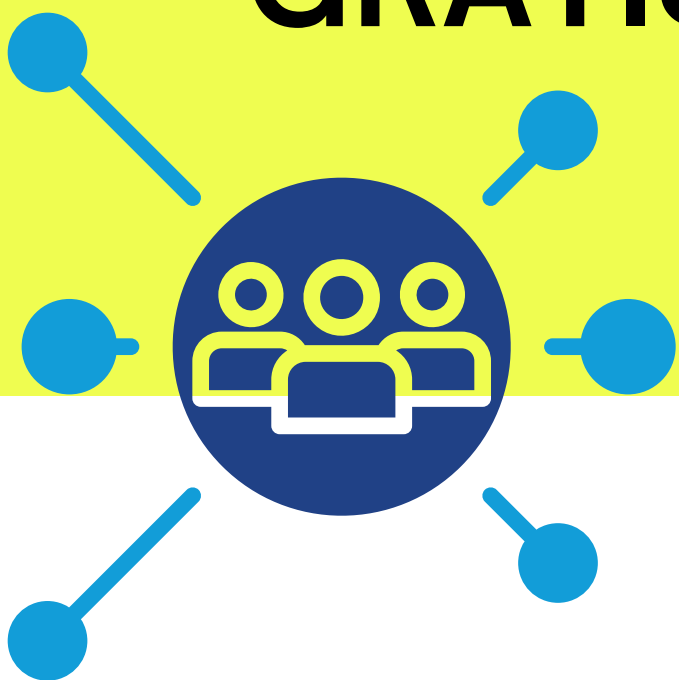
## SCOPO

- fare allenamento
- ottenere feedback (eventualmente anche testimonianze e recensioni, sapendo però che, per legge, dovrai specificare che provengono da servizi gratuiti)

## CHE COSA NON ASPETTARTI

non aspettarti conversione solo per il fatto di aver donato (il principio di reciprocità non funziona così facilmente) e resta consapevole dello scopo vero sensato che può avere questo tipo di gratis.

# GRATIS NECESSARIO



## LA DIVULGAZIONE QUOTIDIANA

Il gratis necessario è fatto dai **contenuti divulgativi** che richiede costanza e mantenimento nel tempo in qualunque fase dell'attività. Non c'è un punto di arrivo in questo totale, nemmeno quando si è famosi.

Per posizionarti serve farti conoscere con contenuti che arrivano nel segno. Per mantenere il posizionamento non devi smettere di farlo.

### COSA FARE

scrivere contenuti sui social, sul blog, via newsletter

- che siano mirati per il target
- che siano suscettibili di posizionamento facendo capire la particolarità del tuo modo di lavorare e facendo sentire anche la tua voce particolare (meno Al mi raccomando perché si vede)

## COME FARE

- Non c'è un numero minimo di contenuti, ma è richiesta comunque una frequenza costante, e sensata, ma sostenibile per te nel tempo.
- La cosa importante è scegliere i canali giusti (in base al tipologia di utenza che si cerca e che deve essere anche attiva su quel social).
- Oltre ai social, ovviamente il blog continua a fare la sua parte e anche la Newsletter.

## SCOPO

- posizionarti
- diventare autorevole per il pubblico di riferimento
- allargare la cerchia
- creare network professionali

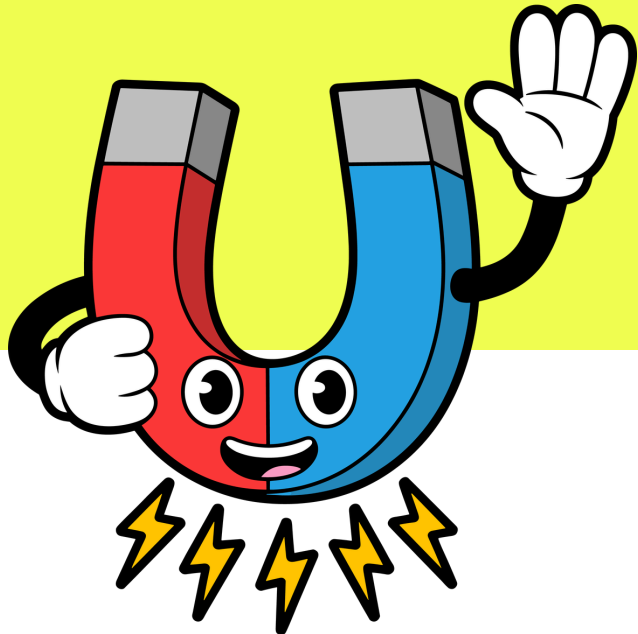
## CHE COSA NON ASPETTARTI

Non aspettarti grande conversione nell'immediato.

Non esiste il contenuto che converte, esiste

l'autorevolezza utile e posizionata che converte nel medio lungo termine.

# GRATIS PRONTI ALL'USO



## I FREEBIE CONFEZIONATI

Parliamo dei c.d. magneti, che di magnete gli è rimasto solo il nome, perché non hanno più un grande effetto di attrazione, stante la quantità di calamite che girano.

Sono **i contenuti preconfezionati: guide in pdf, video registrati, comprese le masterclass registrate**

Hanno ancora senso? Sì se capisci la loro funzione.

*Questo che stai leggendo appartiene alla categoria*

### COSA FARE

- preparare contenuti che abbiano effettivamente un valore extra rispetto ai contenuti quotidiani
- evitare di introdurre in questi contenuti eccessi autoreferenziali con liste di testimonianze e frasi ridondanti sulla tua bravura
- inserire una CTA che apre un contatto piuttosto che una vendita diretta

## COME PROMUOVERLI

- usali nel tuo sito web come freebie per chi si iscrive alla tua Newsletter
- proponili sui social Meta con la tecnica “scrivi guida in commento”, ma evitando di farlo su LinkedIn dove la tecnica non è invece gradita e può essere ritenuta anche contraria al regolamento (*quindi fallo in via diretta con il tuo contenuto*)
- usa la tecnica guida in commento con la funzione Reel di prova su IG

## SCOPO

- nutrire i follower veri che già ti conoscono aumentando la tua autorevolezza nella loro testa
- aumentare le interazioni sui canali Meta
- acquisire nuovi follower su IG usando la funzione Reel di prova

## CHE COSA NON ASPETTARTI

Non aspettarti conversione nell'immediato: anche se la guida è un contenuto più sostanzioso, vale sempre il medio lungo termine.

Considera anche che la maggior parte dei materiali gratuiti scaricati dalle persone non viene neanche aperto.

# GRATIS IMPEGNATIVI



## LIVE FREEBIE

**Masterclass, webinar, laboratori gratuiti: tutti i freebie che richiedono il tuo impegno in diretta con le persone**

Si tratta di un gratis impegnativo, ma vale ancora la pena farlo se te lo giochi bene con buoni contenuti e interazioni delle persone e consideri che è un modo reale per farti annusare veramente. Utile quando vuoi lanciare un servizio in particolare o quando sei un po' a corto di richieste.

## COSA FARE

La versione migliore è quella del laboratorio, se la tua attività lo consente, facendo sperimentare direttamente alle persone un pezzetto del tuo lavoro, coinvolgendole con domande e condivisioni.

**Da evitare:** contenuti eccessivamente autoreferenziali (far vedere videotestimonianze per esempio) e monologhi come se le persone presenti non ci fossero.

## COME PROMUOVERLI

- proponili sui social come proposta pubblica senza mandare messaggi a freddo a sconosciuti
- proponili via messaggio a persone con cui hai già interagito e pensi possano essere realmente interessate
- proponili mediante newsletter

## SCOPO

- farti conoscere
- favorire il posizionamento
- fidelizzare i follower già esistenti, avvicinandoli di più
- conversione possibile

## CHE COSA NON ASPETTARTI

Non aspettarti una conversione importante, fatta di grandi numeri di conversione. Di solito le percentuali di conversione sono basse, ma è comunque qualcosa.

Inoltre qualcuno che oggi non ti compra potrebbe diventare un tuo cliente domani, proprio perché oggi ti ha conosciuto meglio e da oggi inizia a seguirti veramente

**il gratis è ancora utile  
se lo capisci, lo usi bene e  
soprattutto non ti crei  
aspettative inesistenti**

**giallobrand**

**Angela Verardo**

**Servizi di posizionamento e  
comunicazione per liberi professionisti e  
freelance.**

*Perché di qui ti conviene comunque  
passare, altrimenti il gratis rischia di essere  
tamquam non esset.*

**Progetti e Consulenze Individuali**

[Call conoscitiva sempre disponibile](#)

