Perché non guadagni sui social media? Probabilmente tutto peggiorerà

di Paolo Franzese

Perché non guadagni sui social media? C'è una scena che vedo ogni giorno, sempre uguale, sempre più diffusa, sempre più pericolosa. Un creator pubblica un video, buona qualità, buon ritmo, magari anche un hook discreto.

Il video parte, le visualizzazioni salgono… Mille, diecimila, cinquantamila, centomila, i commenti arrivano, i like aumentano. Per un attimo sembra tutto perfetto, sembra che il sistema funzioni, sembra che basti continuare così. Poi passa qualche giorno e non succede nulla. Nessuna richiesta, nessun cliente, nessuna vendita, solo numeri. E allora arriva la domanda che molti evitano, perché fa male: *"Ma a cosa servono davvero queste visualizzazioni?".*

La risposta è brutale, ma necessaria: a niente, se non sono collegate a un sistema. Ad esempio parte del mio sistema è la newsletter, iscriviti e fammi sapere che ne pensi:

E se ti dicessi che le visualizzazioni non contano nulla? Che puoi fare numeri enormi e restare fermo esattamente dove sei?

Perché se non costruisci fiducia, puoi avere anche milioni di visualizzazioni, ma resterai invisibile nel momento che conta. E il problema non è l'algoritmo: è che nessuno ti sta scegliendo davvero.

Il primo grande equivoco

Questo è **il primo grande equivoco** che sta distruggendo intere generazioni di creator. Ti hanno fatto credere che:

- Crescere significhi guadagnare;
- Più visualizzazioni equivalgano a più soldi;
- Basti "andare virali" per cambiare vita.

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

Ma la realtà è completamente diversa, le visualizzazioni sono solo attenzione e l'attenzione, da sola, non vale nulla se non viene trasformata.

Il problema è che ci siamo innamorati delle metriche sbagliate, quelle che fanno scena, quelle che puoi mostrare, quelle che ti fanno sentire importante. Follower, like, views, sono facili da capire, facili da esibire, ma totalmente inutili se non portano a un'azione concreta. È come avere un negozio pieno di gente che entra, guarda e se ne va senza comprare. Puoi anche dire che hai traffico, ma non hai un business.

E qui nasce il paradosso più grande dei social: *puoi essere molto visibile e completamente irrilevante*.

La differenza tra chi cresce e chi costruisce qualcosa di reale sta tutta in questo passaggio. Crescere oggi è relativamente semplice, le piattaforme hanno bisogno di contenuti e spingono continuamente nuovi creator. Basta azzeccare un format, replicarlo, usare le giuste dinamiche, e i numeri arrivano.

Ma costruire è un'altra cosa, costruire significa trasformare l'attenzione in fiducia, e la fiducia in azione.

Ed è esattamente qui che la maggior parte delle persone si blocca.

Perché non guadagni sui social media? Il problema non sono le visualizzazioni.

Cosa NON fai dopo

Il problema è **quello che NON fai dopo**, la verità è che il contenuto, da solo, non basta. Non è mai bastato, il contenuto è un mezzo, è un ponte, non è la destinazione. Se non sai dove portare le persone, ogni contenuto che pubblichi è solo intrattenimento, e l'intrattenimento, nella maggior parte dei casi, non paga.

Quello che vedo continuamente è questo: creator che pubblicano ogni giorno, che fanno numeri, che ricevono commenti… ma che non hanno:

- Nessuna direzione;
- Nessun messaggio chiaro;
- Nessuna proposta;
- Nessun sistema.

Sono presenti, ma non esistono davvero nella mente del pubblico e quando non esisti in modo chiaro, non puoi essere scelto.

? **Suggerimento**: Questo è il punto che devi comprendere profondamente, le persone non comprano da chi vedono, comprano da chi riconoscono. E per essere riconosciuto devi essere qualcosa di preciso, non "uno che fa video", non "uno che intrattiene", ma qualcuno che risolve un problema, che rappresenta un'idea, che occupa uno spazio mentale definito.

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

Se questo non accade, continuerai a fare contenuti che scorrono, che piacciono, che magari vengono anche salvati, ma che non trasformano.

Perché non guadagni sui social media? I dati parlano chiaro…

L’engagement sta calando

Ora fermiamoci un attimo e guardiamo la realtà, quella concreta, quella che molti ignorano perché non è comoda. I dati mostrano un **calo diffuso dell’engagement** su tutte le principali piattaforme:

- **Facebook** perde terreno;
- **TikTok** rallenta soprattutto per i creator più piccoli;
- **YouTube** registra flessioni importanti nelle fasce più comuni;
- **Instagram** sembra reggere, ma solo in alcune categorie.

E il dato più interessante è proprio questo: *anche i piccoli creator stanno perdendo coinvolgimento*.

Nano influencer in calo.

Micro influencer in difficoltà.

Persone che pubblicano costantemente, ma ricevono sempre meno risposta reale.

> Se i social media dei millennial erano basati sulla connessione,
> quelli della Gen Z e della Gen Alpha sono basati sulla curiosità e sull’immediatezza.
> – Matt Navarra

Perché non guadagni sui social media? L’unico valore di oggi…

L’attenzione

Questo significa una cosa sola:

- **L’attenzione** è sempre più difficile da ottenere;
- Ma soprattutto è sempre più difficile da mantenere.

E quando cala l’attenzione, cala anche la fiducia. E quando cala la fiducia, sparisce qualsiasi possibilità di monetizzazione.

Ecco perché oggi non basta più esserci, non basta pubblicare, non basta fare “contenuti carini”. Il sistema si sta saturando, il pubblico è stanco, più selettivo, più veloce, più difficile.

? Suggerimento: Oggi le persone non cercano più solo spiegazioni. Quelle possono chiederle all’intelligenza artificiale in pochi secondi. Quello che vogliono davvero capire… è come ci sei riuscito tu.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

E qui arriva una verità che devi accettare:

- Non è il momento migliore per essere un creator generico;
- È il momento migliore per essere indispensabile.

Perché non guadagni sui social media? Specialmente dei creator italiani…

Il vero errore

C'è un altro problema, ancora più profondo, e riguarda il modo in cui vengono creati i contenuti, questo è **il vero errore** è che in Italia:

- Si copia troppo;
- Si prendono format che funzionano e si replicano;
- Si inseguono trend;
- Si adattano idee viste altrove.

Ma manca completamente una cosa: l'identità, e senza identità, sei intercambiabile. E se sei intercambiabile, sei dimenticabile.

Puoi anche fare un video virale, puoi anche crescere velocemente.

Ma se non hai un posizionamento chiaro, quel pubblico non è tuo, è del formato, è del trend, è del momento. E appena il trend finisce, finisci anche tu.

Questo è il motivo per cui tanti creator hanno picchi improvvisi e poi crolli altrettanto veloci. Non stanno costruendo nulla, stanno semplicemente cavalcando qualcosa che non controllano.

E questo, nel lungo periodo, è devastante.

Perché non guadagni sui social media? Il passaggio che cambia tutto.

Da creator a risolutore di problemi

Se vuoi uscire da questa trappola, devi cambiare completamente approccio. Devi smettere di pensarti come un **creator**, e iniziare a pensarti come un **risolutore di problemi**.

Questo cambia tutto:

- Cambia quello che dici;
- Cambia come lo dici;
- Cambia a chi lo dici;
- Cambia il motivo per cui qualcuno dovrebbe seguirti.

Perché quando risolvi un problema, non stai più intrattenendo. Stai aiutando. E quando aiuti, crei valore. E quando crei valore, diventi rilevante. E la rilevanza è l'unica cosa che conta davvero oggi.

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

Prova a dare uno sguardo ai miei profili social…

? **Suggerimento**: Non devi essere interessante per tutti, devi essere fondamentale per qualcuno. Quando succede questo, le persone non scorrono più. Si fermano, ti ascoltano, tornano, si fidano e la fiducia è l'unica vera moneta dei social.

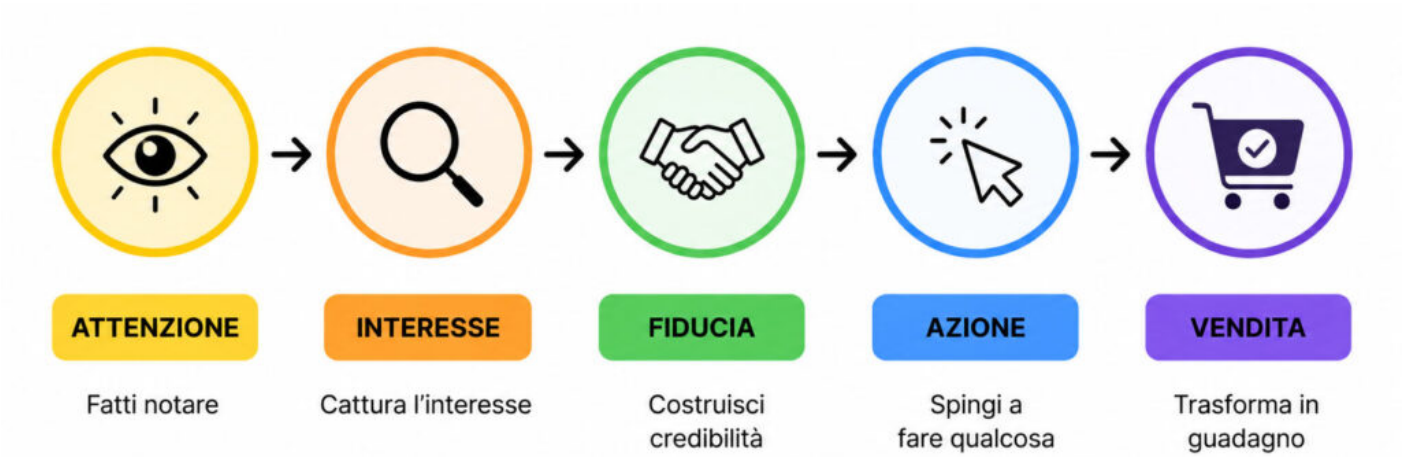
Perché non guadagni sui social media? Devi avere sempre in testa…

Il modello

Ogni contenuto che pubblichi deve avere un obiettivo preciso. Non "fare views". Ma accompagnare le persone in un percorso.

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

Un percorso semplice, ma potentissimo:



Attenzione ? Interesse ? Fiducia ? Azione ? Vendita

Questo è il punto che molti saltano completamente.

- L'**attenzione** la ottieni con un buon hook. Con qualcosa che interrompe lo scroll. Ma dura pochi secondi. Se non la trasformi subito in interesse, è finita;
- L'**interesse** nasce quando tocchi qualcosa di reale. Quando parli di un problema concreto. Quando chi guarda si riconosce;
- La **fiducia** si costruisce nel tempo. Con coerenza. Con chiarezza. Con presenza costante. Con contenuti che mantengono quello che promettono;
- L'**azione** arriva solo dopo. Quando le persone sanno chi sei, cosa fai e perché dovrebbero ascoltarti;
- E la **vendita** è la conseguenza naturale di tutto questo.

Non è una forzatura, non è una manipolazione, è il risultato di un percorso fatto bene.

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

Fase	Cosa significa	Errore comune	Cosa devi fare	Obiettivo
Attenzione	Bloccare lo scroll, farti notare	Hook debole o generico	Usa frasi forti, dirette, polarizzanti	Farti vedere
Interesse	Far restare le persone	Contenuto vuoto o già visto	Tocca problemi reali, concreti	Farti ascoltare
Fiducia	Costruire credibilità nel tempo	Cambiare stile, essere incoerente	Essere chiaro, costante, utile	Farti credere
Azione	Spingere a fare qualcosa	Nessuna CTA o troppo debole	Dire cosa fare: commenta, scrivi, clicca	Farti seguire davvero
Vendita	Trasformare in guadagno	Vendere troppo presto o mai	Offrire soluzione chiara a un problema	Farti pagare

Ecco la tabella riassuntiva, strutturata per essere chiara e utilizzabile anche per contenuti futuri.

Perché non guadagni sui social media? Perché hai follower…

Ma non clienti

A questo punto la domanda diventa inevitabile: *Perché hai follower ma non clienti?*

La risposta è semplice, ma scomoda.

Perché hai costruito un pubblico che ti guarda, ma non ti considera una soluzione:

- Hai allenato le persone a consumarti, non a sceglierti;
- Hai creato contenuti che funzionano per l'algoritmo, ma non per la vita reale delle persone;
- Hai parlato a tutti, e quindi non hai parlato a nessuno.
- E soprattutto, non hai mai guidato davvero chi ti segue verso un'azione.

Non hai mai detto chiaramente: "Ecco cosa puoi fare adesso."

E senza direzione, non c'è movimento.

Perché non guadagni sui social media? La verità finale che devi accettare…

Conclusioni

Ci troviamo alla fine dell'illusione della vanità e oltre il rumore digitale.

Esiste un paradosso silenzioso che consuma chiunque cerchi di abitare la rete oggi: si può essere visti da milioni di persone eppure restare immobili, congelati in un'eterna irrilevanza. Al contrario,

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

si può parlare a pochi e, su quel piccolo palco, edificare un impero solidissimo.

La verità è che la differenza non risiede nei numeri, ma nella direzione. Non nasce dal volume, ma dalla consapevolezza. È la rara capacità di trasmutare l'attenzione effimera in una risorsa concreta.

Ci vuole un cambio di prospettiva, la prossima volta che ti troverai davanti allo specchio freddo delle tue statistiche, prova a cambiare la domanda. Smetti di contare le teste e inizia a misurare l'impatto:

- **Dall'Apparenza all'Utilità**: Non chiederti quante persone hanno incrociato il tuo sguardo; chiediti quante ne hai aiutate davvero;
- **Dal Consenso alla Soluzione**: Non domandarti quanti "mi piace" hai collezionato; chiediti quanti problemi hai risolto;
- **Dal Seguito alla Fiducia**: Non contare i follower; chiediti quanti di loro ti sceglierebbero oggi, con i fatti, se proponessi loro una visione.

Se la risposta a queste domande è il silenzio, allora il colpevole non è l'algoritmo. Non è TikTok, né Instagram. Il problema è che stai producendo rumore. E il rumore, per sua natura, è destinato a essere filtrato dal tempo.

Il sistema sta mutando pelle e ci troviamo nella nuova era del valore. Il pubblico sta affinando l'udito e le vecchie regole si sgretolano sotto il peso di una saturazione senza precedenti. Davanti a te si aprono due sentieri:

- Continuare a inseguire l'ombra dei numeri, svanendo nel brusio di fondo;
- Iniziare a costruire qualcosa di solido, che possa restare anche quando le luci della ribalta si saranno abbassate.

In ultima analisi, la metrica è spietata: *se non generi valore, sei rumore*.

E il rumore non ha mai costruito nulla che duri.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 11 Maggio 2026

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