

SW

Swipe View

Perché alcuni contenuti funzionano e altri no

La logica che usiamo e due casi reali,
spiegati senza paroloni.

Cosa trovi qui dentro

PARTE 1 · LA LOGICA

- 03** Perché pubblico e non succede niente? Cos'è un hook e perché decide tutto?
- 04** Come si tiene una persona fino alla fine? E alla fine, cosa deve succedere?

PARTE 2 · CASO 1 · L'EVENTO SPADA DI LUCE

- 05** Come si riempie un locale 4 sere su 4, senza pagare sponsorizzate?
- 06** Come era fatto il post e perché l'ultima slide fa prenotare?
- 07** Come è andata davvero e perché ha funzionato?

PARTE 3 · CASO 2 · IL VIDEO DELLE PESCHE

- 08** Come ha fatto un video a superare le 200.000 visualizzazioni?
- 09** Cosa è successo mentre cresceva?
- 10** Qual è il vero valore di questo video?

E ADESSO?

- 11** Vuoi risultati simili?

Perché pubblico e non succede niente?

Sui social le persone non ti stanno cercando: scorrono e decidono **in meno di due secondi** se fermarsi. Di solito il problema non è **cosa** mostri, ma **come**. Vincere quei due secondi, e poi meritarcì il resto, è il nostro lavoro.

Cos'è un hook e perché decide tutto?

Pensa a una **vetrina**. In una via con trenta negozi ti fermi davanti a uno solo: non per l'insegna, ma perché qualcosa ti ha incuriosito.

L'hook è la tua vetrina: la prima immagine, la prima frase, il primo secondo.

- **Promette** qualcosa
- **Incuriosisce**: cos'è? dove? perché?
- **È chiaro subito**, senza spiegazioni



Un nostro hook.

Immagine forte e promessa chiara. Se la vetrina è spenta, nessuno entra, anche se dentro hai il negozio più bello della città.

Come si tiene una persona fino alla fine?

Un'attenzione guadagnata va **meritata**. Pensala come un prestito: la persona ti presta il suo tempo e tu glielo restituisci **a piccole dosi**, con una curiosità, un'emozione, un'informazione utile. Come in un buon negozio:

- 1 **La vetrina ti ferma.** È l'hook.
- 2 **Appena entri**, ti mostrano una cosa interessante, poi un'altra, senza annoiarti.
- 3 **Alla cassa**, ti dicono chiaramente cosa fare.

Lo stesso schema lo usano i film: una scena iniziale che ti prende, una storia che si apre un pezzo alla volta, un finale che ti lascia qualcosa.

E alla fine, cosa deve succedere?

Serve un invito all'azione (in gergo **CTA**): **uno solo, chiaro e facile**.

DEBOLE

«Se vuoi, magari, quando puoi, contattaci...»

FORTE

«Chiama ora e prenota. Ultimi posti.»

Una CTA forte trasforma l'attenzione in **persone vere che entrano dalla porta**.

Come si riempie un locale 4 sere su 4, senza pagare sponsorizzate?

LA SITUAZIONE

Cascina dei Canonici è un agriturismo in Piemonte. Nelle serate normali: **15-20 persone**.

L'OCCASIONE

Alla Sacra di San Michele arriva un'installazione di luce: un raggio visibile da lontano dal 17 al 30 settembre. Tutti la vedono. La domanda è: cosa ci fai tu?

COSA ABBIAMO FATTO

Un evento: **4 serate a cena** (18-19 e 25-26 settembre) con la spada di luce davanti agli occhi. Il 16 settembre abbiamo pubblicato **un solo contenuto, senza sponsorizzazioni**.

IL TEMPISMO

Eravamo pronti nel momento esatto in cui le persone hanno iniziato a vedere la spada nel cielo e a chiedersi cos'era. **Il primo post che hanno trovato è stato il nostro.**

Come era fatto il post e perché l'ultima slide fa prenotare?



1 · HOOK (LA VETRINA)

«La spada di luce di San Michele»

Immagine forte e promessa: ti fermi.



2 · DOSE DI VALORE

«La Sacra Linea»

Una curiosità: «E noi siamo esattamente al centro.»



3 · DOSE DI VALORE

«5 chilometri di luce pura»

Informazioni concrete: quando e come vederla.



4 · DAL TEMA ALL'OFFERTA

«Mentre la notte si accende...»

Cosa vivi da noi: sapori, tradizione, calore.



5 · CTA FORTE

«Vi aspettiamo in Cascina!»

Una sola azione: chiamare per prenotare.

L'ULTIMA SLIDE USA IL FOMO

È la **paura di perdersi qualcosa**: quando l'occasione sta per finire, «ci penso» diventa «adesso».

- «Solo 4 serate»: l'occasione ha una fine
- «Posti limitati»: se aspetti, qualcuno prende il tuo
- «Prenotazione obbligatoria»: una sola strada, semplice

Funziona solo se è **vero**: i posti erano davvero pochi e le serate davvero quattro.

Come è andata davvero e perché ha funzionato?

15-20

persone in una
serata normale

~70

persone nelle
serate evento

Locale pieno e **persone mandate via** per mancanza di spazio. Il post: **65.931 visualizzazioni** (61.269 su Facebook, 4.662 su Instagram), 651 mi piace, 17 salvataggi, 17 nuovi follower.

	Percentuale di condivisioni	2,4% Superiore
	Percentuale di "Mi piace"	4,1% Superiore
	Percentuale di salvataggi	0,6% Superiore
	Percentuale di repost	0,3% Superiore

Dati reali da Instagram: 2,4% di condivisioni, sopra il nostro solito

- 1 Vetrina chiara** e valore prima della vendita: era un post per informare.
- 2 Una sola azione**, con FOMO vero: 4 serate, posti limitati.
- 3 Il momento giusto**: pronti quando tutti guardavano il cielo.
- 4 Condiviso tra amici** («andiamo?»): così è arrivato a gente nuova, gratis.

Per te: non serve un evento speciale, serve capire di cosa si parla nella tua zona adesso e arrivare per primo con un invito semplice.

Come ha fatto un video a superare le 200.000 visualizzazioni?



Un fotogramma del video

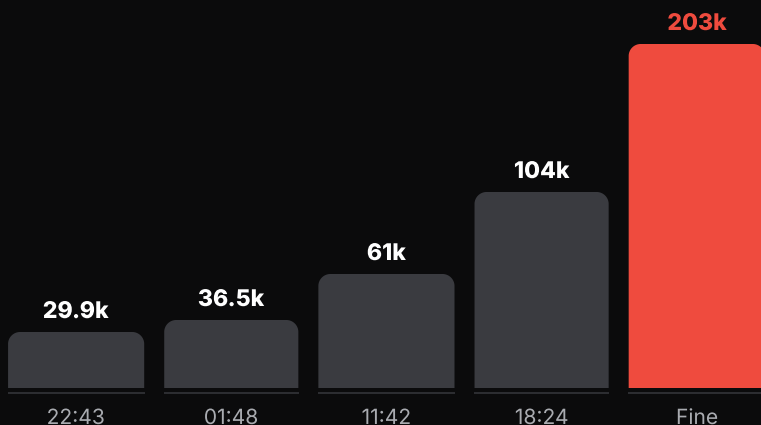
IL VIDEO

«Persi pien alla piemontese»: quasi 2 minuti di cucina vera. Una signora, un ragazzo volontario all'assaggio e la Sacra di San Michele alle spalle. Personaggi veri, ironia e una ricetta della tradizione.

L'OBIETTIVO

Non riempire il locale il giorno dopo: **dare qualcosa di utile** e far conoscere la Cascina a persone nuove.

VISUALIZZAZIONI A OGNI CONTROLLO



Pubblicato il 18 settembre. Ogni barra è un nostro controllo degli insight (orario in basso), non una scala di tempo regolare.

Cosa è successo mentre cresceva?

~30k

22:43

Partenza lenta, poi la curva si impenna. Solo 3 persone su 10 scappano nei primi secondi e circa 1 su 100 lo condivide: sopra il nostro solito.

36k

01:48

Già **224 persone** hanno deciso di seguirci. Si guarda in media **38 secondi**: la gente non scorre via, resta.

61k

11:42

Più persone lo vedono, meglio va. Chi scappa scende al 27,9% e le condivisioni salgono all'1,6%. Spesso succede il contrario.

104k

18:24

Superata quota **100 mila**, con 603 nuovi follower e 39 secondi di visione media.

203k

Fine

La crescita si ferma: il video ha raggiunto chi era interessato. In totale **+1.503 follower**. È normale: ogni video ha un ciclo, poi serve il prossimo.

CHI LO GUARDAVA

95,6% persone che non ci seguivano. Più di 3 su 4 (77,6%) hanno più di 45 anni: un pubblico adulto, affine a tradizione e cucina di casa. Il video dura quasi 2 minuti e dopo un minuto e mezzo c'era ancora circa 1 persona su 4.

Qual è il vero valore di questo video?

Non le 203 mila visualizzazioni. Le persone.

1.503

nuovi follower

2.100

salvataggi

191

commenti

133

repost

Circa 2 persone su 100 lo hanno anche inoltrato a qualcuno.

«lo ho adorato la velata minaccia col coltello al ragazzo volontario che ha affrontato l'assaggio. La Signora è il mio nuovo idolo»

«Pesche ripiene top! A casa mia (vicino Ceva) si facevano senza cioccolato fondente, solo cacao...»

CASCINA DEI CANONICI

Molto interessante! E come venivano?

«Quanto tempo a 180 gradi in forno? 15 minuti?»

CASCINA DEI CANONICI

15-20 min, dipende dalla grandezza delle pesche.

COSA SIGNIFICA PER TE

Un contenuto utile non riempie un tavolo il giorno dopo. Fa **conoscere, fidare e parlare** di te: persone che ridono, ricordano, chiedono e vengono ascoltate. L'evento che hai visto prima aveva l'obiettivo opposto: riempire il locale.

IL PROSSIMO CASO POTRESTI ESSERE TU

Vuoi risultati simili?

Ci racconti la tua attività e in **30 minuti** ti diciamo cosa potresti fare nei prossimi 30 giorni.

Gratis e senza impegno.

**Scrivici ora per la consulenza
gratuita**

info@swipeview.it

SW

Swipe View