Come creare contenuti che funzionano? Le regole per costruire un Personal Brand che cresce nel tempo

di Paolo Franzese



Come creare contenuti che funzionano? C'è un momento, prima o poi, in cui chi crea contenuti si trova davanti alla stessa domanda: *"E oggi cosa pubblico?".*

Apri Instagram, guardi TikTok, controlli cosa stanno facendo gli altri. Magari apri ChatGPT, cerchi qualche idea, salvi tre video interessanti, due caroselli, quattro frasi che potrebbero diventare un buon punto di partenza.

Poi, magari, non pubblichi niente, a proposito se cerchi idee puoi rovistare tra le mie newsletter:

Il problema non è sempre la mancanza di idee, molto più spesso è il fatto che stiamo cercando di *creare ogni volta partendo da zero*, come se ogni nuovo contenuto dovesse essere completamente diverso da tutto ciò che abbiamo fatto prima, ed è uno degli errori più grandi che possiamo commettere quando vogliamo costruire una presenza online solida.

Dopo anni passati a creare contenuti, osservare piattaforme, studiare algoritmi e parlare con persone che vogliono crescere sui social, sono sempre più convinto di una cosa: *i creator che durano non sono necessariamente quelli più creativi. Sono quelli che riescono a costruire un sistema*.

Un sistema per imparare, raccogliere idee, trasformarle e raccontarle. Soprattutto, un sistema abbastanza semplice da poter essere utilizzato per anni senza trasformare la creazione dei contenuti in una condanna quotidiana.

Perché puoi avere un video da un milione di visualizzazioni. Puoi indovinare un Reel, trovare il trend perfetto o pubblicare qualcosa nel momento esatto in cui tutti stanno parlando di quell'argomento.

Ma un Personal Brand non si costruisce con un'esplosione improvvisa, si costruisce attraverso *centinaia di piccoli segnali coerenti ripetuti nel tempo*

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

.

Vediamo allora cinque regole che possono cambiare completamente il modo in cui crei contenuti.

Prima di creare…

Costruisci la tua collezione

Una delle convinzioni più pericolose sulla creatività è pensare: *“Devo inventare qualcosa di nuovo.”*

Non funziona esattamente così, devi **costruire la tua collezione**.

Quasi nessuna grande idea nasce completamente dal nulla, le idee nascono:

- Da altre idee;
- Dalle cose che abbiamo letto e dalle persone incontrate;
- Dalle domande ricevute;
- Dagli errori commessi;
- Dalle conversazioni ascoltate;
- Dai film visti;
- Dai libri sottolineati;
- Dalle esperienze vissute…

La creatività è anche la straordinaria capacità di *collegare cose che apparentemente non erano collegate*.

Per questo, prima ancora di domandarti cosa pubblicare, dovresti farti una domanda diversa: *“Cosa sto raccogliendo?”*

Credo che ogni creator dovrebbe avere una propria biblioteca mentale, e non deve essere necessariamente composta soltanto da libri.

? Suggerimento: Può essere fatta di esperienze, screenshot, appunti, domande, frasi, commenti ricevuti sotto un video, statistiche, problemi raccontati dai clienti, intuizioni nate mentre guidiamo o conversazioni che improvvisamente ci fanno vedere qualcosa da una prospettiva diversa, tutto può diventare materiale creativo.

Come creare contenuti che funzionano? Leggere non basta…

Bisogna trasformare

Leggere significa ampliare il numero di connessioni che il nostro cervello può creare, ma c’è una differenza enorme tra leggere velocemente un libro e studiare davvero qualcosa.

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

? Suggerimento: Quando trovi una frase interessante, fermati. Sottolineala, riscrivila, prova a chiederti come potrebbe collegarsi al tuo lavoro o a ciò che insegni. Poi fai un passaggio ancora più importante: *prova a raccontare quell'idea con parole tue*.

È proprio in quel momento che la conoscenza degli altri comincia lentamente a diventare tua. Non perché te ne appropri, ma perché la fai passare attraverso le tue esperienze, il tuo modo di vedere le cose e ciò che hai imparato nel corso degli anni.

Le domande delle persone sono contenuti

Questa è probabilmente una delle fonti più sottovalutate.

Se qualcuno ti fa una domanda, quella domanda è già un contenuto potenziale. Se dieci persone ti fanno la stessa domanda, probabilmente hai trovato un argomento importante. Se continuano a fartela per mesi, forse non hai davanti soltanto un contenuto: *hai davanti un intero filone editoriale*.

Io lo vedo continuamente.

- "Come faccio più visualizzazioni su TikTok?";
- "Perché improvvisamente i miei video non vengono più visti?";
- "Qual è l'orario migliore per pubblicare?";
- "Come faccio a trasformare i follower in clienti?";
- "Come posso costruire il mio Personal Brand?";
- Quelle domande non interrompono il lavoro.

Sono parte del lavoro.

Le persone ti stanno praticamente indicando quali problemi vogliono risolvere. Sta a te ascoltarle e trasformare quelle domande in risposte utili.

Osserva ciò che accade intorno a te

Anche una semplice conversazione può diventare un contenuto.

Una frase ascoltata mentre sei in fila, una discussione con un cliente, un errore fatto durante una consulenza, la domanda di uno studente o una situazione apparentemente insignificante possono accendere qualcosa.

Chi crea contenuti con continuità sviluppa lentamente una specie di radar. Comincia a guardare il mondo pensando: *"Aspetta, qui dentro c'è qualcosa."*

Non significa vivere ogni esperienza con il telefono in mano pensando a come trasformarla in un Reel.

Significa qualcosa di diverso.

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

? Suggerimento: Non devi vivere per creare contenuti. Devi imparare a trasformare ciò che vivi in contenuto.

Studia ciò che funziona

Anche passare del tempo su TikTok, Instagram, YouTube o LinkedIn può diventare formazione. Dipende da come lo fai.

Puoi trascorrere un'ora a scrollare senza ricordare praticamente nulla oppure puoi osservare con attenzione e chiederti perché un determinato contenuto ti ha fermato.

- Qual è stata la prima frase?
- Quando è arrivato il punto interessante?
- Perché hai continuato a guardare?
- Quale emozione ha generato?
- Perché hai salvato quel post e ignorato i dieci precedenti?

Quando cominci a farti queste domande, non stai più semplicemente consumando contenuti.

Li stai studiando.

Il tuo feed può diventare una scuola, se impari a utilizzarlo nel modo giusto.

Come creare contenuti che funzionano? Costruisci una…

Macchina dei contenuti

Una volta raccolte le idee, serve qualcosa che permetta loro di circolare: la **macchina dei contenuti**.

Io lo immagino come un ciclo:

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



La macchina dei contenuti: RACCOGLI ? CREA ? PUBBLICA ? ASCOLTA ? IMPARA ? RACCOGLI

Non è una linea retta e, soprattutto, non finisce quando premi il pulsante “Pubblica”:

- Un contenuto genera commenti;
- I commenti possono generare domande;
- Le domande nuovi contenuti;
- I contenuti altre conversazioni;
- E quelle conversazioni possono portarti a intuizioni che non avevi quando hai iniziato;
- Poi il ciclo ricomincia.

Questo significa che, paradossalmente, *più crei contenuti e più dovresti avere idee*, non meno.

Se accade il contrario, forse stai pubblicando molto ma ascoltando poco.

Non devi necessariamente fare tutto tu

All’inizio è normale occuparsi praticamente di tutto. Registri il video, lo monti, scrivi il testo, prepari

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

la copertina, pubblichi, rispondi ai commenti e analizzi i risultati.

Quando però il progetto comincia a crescere, devi capire quale parte del processo ha veramente bisogno di te e quale può essere automatizzata, semplificata o affidata ad altri.

La tua esperienza non può essere delegata. Il tuo punto di vista nemmeno. La tua storia, il modo in cui interpreti un problema e ciò che hai imparato sul campo appartengono a te.

Il montaggio di un video, invece, può essere delegato. La trascrizione può essere automatizzata. La programmazione dei post può essere organizzata diversamente.

? Suggerimento: Il principio che seguirei è molto semplice: *proteggi il tempo nel quale produci valore che soltanto tu puoi produrre*.

L'Intelligenza Artificiale rende questo principio ancora più importante. Può aiutarti a trascrivere, organizzare, riassumere, trovare collegamenti, generare variazioni o trasformare un video in una prima bozza di articolo.

Ma la macchina dovrebbe amplificare la persona, non cancellarla.

Come creare contenuti che funzionano? Smetti di sembrare un creator…

Diventa più te stesso

Qui arriviamo a un problema che vedo sempre più spesso: Più contenuti guardiamo, più rischiamo inconsapevolmente di assomigliare alle persone che seguiamo.

Stesse parole, stessi hook, stessi montaggi. A volte persino gli stessi gesti, la stessa musica e lo stesso modo di guardare la telecamera.

Il risultato è paradossale: abbiamo strumenti sempre più potenti per essere creativi e, contemporaneamente, migliaia di contenuti che sembrano prodotti dalla stessa persona.

Se tutti utilizzano gli stessi strumenti, gli stessi template e persino la stessa Intelligenza Artificiale, cosa rimane veramente difficile da copiare? Tu.

Allora **diventa più te stesso**!

La tua storia, le tue contraddizioni, il modo in cui racconti qualcosa. Gli errori che hai fatto, le cose che hai imparato troppo tardi, il modo in cui interpreti quello che succede.

Quello è il vero vantaggio competitivo, vuoi una mano per capire come fare?

Consulenza Personalizzata

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Tutti i contenuti sono soggetti a licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

 Partiamo da qui

La tua storia è un asset

Molte persone nascondono proprio la parte più interessante della propria storia perché pensano che non interessi a nessuno oppure perché la considerano troppo personale, poco importante o non abbastanza “professionale”.

E invece spesso è proprio lì che nasce la connessione.

Le persone raramente si legano a noi perché siamo perfetti. Si legano quando riescono a riconoscere *una parte di loro dentro quello che raccontiamo*.

Questo non significa trasformare i social in un diario personale e raccontare qualsiasi cosa. Significa utilizzare consapevolmente la propria esperienza quando può rendere concreto ciò che stiamo cercando di insegnare.

Puoi spiegare un concetto di marketing, oppure puoi raccontare *quando hai capito quel concetto, magari dopo aver sbagliato*.

Sono due contenuti completamente diversi.

Il secondo contiene una persona.

Non mostrare soltanto il risultato

Quando vediamo qualcuno soltanto dopo che ha raggiunto un risultato, spesso pensiamo che per quella persona sia stato tutto più semplice.

- “È fortunato.”
- “Ha conoscenze.”
- “Ha iniziato prima.”
- “Ha più soldi.”
- “Per lui è facile.”

Quando invece conosciamo il percorso, cambia la percezione. Gli errori, i tentativi, le porte chiuse, i momenti difficili e le decisioni sbagliate rendono il risultato più comprensibile e, soprattutto, più credibile.

Questo è fondamentale nel Personal Branding.

? Suggerimento: L’autorevolezza senza umanità crea distanza. L’autorevolezza accompagnata dalla storia crea fiducia.

Come creare contenuti che funzionano? Non creare sempre da zero…

Costruisci i tuoi format

Questo è uno dei consigli che darei immediatamente a chiunque voglia pubblicare con continuità: *smetti di fissare la pagina bianca*.

Non devi reinventare ogni volta il modo in cui comunichi.

Crea delle strutture**, dei format**, delle formule, delle serie. Puoi considerarli dei template creativi nei quali inserire ogni volta idee differenti.

Una struttura non limita necessariamente la creatività. Spesso la libera.

? Suggerimento: Pensa alla musica. Esistono scale, tempi, accordi e strutture abbastanza precise, eppure all'interno di quelle regole sono state create milioni di canzoni completamente diverse.

Succede la stessa cosa con i contenuti.

Problema, storia, insegnamento

Una struttura che trovo particolarmente efficace è:



Una struttura che trovo particolarmente efficace è: PROBLEMA ? STORIA ? INSEGNAMENTO

Parti da un problema chiaro: *"Pubblichi continuamente ma i follower non diventano clienti."*

Hai immediatamente intercettato una frustrazione.

A questo punto puoi inserire la storia: *"Qualche giorno fa ho analizzato un profilo con migliaia di visualizzazioni ma praticamente nessuna richiesta di consulenza…"*

Adesso voglio sapere cosa è successo.

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

Poi arriva l'insegnamento: *"Il problema era semplice: tutti i contenuti erano progettati per ottenere visualizzazioni, nessuno per costruire autorevolezza."*

Da qui puoi sviluppare il metodo, mostrare gli errori e proporre una soluzione.

La cosa interessante è che la stessa struttura può diventare un TikTok, un Reel, un post LinkedIn, una newsletter, un articolo, un podcast o persino una parte di una lezione durante un seminario.

Una buona idea non deve vivere una volta sola.

Se qualcosa funziona, non abbandonarlo

C'è poi una frase che sento spesso: *"Ma di questo ho già parlato."*

E allora? Le persone non vedono tutto quello che pubblichi e, anche quando lo hanno visto, potrebbero aver bisogno di incontrare nuovamente quel concetto da una prospettiva diversa.

Se un video ha funzionato, non abbandonare immediatamente quell'argomento per inseguirne un altro.

Chiediti quale aspetto puoi approfondire, qual è l'errore più comune, quale potrebbe essere il livello successivo oppure quale domanda è emersa dai commenti.

Un contenuto che funziona non è necessariamente un punto di arrivo, *può essere l'inizio di un cluster.*

Questo vale sui social e vale ancora di più per un blog. Invece di parlare superficialmente di cento argomenti diversi, spesso è più utile diventare estremamente riconoscibili su alcuni temi.

È così che lentamente una persona comincia ad associare il tuo nome a un problema, a una competenza o a una soluzione.

Ed è lì che nasce il posizionamento.

Come creare contenuti che funzionano? Fai questo, altrimenti smetterai…

Rendilo facile

Possiamo parlare di algoritmi, storytelling, SEO, Intelligenza Artificiale, hook e Personal Branding per ore, ma alla fine esiste una regola molto semplice: *se il tuo sistema è troppo pesante, prima o poi smetterai.*

Magari non domani. Magari non tra un mese.

Ma diventerà sempre più difficile mantenere quella promessa che avevi fatto a te stesso quando eri pieno di entusiasmo.

Per questo credo che il processo creativo debba essere progettato intorno alla nostra vita e non il

contrario.

Rendilo facile:

- Se odi registrare sedici video in un giorno, non farlo.
- Se scrivi meglio la mattina, proteggi quella fascia oraria.
- Se ami parlare ma odi scrivere, registra la tua voce e successivamente trasforma ciò che hai detto in testo.
- Se sei più naturale mentre cammini, prova a registrare camminando.
- Se ti viene facile rispondere alle domande, costruisci una parte del tuo piano editoriale proprio sulle domande.

Devi trovare *la forma di creazione che genera meno attrito possibile*.

Perché la costanza non nasce soltanto dalla disciplina, nasce anche dal design del processo.

Devi costruire un sistema nel quale creare diventi progressivamente più facile.

Come creare contenuti che funzionano? Spingi su cosa batte l'esplosione…

La costanza

Sui social siamo ossessionati dai picchi.

- Un milione di visualizzazioni.
- Centomila like.
- Diecimila follower in una settimana.

Sono numeri bellissimi e, quando arrivano, è giusto goderseli, ma un Personal Brand non è un fuoco d'artificio, è molto più simile all'interesse composto.

Ogni contenuto aggiunge qualcosa al precedente. Una persona ti vede oggi, ti rivede tra tre giorni, legge un tuo articolo dopo due settimane. Poi magari si iscrive alla newsletter e per un po' non sente più parlare di te.

Dopo tre mesi trova casualmente un altro tuo video, ne guarda uno, poi un altro, poi un altro ancora.

Con **la costanza**, a quel punto succede qualcosa di importantissimo: *diventi familiare*.

E la familiarità, quando è accompagnata da competenza, utilità e coerenza, può generare fiducia.

La fiducia genera attenzione. L'attenzione può trasformarsi in relazione e quella relazione, eventualmente, può portare a una richiesta di consulenza, all'acquisto di un corso, alla partecipazione a un evento oppure semplicemente a una persona che comincia a parlare di te ad altri.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Ecco perché non dobbiamo limitarci a inseguire le visualizzazioni, dobbiamo costruire un ecosistema.



L’ecosistema: CONTENUTO ? ATTENZIONE ? AUTOREVOLEZZA ? FIDUCIA ? COMMUNITY ? OPPOR

Le visualizzazioni sono soltanto l’inizio.

Come creare contenuti che funzionano? Non è diventare virali…

Il vero obiettivo

C’è infine una parte della creazione dei contenuti della quale parliamo troppo poco: *Creare contenuti cambia anche chi li crea*.

- Quando provi a spiegare qualcosa, sei costretto a capirla meglio.
- Quando racconti una storia, devi interpretarla.
- Quando rispondi a una domanda, scopri velocemente quello che sai davvero e, soprattutto, quello che ancora non sai.
- Quando pubblichi un’opinione, sei costretto a chiarire il tuo punto di vista.
- Quando insegni qualcosa decine e decine di volte, diventi inevitabilmente più bravo a insegnarla.

La creazione di contenuti, quindi, non è soltanto marketing. Può diventare uno straordinario processo di crescita personale e professionale.

? Suggerimento: Ed è questo uno degli aspetti della Creator Economy che trovo più interessanti: non stai semplicemente costruendo un’audience, stai costruendo una versione più chiara di te stesso.

Come creare contenuti che funzionano? Un sistema pratico…

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Da utilizzare da domani

Se vuoi trasformare queste idee in qualcosa di concreto, prova un esercizio semplicissimo.



Crea cinque contenitori: nel primo inserisci tutto ciò che *impari*, nel secondo le *domande* che ricevi, nel ter
i contenuti interessanti che *osservi*, nel quinto le *storie personali* dalle quali hai imparato qualcosa.

Non devono essere strumenti complicati. Puoi utilizzare un’app per le note, un documento, un database o persino un quaderno. Lo strumento conta molto meno dell’abitudine di raccogliere.

Quando devi creare qualcosa, non domandarti più: *“Cosa pubblico oggi?”*

Apri il tuo archivio, scegli un elemento e prova a trasformarlo utilizzando una struttura semplice:

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



La struttura più semplice PROBLEMA ? STORIA ? INSEGNAMENTO

Poi fatti un'ultima domanda: *"Come posso rendere questo processo ancora più semplice?"*

Perché il miglior sistema editoriale non è quello più sofisticato.

È quello che riesci realmente a utilizzare anche quando hai poco tempo, sei stanco o non ti senti particolarmente creativo.

Come creare contenuti che funzionano? La nuova sfida nell'era del…

L'Intelligenza Artificiale

Oggi produrre contenuti è diventato tecnicamente facilissimo.

Possiamo generare immagini, scrivere testi, creare video, trascrivere audio, tradurre, riassumere e trasformare un'idea in decine di formati differenti in pochissimo tempo.

Questa possibilità è straordinaria (anche la utilizzo, ma ti ricordo che scrivo su questo blog dal 2001), ma porta con sé una conseguenza.

Se produrre diventa facile per tutti, *produrre non sarà più sufficiente per distinguersi*.

Credo quindi che nei prossimi anni aumenterà enormemente il valore di ciò che non può essere generato premendo semplicemente un pulsante: esperienza, reputazione, credibilità, punto di vista, relazioni, storie, risultati e identità.

L'AI renderà sempre più economica la produzione dei contenuti, proprio questa abbondanza renderà ancora più preziosa la riconoscibilità.

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

Quando tutti potranno creare, il problema non sarà più semplicemente: *“Come faccio a produrre contenuti?”*

La vera domanda diventerà: *“Perché qualcuno dovrebbe scegliere di ascoltare proprio me?”*

E la risposta difficilmente sarà un prompt migliore, sarà il tuo Personal Brand.

Come creare contenuti che funzionano? Non devi diventare una macchina per contenuti…

Conclusioni

C’è una differenza enorme tra pubblicare continuamente e costruire qualcosa.

Puoi pubblicare tre video al giorno e rimanere completamente invisibile come persona. Oppure puoi creare contenuti che, pezzo dopo pezzo, permettono alle persone di capire chi sei, cosa sai fare, in cosa credi, quali problemi puoi risolvere e soprattutto perché dovrebbero continuare ad ascoltarti.

È questo il vero obiettivo.

Non diventare una macchina che produce post.

? Suggerimento: Costruisci una macchina capace di trasformare ciò che impari, vivi e scopri in valore per altre persone.

Colleziona conoscenza, trasformala e raccontala attraverso la tua esperienza. Costruisci strutture che puoi riutilizzare, elimina tutto l’attrito possibile e poi continua. Continua anche quando un contenuto fa poche visualizzazioni. Quando sembra che nessuno stia ascoltando. Quando l’algoritmo decide di guardare altrove e inizi a chiederti se ne valga ancora la pena.

Perché il vero Personal Brand non nasce quando un contenuto diventa virale, nasce molto più lentamente.

Nasce quando, dopo aver visto dieci, venti o cinquanta tuoi contenuti, una persona riesce finalmente a dire: *“So chi sei. So cosa fai. So cosa puoi darmi. E se avrò bisogno di quella cosa, penserò a te.”*

A quel punto non hai semplicemente conquistato una visualizzazione, hai conquistato *uno spazio nella mente di una persona*.

Ed è probabilmente uno degli spazi più preziosi che possiamo conquistare oggi.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 19 Ottobre 2026

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons