

Come scrivere su Instagram per ottenere più “mi piace”, commenti, vendite e follower

di Paolo Franzese



Oggi ti voglio parlare di **come scrivere su Instagram per ottenere più “mi piace”, commenti e follower.**

Nello specifico scoprirai come scrivere le didascalie di **Instagram** per ottenere risultati stupefacenti.

Sicuramente per:

- Far impazzire i tuoi follower;
- Coinvolgere i tuoi lettori;
- Vendere di più.

Devi pensare anche ad altro, ma le didascalie possono avere un ruolo veramente importante per coinvolgere di più.

Ecco perché adesso ti elencherò le cose a cui prestare attenzione quando scrivi le tue didascalie, tutte queste attenzioni ti faranno ottenere più “*mi piace*”, *commenti*, *vendite* e *follower*.

Come scrivere su Instagram? Parti dal tuo pubblico.

Chi è il tuo pubblico

La prima cosa che devi assolutamente fare è capire effettivamente **chi è il tuo pubblico**, non hai idea di quanto può essere potente imparare a conoscere il tuo pubblico.

Ci vuole tempo, commetterai sicuramente degli errori, ipotizza anche che potrebbero essere necessarie alcune vere e proprie “conversazioni” con i tuoi follower.

Ma quello che devi sapere è che quando crei un contenuto, quando scrivi delle didascalie, devi davvero capire con chi stai cercando di parlare.

? **Esempio:** il pubblico che mi segue è in genere qualcuno che:

- Ha appena iniziato la propria attività;
- Ha un'attività e vuole crescere sul web;
- Non è soddisfatto della propria attività;
- Vuole iniziare un nuovo business on line.

Un pubblico che sicuramente è interessato a *crescere sui social media* ed in particolare interessato a **TikTok** (*Io vedo anche dalle metriche sul mio sito*).

Poiché so tutte queste cose, allora cercherò di scrivere didascalie che soddisfino questo genere di pubblico, questo posso farlo perché conosco il mio pubblico.

Come scrivere su Instagram? Conosci il tuo pubblico facendo molte domande.

Chiedi cosa vogliono

Come puoi arrivare ad un buon livello di conoscenza del tuo pubblico? Ci vuole tanto lavoro di rilevamento dei dati.

? **Nota:** pubblica periodicamente **storie su Instagram** in cui chiedi cosa vorrebbe sapere il tuo pubblico da te.



La tua storia 1sec

X

Quali contenuti ti
piacerebbe vedere?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com
Pag. 3



chiedi a loro.

Hai un pubblico su **Instagram**, allora chiedi a loro, chiedi quali sono le loro *difficoltà*, le loro *lotte*, i loro *punti deboli*. Sono queste le informazioni che devi veramente sapere, perché ti aiuteranno con la creazione di didascalie più coinvolgenti.

? **Nota:** crea il tuo **pubblico ideale** oppure crea il tuo **profilo cliente ideale** e annotalo in un documento condiviso in cloud in modo da poterlo richiamare ogni volta tu ne abbia necessità.

Una volta che hai il tuo pubblico ideale riferisciti ad esso più spesso per ottenere maggiore engagement, in questo documento devi annotare le caratteristiche delle persone appartenenti al tuo pubblico, ad esempio:

1. Chi sono i tuoi clienti ideali?
2. Quali sono i loro punti deboli?
3. Quali sono i loro obiettivi?
4. Cosa impedisce di raggiungere gli obiettivi?
5. Quali sono i loro interessi?
6. Cosa vogliono?

Come vedi ci vuole molta ricerca per costruire un buon pubblico ideale, specialmente quando si tratta di raccogliere i dati necessari sul tuo pubblico, ma l'importante è cominciare subito.

Se hai intenzione di approfondire l'argomento puoi iscriverti alla mia **newsletter**:

Come scrivere su Instagram? Prepara un “gancio” (hook) accattivante.

Gancio (hook) accattivante

Se vuoi che le persone leggano effettivamente le tue didascalie devi accertarti di avere un **gancio accattivante**.



Piace a 14 persone

imaginepaolo 🎉+700 idee di contenuti in 5 secondi... altro

[REDACTED] @imaginepaolo 👍 interessante !

imaginepaolo [REDACTED] grazie 🙏

4 GIORNI FA



Il numero massimo di caratteri che puoi utilizzare per una didascalia è di circa **2200** caratteri, ma Instagram le tronca a 125 caratteri con la dicitura “altro” e la persona dovrà cliccare per leggere di più.



Infatti è sui primi **125** caratteri che devi puntare, questi contano più di quelli che seguiranno.

Quindi il tuo obiettivo è assicurarti di far aumentare la percentuale di clic sul testo “altro” per continuare a leggere l’intero contenuto, se non lo fanno cade anche il motivo per scrivere più di 125 caratteri.

Ecco perché devi assicurarti che i primi 125 caratteri contengano qualcosa che attiri realmente l’attenzione.

? **Esempio:** utilizza nelle didascalie una frase con una domanda.

Focus su quale dovrà essere il tuo gancio e rendilo più accattivante possibile. Impegnati per far interrompere lo scrolling del tuo feed e poi far fare clic sul tuo post. Con il tempo noterai che le persone faranno clic sui tuoi “hook” super coinvolgenti che fanno desiderare alle persone di leggere di più.

Vedrai che molti di loro hanno un “finale sospeso” (**cliffhanger**) che rendono le persone molto curiose, tanto da voler saperne di più.

Questo è esattamente ciò che devi integrare nelle tue didascalie, nei 125 caratteri disponibili prima del leggi “altro”:

- **Affermazione polarizzante** tale che le persone siano d'accordo o in disaccordo;
- **Domanda** che stuzzicherà la curiosità delle persone.

Come scrivere su Instagram? Ora conoscerai un fattore davvero potente per rafforzare il tuo profilo Instagram.

Contenuto killer

Un **contenuto killer** vuol dire che devi creare un contenuto che in realtà parla al tuo pubblico ideale, esistono tanti strumenti di *copywriting* per capire quale contenuto andrà realmente bene per quel pubblico.

Ne ho parlato anche in altri articoli sul copywriting, tra cui:

[Come funziona il copywriting, 7 suggerimenti da seguire subito](#)

[Come scrivere su Instagram con il metodo AIDA](#)

Fai clic su questi due articoli e potrai trovare tu stesso il modo per imparare a creare buoni contenuti.

Un buon copywriting è un'abilità essenziale per gli imprenditori da padroneggiare per essere bravi a comunicare con il testo, ed è per questo che ora dedicheremo un po' di tempo ad approfondire le tre migliori tattiche di copywriting persuasivo:



Future Pacing

Il lettore si trova nel punto **A** (*inferno*) e dovrà trovare il modo di descrivergli il punto **B** (*paradiso*), con il copy dovrà aiutare le persone a immaginare il punto B futuro dopo l'utilizzo del tuo prodotto o del tuo servizio, quel modo di scrivere attraverso il quale descrivi per bene il punto in cui arriverà il tuo lettore.

Impara a descrivere quel punto B dove i tuoi lettori desiderano essere:

- Dipingi la tua visione;
- Evidenzia ciò che davvero è la loro vita;
- Descrivi nei minimi particolari come potrebbe sembrare il punto B dopo aver utilizzato il tuo servizio/prodotto.

Ecco perché è molto importante sperimentare nel tuo copywriting il **Future Pacing**, perché è quello che la gente vuole imparare, questo è ciò che la gente vuole vedere, questo è ciò che la vita potrebbe essere se integrassero i tuoi consigli, le tue strategie e i tuoi servizi.

? **Esempio:** nel titolo di questo post c'è questa tecnica quando leggi “...per ottenere più ‘mi piace’, commenti, vendite e follower”;

L'integrazione di questo metodo nelle tue didascalie può generare:

- Più coinvolgimento;
- Più conversazioni in Direct;
- Più persone che chiedono informazioni sui tuoi servizi;
- Più persone che chiedono il tuo aiuto.

Ora parlando di questa tecnica mi sembra giusto farti sapere che puoi chiedere anche una consulenza personalizzata per raggiungere il tuo punto B, un modo prezioso per capire veramente in profondità le strategie su come creare didascalie che convertono davvero.

Senso di scarsità

Fai percepire alle persone ciò che manca e crea quel senso di urgenza per loro:

- Di voler trovare la risposta;
- Di volerti contattare;
- O fare una determinata azione.

Richiama nella tua didascalia alcune cose che sai che il tuo pubblico sta facendo in modo errato.

? **Esempio:** nel mio caso posso usare questa serie di frasi, iniziando con se...

- i tuoi contenuti non ispirano...
- non sai come intrattenere i tuoi follower...
- il tuo personal brand non coinvolge...
- non riesci ad ottenere le vendite pianificate...

- non raggiungi il tuo successo...

E così crei un certo senso crea un senso di scarsità, facendo un elenco di cose che mancano, in modo che le persone leggeranno e penseranno di fare proprio quegli errori.

Fai sentire le persone colpevoli di non impegnarsi per ottenere il successo e quindi stimola un:

- *commento* per chiedere aiuto;
- *mi piace*;
- *salva questo post*;
- contatto via *Direct*.

Quindi nella caption (*didascalia*) parla delle cose che sai che il tuo pubblico non ha in questo momento.

Come puoi vedere, ti suggerisco di costruire un'urgenza, creando **scarsità** effettivamente fai aumentare l'urgenza affinché il tuo pubblico agisca.

Avversione al rischio

Scrivi didascalie che consentiranno di far capire al tuo pubblico quanto più dolore possibile se restano in quella condizione **A**, quindi sfrutta l'avversione al rischio per creare quel senso di urgenza da far prendere determinate azioni.

Un concetto molto simile alla scarsità.

Ognuno di noi ha imparato ed adottato una forma propria di comportamento per evitare il dolore e trovare il piacere.

– Anthony Robbins

Immergiti in quei punti dolenti che il tuo pubblico sta affrontando per stimolare una reazione emotiva.

? **Esempio:** metti in evidenza tutte le cose che il tuo pubblico sta facendo e che in realtà li sta rallentando, sottolinea il fatto che sono cose che li rallenteranno, che li terranno bloccati. Questo creerà un senso di urgenza, perché molte persone vogliono evitare questi problemi.

La conoscenza è potere, ma senza azione, è inutile, e le persone vogliono evitare il rischio di subire rallentamenti negli affari.

Come scrivere su Instagram? Passiamo al prossimo consiglio, azione.

Invito all'azione

Quali azioni bisogna chiedere alle persone su Instagram? Vediamo come creare un buon invito all'azione, nello specifico ci sono due tipi di **chiamata alle azioni (CTA)**.



Ti conviene inserire due tipi di chiamate all'azione, una principale a scelta tra:

- Taggami;
- Commenta qui sotto;
- Metti mi piace;
- Doppio Tap.

e una secondaria, ovvero l'azione che vuoi veramente che il tuo pubblico faccia (tipo incoraggiare a cliccare il link in bio).

Con queste due tipologie di chiamate all'azione otterrai più coinvolgimento nel breve termine e anche molto traffico a lungo termine verso la tua attività.

Ps. se vuoi saperne di più lascia un commento qui sotto.

Come scrivere su Instagram? La cosa importante è come metti tutto insieme, come strutturi la didascalia.

Didascalie leggibili

Assicurati che le tue didascalie siano leggibili e traspiranti, ci vogliono **interruzioni di riga pulite**.



Esempio di testo traspirante

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.



Consectetuer adipiscing elit

Consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

- Duis autem vel eum iriure dolor;
- Vel illum dolore eu feugiat;
- Et iusto odio dignissim;

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit.



La didascalia non deve essere un'assembramento di parole ma le righe devono “respirare”.

Un'altra cosa che devi imparare è la **lunghezza della didascalia**.

In passato poteva essere interessante avere didascalie lunghe, ma la realtà è cambiata, molte persone non amano leggere, specialmente se il testo è troppo a lungo.

? **Suggerimento:** puoi inserire anche la didascalia come immagine in un carosello, prova questo metodo e vedrai che otterrai più coinvolgimento.

Abbiamo finito, in questo post ti ho illustrato una bella panoramica completa per creare didascalie accattivanti.

Ci leggiamo al prossimo articolo.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 24 Gennaio 2022