

# I due tipi di esperti di business

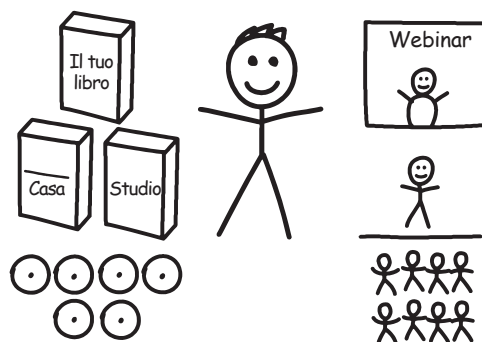
Prima di addentrarci in profondità nell'argomento, voglio sottolineare che esistono due tipi di esperti di business. Le tattiche alla base di entrambi sono le stesse, ma le strategie sono leggermente diverse. Voglio spiegarle bene entrambe, così che tu possa capire quale si adatta meglio a quello che stai cercando di creare.

## **Esperto di business #1: vendere prodotti informativi**

Il primo tipo di esperto di business è quello che probabilmente diventerà la maggior parte dei lettori di questo libro. Prevede che tu prenda le lezioni che hai imparato nella tua vita e le trasformi in prodotti informativi, Coaching e consulenza. Essere un esperto e vendere prodotti informativi è (secondo me) la migliore forma di start-up al mondo.

Non hai bisogno di capitale di rischio o di avvio per l'attività, ti servono solo la passione per ciò che insegni e imparare a raccontare storie in un modo che farà entusiasmare anche gli altri.

Potrei raccontare centinaia di storie divertenti su persone che hanno preso i propri talenti, le proprie idee e le proprie abilità uniche e li hanno usati per creare imprese basate sulle loro conoscenze di esperti. Una delle mie storie preferite è quella del mio amico Jacob Hiller.




---

Expert business #1:  
vendere prodotti informativi

Sin da bambino, Jacob ha sempre desiderato saper fare le schiacciate a basket ma, per qualche ragione, non ci è mai riuscito. Questo gli dava così tanto fastidio che capire come aumentare il suo salto verticale è diventata la sua missione. Ha fatto ricerche su tutti i possibili sistemi per farlo ed è diventato una cavia umana, testando una per una tutte queste idee. Quando ha iniziato a riuscirci, registrava video che mostravano le tecniche che avevano funzionato e li pubblicava su un canale YouTube da lui stesso creato.

All'inizio, dei suoi video non gliene fregava niente a nessuno. Ma lui stava lavorando su se stesso e stava migliorando il suo

salto verticale, quindi non gli importava. Registrava i video gratis e li metteva online perché gli piaceva farlo. Col passare del tempo, però, la gente ha cominciato a notarlo. Alcuni hanno iniziato a condividere il suo messaggio con i propri amici e, ben presto, si è costruito questo simpatico piccolo seguito di persone che, come lui, erano interessate a imparare a saltare più in alto.

È passato dall'aver da 0 a 100 persone che lo seguivano... Poi 1.000... Poi 10.000 e oltre, semplicemente condividendo ciò che lo appassionava. È così che hanno iniziato molti esperti di business. Trovi qualcosa che ti appassiona e la tua ossessione di imparare, e applicarlo sempre di più, ti aiuta a diventare un esperto che può guidare gli altri. I telespettatori di Jacob continuavano a chiedergli di più, ed è allora che si è reso conto di aver costruito qualcosa di incredibilmente unico. Allora ha iniziato a creare prodotti per insegnare agli altri ciò che aveva imparato, e ha trasformato questa attività in un'azienda che ora fa milioni di dollari, insegnando alle persone come saltare.

Per quanto la storia di Jacob sia bella, non è unica. Un altro mio amico, Jermaine Griggs, aveva difficoltà a leggere gli spartiti ed è diventato bravissimo a suonare il pianoforte a orecchio. Oggi guadagna milioni di dollari all'anno aiutando gli altri a imparare a suonare il pianoforte a orecchio. La mia allieva Liz Benny era una straordinaria social media manager per se stessa e per altri, ma quando è diventata un'esperta e ha iniziato a insegnare agli altri come farlo, ha cominciato a fare milioni.

Robert G. Allen, il grande investitore immobiliare e Coach, una volta ha detto che aveva fatto milioni FACENDO l'agente immobiliare, ma che ne ha fatti centinaia INSEGNANDO a farlo.

È così che di solito si inizia. Ci appassioniamo a un argomento e cominciamo a galvanizzarci, diventando dei fanatici. Impariamo, leggiamo libri, studiamo esempi, ascoltiamo podcast e accumuliamo molte informazioni. Poi cominciamo a usarle per noi stessi. A un certo punto, ci rendiamo conto che l'unico modo per continuare a crescere non è imparare di più ma spo-

stare, invece, la nostra attenzione dalla crescita personale al contributo per gli altri. È solo spostando la nostra attenzione sull'aiutare gli altri che continuiamo a crescere. Facciamo da Coach agli altri, creiamo prodotti informativi e cominciamo a contribuire alla crescita di altre persone. Così facendo, si impara di più su se stessi e sul processo.

Contribuire è il segreto per continuare a crescere.

La prima volta che l'ho capito davvero, ero al liceo. Ero un campione nazionale e un lottatore membro della *All-American*<sup>1</sup>. Leggevo e guardavo tutto ciò che potevo sul wrestling. Io e mio padre studiavamo video e ci esercitavamo con le mosse ogni giorno.

Poi, l'estate dopo il mio ultimo anno al liceo, uno dei miei allenatori mi chiese di aiutarlo ad allenare i ragazzi al campo estivo di wrestling. Non avevo mai fatto l'allenatore di wrestling prima, ma pensai che sarebbe stato divertente. Quando ho iniziato, allenavo i lottatori più giovani su mosse in cui ero intuitivamente bravo, ma che altri non riuscivano a capire. All'inizio era davvero difficile analizzare e spiegare perché la mossa funzionasse e come andava fatta. Ma poi, insegnando ai ragazzi, ho cominciato a notare perché la mossa non funzionava per loro. Così dicevo: "Non funziona perché il tuo braccio è piegato nel modo sbagliato" oppure "Sei nell'angolazione sbagliata". Insegnando, sono stato costretto a scomporre e analizzare quello che facevo e imparare PERCHÉ funzionava.

Man mano che prendevo coscienza di quei dettagli e ne diventavo consapevole, riuscivo a insegnare meglio ai ragazzi. E la consapevolezza che ho tratto dall'allenare gli altri mi ha reso un atleta molto migliore. Contribuire al successo di altre persone mi ha aiutato a crescere di più rispetto al concentrarmi sul mio successo personale.

---

1 N.d.R. La *All American Wrestling* (conosciuta anche come *AAW: Professional Wrestling Redefined*) è una federazione statunitense di wrestling.

Il processo per la maggior parte degli esperti di business è lo stesso. All'inizio, ci appassioniamo a un determinato argomento. Studiamo, impariamo, mettiamo in pratica, ma alla fine non possiamo più crescere solo grazie allo studio. Allora spostiamo la nostra attenzione sull'aiutare gli altri con ciò che abbiamo imparato e quel contributo li aiuta, cosa che a sua volta aiuta noi a continuare a crescere.

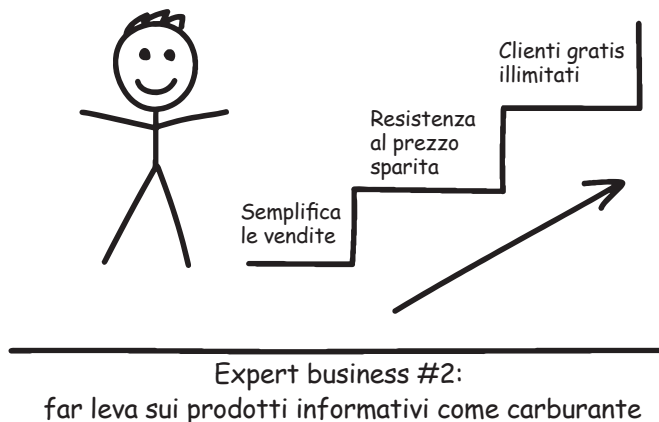
## **Esperto di business #2: Far leva sui prodotti informativi per far crescere un'azienda già esistente**

Se hai già un'azienda, puoi utilizzare questo sistema chiamato *Expert secrets* per farla crescere rapidamente e trovare gratuitamente clienti. Avevo delle riserve sull'idea di intitolare questo libro "Expert secrets", perché non volevo che le persone lo scartassero semplicemente perché vendono altri tipi di prodotti, o servizi, rispetto a quelli informativi.

Molti mi chiedono come abbiamo fatto a trasformare *ClickFunnels* nella società SAAS (*Software As A Service*)<sup>1</sup> in più rapida crescita nella storia di Internet, senza capitale di rischio e senza alcun tipo di supporto all'avvio dell'attività. La risposta è che prima mi sono concentrato in qualità di esperto sulla vendita di prodotti informativi che indottrinassero i nostri clienti e gli facessero desiderare il vero servizio che stavamo cercando di vendergli.

---

1 N.d.R. È un modello di distribuzione del software applicativo dove un produttore di software sviluppa, opera e gestisce un'applicazione web che mette a disposizione dei propri clienti via Internet.



I nostri concorrenti e i *venture capitalist*<sup>1</sup> che hanno cercato di investire con noi non riuscivano a capire come mai il nostro costo di acquisizione dei clienti fosse ancor meglio che... Gratis. Come vedrai ben presto, ciascuno dei nostri clienti inizia acquistando da noi un prodotto informativo e noi in realtà facciamo soldi con quella prima transazione. In seguito, presentiamo a quei clienti *ClickFunnels*, rendendo il nostro costo di acquisizione di ogni cliente inferiore a 0 dollari, dato che siamo già stati pagati quando ha acquistato i nostri prodotti informativi.

In realtà veniamo pagati per acquisire clienti, il che ci dà la capacità di acquisire decine di migliaia di clienti, quasi da un giorno all'altro, senza spendere un soldo di tasca nostra.

Quando inizierai a utilizzare il processo di *Expert secrets* per la tua azienda, vedrai che accadranno alcune cose straordinarie.

1. Le vendite complicate diventeranno facili perché i prodotti informativi indottrineranno i potenziali clienti sul PERCHÉ hanno bisogno del tuo prodotto o servizio.

---

<sup>1</sup> N.d.R. Investitori disposti a supportare dal punto di vista finanziario la nascita/crescita di aziende (spesso) ad alto potenziale di rischio, operanti in settori ad alto potenziale di rendimento.

2. Verrai visto come un esperto, anziché come un bene da acquistare, e la gente ti pagherà di più per la stessa cosa che potrebbe ottenere altrove. Tutte le altre opzioni diventeranno irrilevanti, la resistenza ai prezzi scomparirà e le vendite future diventeranno più facili.
3. Sarai in grado di acquisire gratuitamente un numero illimitato di clienti, quindi ogni successiva vendita che realizzerai con clienti già esistenti comporterà il 100% di profitto.
4. Sarai in grado di crescere MOLTO più velocemente.

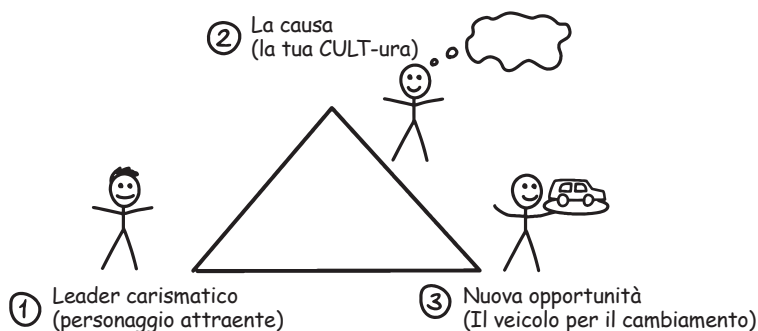
Ci ho messo più di dieci anni a “guadagnarmi” questo libro attraverso prove ed errori, facendo migliaia di offerte a milioni di persone. Condivido con te solamente le strategie e le tattiche che hanno dimostrato di funzionare.

Spero che questo libro ti piaccia e che ti aiuti ad amplificare il tuo messaggio al mondo.

# Parte 1

## Crea il tuo movimento di massa

### CREARE UN MOVIMENTO DI MASSA





Prima di iniziare, devo raccontarti qualcosa che, a prima vista, potrebbe sembrare un po' arretrato, ma che è uno dei segreti fondamentali per condividere e monetizzare il tuo messaggio. Come sai, il mondo è pieno di esperti squattrinati, persone che hanno consigli e opinioni da dare ma che nessuno ascolta.

Quando ho iniziato questo viaggio, mi sono reso conto che se volevo avere successo, avrei dovuto concentrarmi innanzitutto sulla costruzione di un pubblico di persone con cui condividere il mio messaggio. Non ero sicuro dove dovevo andare o come farlo. Così ho iniziato a studiare personaggi storici che si erano costruiti un vasto pubblico e che avevano causato grandi cambiamenti. Più esempi trovavo, più notavo schemi ricorrenti.

Non importa se studiavo Adolf Hitler e il partito nazista, o Gesù Cristo e il cristianesimo; tutti gli esempi che trovavo avevano tre cose in comune che li hanno aiutati a creare un movimento di massa.

1. Ognuno di loro aveva un leader carismatico o un personaggio attraente.
2. Ognuno di loro si è concentrato su una causa futura che era più grande di loro.
3. Ognuno di loro ha dato al proprio pubblico una nuova opportunità.

Dopo aver notato questo schema, ho scavato più a fondo in ognuno di queste tre modelli per decodificare ciò che accadeva e capire perché funzionava. Ciò che ho scoperto era affascinante e, appena ho sentito di aver capito cosa aveva funzionato, il mio team e io abbiamo applicato questi principi al mio pubblico. Così ho visto le persone trasformarsi rapidamente da semplici follower a veri e propri fan.

Nel 2008, Kevin Kelly ha scritto un articolo intitolato "1.000 veri fan". In quell'articolo diceva:

A un creatore, come un artista, un musicista, un fotografo, un artigiano, una persona di spettacolo, un animatore, un designer, un videomaker o uno scrittore (cioè in altre parole, chiunque produca opere d'arte) basta procurarsi solo 1.000 veri fan per guadagnarsi da vivere.

Un Vero Fan è definito come una persona che acquisterà qualsiasi cosa tu produca. Si farà 300 chilometri in macchina per vederti cantare. Si comprerà la ristampa super deluxe ad alta risoluzione del cofanetto con la tua musica anche se ha già la versione a bassa risoluzione. Ha Google Alert impostato sul tuo nome. Ha messo il segnalibro alla pagina eBay in cui vengono visualizzate le tue edizioni fuori stampa. Viene alle tue inaugurazioni e lanci di nuovi prodotti. Ti fa autografare le sue copie. Compra la maglietta, la tazza e il cappellino. Non vede l'ora che tu faccia uscire il tuo prossimo lavoro. Un vero fan è così.

Questa parte del libro si incentra interamente su COME creare quei veri fan, come costruire il tuo seguito. All'interno del mio gruppo *mastermind*<sup>1</sup> di alto livello (chiamato *Inner Circle*) scherziamo dicendo che ognuno di loro deve concentrarsi sulla costruzione della propria CULT-ura<sup>2</sup>. Anche se non stiamo davvero creando un culto, né una setta, stiamo costruendo una cultura di veri fan. E questa parte del libro ti mostrerà come fare la stessa cosa, in modo da riuscire a creare un veicolo per il cambiamento della vita dei tuoi fan.

---

1 N.d.R. Un gruppo *mastermind* è formato da un network di persone che si incontrano di persona, oppure online, utilizzato per aiutare i partecipanti a risolvere i loro problemi con input e consigli dagli altri membri del gruppo.

2 N.d.R. Gioco di parole con *cult* (Trad. it. Culto).