



**Foto Profit System™**

**Come creare un'attività fotografica  
redditizia nella nuova era del web  
visuale: strategie, segreti... errori  
da evitare**

# Scheda di lavoro e dispense del corso

*\*Al termine di ogni lezione, riempi di volta  
in volta i quesiti e le parti ad essa relativi*

Lezione 1

**Come "creare clienti" in fotografia anche quando dormi**

Lezione 2

**Il segreto contro-intuitivo per farti scegliere in mezzo a migliaia di altri fotografi che offrono i tuoi stessi servizi a prezzi molto più bassi**

Lezione 3

**Come trovare clienti: i migliori canali di promozione per fotografi**

Lezione 4

**Come trasformare le richieste di preventivo in vendite senza perdere clienti**

Lezione 5

**[P.S.A.] La formula per massimizzare i profitti e crescere velocemente... senza diventare schiavo del tuo lavoro**

# Lezione (1)

***Come "creare clienti" in fotografia  
anche quando dormi***

# Lezione (1)

- L'obiettivo numero uno** che devi perseguire per creare un flusso costante di clienti in fotografia è: \_\_\_\_\_
- TEST** (scrivi qui il tuo risultato): \_\_\_\_\_
- Il viaggio del** \_\_\_\_\_ **è fondamentale** per capire le aree dove migliorare
- Il vero motivo** per cui moltissimi fotografi perdono per strada tanti clienti è:  
\_\_\_\_\_
- I 4 step intermedi** che una persona deve compiere in fotografia prima di diventare cliente sono:
  - **STEP 1:** \_\_\_\_\_
  - **STEP 2:** \_\_\_\_\_
  - **STEP 3:** \_\_\_\_\_
  - **STEP 4:** \_\_\_\_\_

# Lezione (1)

- L'errore principale** che i fotografi commettono sul web è: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
  
- La vendita delle tue immagini** è sempre e solo una conseguenza di queste 2 decisioni da parte del cliente:
  - **Decisione 1:** \_\_\_\_\_
  - **Decisione 2:** \_\_\_\_\_
  
- Esercizio:** Osserva il tuo \_\_\_\_\_ e chiediti:
  - Il cliente vede subito le informazioni di cui ha bisogno?
  - C'è qualcosa che manca?
  - Ci sono elementi che lo annoiano o che lo confondono?
  - (altro) \_\_\_\_\_

# Lezione (1)

## ❑ Bonus implementativi:

1. **(Caso Studio)** "Come realizzare una \_\_\_\_\_ che cattura subito l'attenzione delle persone e che genera in automatico \_\_\_\_\_ e nuove vendite"
2. **(Estratto dalla Masterclass)** "Critiche e Revisioni di \_\_\_\_\_"
3. **(Caso Studio)** "Accorpate o Separare? L'artificio della \_\_\_\_\_ e lo stratagemma dell' \_\_\_\_\_"



# Lezione (2)

*Il segreto contro-intuitivo per farti scegliere in mezzo a migliaia di altri fotografi che offrono i tuoi stessi servizi a prezzi molto più bassi*

# Lezione (2)

- La prima cosa in assoluto** che un fotografo dovrebbe mostrare ad una persona per trasformarla in un cliente è: \_\_\_\_\_
- L'errore più grave** che non devi commettere quando decidi di acquisire nuovi clienti è \_\_\_\_\_
- TEST** (scrivi qui il tuo risultato): \_\_\_\_\_
- La strategia della** \_\_\_\_\_ è il segreto più importante per dare ai clienti esattamente ciò che vogliono e desiderano da un fotografo
- Per diventare un fotografo di riferimento** nella tua nicchia di mercato devi:
  - Saper trasmettere la sensazione di \_\_\_\_\_
  - Saper trasmettere la sensazione di \_\_\_\_\_

# Lezione (2)

- Il primo ingrediente** per farti scegliere in mezzo a migliaia di altri fotografi che offrono i tuoi stessi servizi a prezzi più bassi è la \_\_\_\_\_
- Il secondo ingrediente** è l' \_\_\_\_\_
- Il terzo ingrediente** è saper progettare una \_\_\_\_\_
- Il modo meno intelligente** per creare una lista di persone realmente interessate a ciò che offri è: \_\_\_\_\_
- Lo scopo di un'offerta** \_\_\_\_\_ è quello di acquisire subito delle \_\_\_\_\_ in cambio di \_\_\_\_\_

# Lezione (2)

- ❑ **I due modi più semplici e veloci** per attirare l'attenzione dei tuoi clienti ideali e aumentare subito la tua visibilità a costo zero sono:
  - (1) Creare una \_\_\_\_\_
  - (2) Pubblicare \_\_\_\_\_
  
- ❑ **Esercizio:** usa la tecnica dello splitting per \_\_\_\_\_
  - Dividi il tuo \_\_\_\_\_ in \_\_\_\_\_
  - Crea un'area a parte sul tuo \_\_\_\_\_ per \_\_\_\_\_

# Lezione (2)

## ❑ Bonus implementativi:

1. **(Caso Studio)** “Come creare \_\_\_\_\_ che qualificano i tuoi clienti ideali e li avvicinano all’acquisto”
2. **(Approfondimento)** “Come attirare clienti in \_\_\_\_\_ : 5 esempi di \_\_\_\_\_ e comunicazione visuale”
3. **(Approfondimento)** “\_\_\_\_\_ contro \_\_\_\_\_ : il clamoroso fallimento di un prestigioso studio fotografico”

# Lezione (3)

***Come trovare clienti: i migliori canali di promozione per fotografi***

# Lezione (3)

- TEST** (scrivi qui il tuo risultato): \_\_\_\_\_
  
- Le due principali tipologie** di canali dove promuovere la tua attività di fotografo sono:
  - (1) \_\_\_\_\_
  - (2) \_\_\_\_\_
  
- Strategie a pagamento:**
  - (1) \_\_\_\_\_
  - (2) \_\_\_\_\_
  - (3) \_\_\_\_\_
  
  - La differenza tra queste strategie è: \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_

# Lezione (3)

## Strategie gratuite:

- Meet \_\_\_\_\_
- Hot \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_ Outreach
- \_\_\_\_\_ Commerciali

## Esercizio:

- Scegli una strategia a \_\_\_\_\_ e una strategia \_\_\_\_\_ e mettila in pratica per i prossimi 120 giorni



# Lezione (3)

## ❑ Bonus implementativi:

1. **(Tutorial)** “Come trovare clienti internazionali in \_\_\_\_\_”
2. **(Tutorial)** “Come scoprire gli \_\_\_\_\_: parole chiave e motori \_\_\_\_\_ da utilizzare”
3. **(Tutorial)** “Come scoprire \_\_\_\_\_ dove promuovere la tua attività: directory specifiche e domande in forma libera”
4. **(Video Approfondimento 1)** “Come creare \_\_\_\_\_ redditizie
5. **(Video Approfondimento 2)** “\_\_\_\_\_ chiave e regole da \_\_\_\_\_”

# Lezione (4)

***Come trasformare le richieste di preventivo in vendite senza perdere clienti***

# Lezione (4)

- Il motivo principale** per cui tanti fotografi non riescono a trasformare le richieste dei clienti in vendite è la \_\_\_\_\_
  
- TEST** (scrivi qui il tuo risultato): \_\_\_\_\_
  
- I 3 fattori di d'influenza** che devi sempre usare per chiudere molti più preventivi sono:
  - (1) \_\_\_\_\_
  - (2) \_\_\_\_\_
  - (3) \_\_\_\_\_
  
- Le barre di notifica** possono essere usate per:
  - (1) \_\_\_\_\_
  - (2) \_\_\_\_\_
  - (3) \_\_\_\_\_

# Lezione (4)

- Quando crei una promozione,** essa deve sempre avere una \_\_\_\_\_  
e una \_\_\_\_\_
- Per rispondere alla richieste di prezzo, devi usare le \_\_\_\_\_
- Esercizio:**
  - Stai usando in modo intelligente il trigger della \_\_\_\_\_?
  - Stai usando in modo intelligente il trigger della \_\_\_\_\_?
  - Hai una \_\_\_\_\_ per rispondere in modo efficace alle \_\_\_\_\_?

# Lezione (4)

## ❑ Bonus implementativi:

1. **(Tool e Strumenti)** "Come creare \_\_\_\_\_ ad alta conversione"
2. **(Caso Studio)** "Promozione \_\_\_\_\_ che NON funziona"
3. **(Video Approfondimento 1)** "Come rispondere alle \_\_\_\_\_ di \_\_\_\_\_"
4. **(Video Approfondimento 2)** "Come progettare la \_\_\_\_\_"

# Lezione (5)

***[P.S.A.] La formula per massimizzare i profitti e crescere velocemente... senza diventare schiavo del tuo lavoro***

# Lezione (5)

I **3 massimizzatori di profitto** in fotografia nel medio/lungo periodo sono:

- **P** \_\_\_\_\_
- **S** \_\_\_\_\_
- **A** \_\_\_\_\_

In mancanza di elementi differenzianti, l'unico parametro che le persone prenderanno in considerazione sarà il \_\_\_\_\_

Quando si parla di \_\_\_\_\_ in fotografia, i **4 segreti** più importanti sono:

- **Segreto 1:** \_\_\_\_\_
- **Segreto 2:** \_\_\_\_\_
- **Segreto 3:** \_\_\_\_\_
- **Segreto 4:** \_\_\_\_\_

# Lezione (5)

- Il secondo massimizzatore di profitto** in fotografia può essere suddiviso in 3 ulteriori fasi:
  - La fase di: \_\_\_\_\_
  - La fase di: \_\_\_\_\_
  - La fase di: \_\_\_\_\_
  
- L'obiettivo della fase (1) è di \_\_\_\_\_
- L'obiettivo della fase (2) è di \_\_\_\_\_
- L'obiettivo della fase (3) è di \_\_\_\_\_
  
- Il terzo massimizzatore di profitto** in fotografia riguarda queste 4 aree strategiche:
  - Area 1: \_\_\_\_\_
  - Area 2: \_\_\_\_\_
  - Area 3: \_\_\_\_\_
  - Area 4: \_\_\_\_\_



# Lezione (5)

## ❑ **Esercizio:**

- Analizza i tuoi \_\_\_\_\_ e se sono troppo \_\_\_\_\_ modificali
- Analizza i tuoi \_\_\_\_\_ e chiediti: qual è la fase dove hai più difficoltà?
- Quali aree della tua attività puoi \_\_\_\_\_ per ridurre il \_\_\_\_\_?

## ❑ **Bonus implementativi:**

1. **(Estratto dalla Masterclass)** “Come creare una \_\_\_\_\_ efficace dei tuoi \_\_\_\_\_ usando 4 punti chiave”
2. **(Estratto dalla Masterclass)** “Il paradosso della \_\_\_\_\_”