



Certificate of Competence

Final examination: 7/11/24 with a score: 30,00 /30

This is to attest that

Luca Attolini

ID Number: TTLLCU00R27F023M

Has certified skills as

COPYWRITER

10 Ore

by acquiring 10 Professional Training Credits (CFP-Crediti Formativi Professionali)

Assessment of competencies consisted of a multiple-choice exam, covering all the topics addressed in the
CopyMastery
qualified training program

Registration Number: 24-0001202

Date of original registration: 7/11/24

Bratislava - SK, 7/11/24

Qualified Competence Center



Competence Center Code
CCITA21002_A2

ICEP CEO

Course Program

Introduzione
Applicazione del metodo
Identificare il target
Come smuovere le persone
Il Mass Desire
Dirigere il mass desire (pt.1)
Dirigere il mass desire (pt.2)
Dirigere il mass desire (pt.3)
Quando e da chi verrà letto il tuo copy?
Posizionamento di mercato
Attaccare i competitor
Stile di comunicazione
Il vero beneficio
Confrontare le mele con le arance
Modificare il packaging (mentale)
Sfrutta la tradizione
Se è perfetto va male
Credibilità
Controllo mentale
Chi è il responsabile?
Come entrare nella mente del cliente
Soap Opera Sequence
I conflitti d'interesse
Evitare i pregiudizi
Educare al sistema di credenze
Sistema di credenze per imprenditori (con Iacopo Pelagatti)
Collegare due eventi scollegati e trarne vantaggio
Vaccina i tuoi clienti
I luoghi comuni
Reframing
Ripetizione e obiezioni
La strategia del puzzle incompleto
Community: il Golden Circle

Course Program

Community: Sei un buon alleato?
Community: far sentire bene le persone
Community: casi di successo
Introduzione alle tecniche di copywriting
Come strutturare il lavoro
Usare le parole corrette
Quanto bisogna scrivere?
Tecniche di leggibilità
Il secondo impatto conta
Usa le immagini!
Le armi della persuasione di Cialdini
Tecnica del 3
Come far prendere vita al tuo copy
Comunicazione netta e inequivocabile
La linea del copywriting
Immediatamente è meglio
Analisi di una sales page
La vendita emozionale non esiste
Invitali a non comprare
La trappola del quiz
Sicurezze piacevoli e rilevanti
Non comprare è costoso?
Come usare le metafore
Presupponi ciò che vuoi
Il falso bivio
La precisione paga
Il troppo non stropia
Costringili a prendere una posizione
Il ROI vende
Il potere delle domande
La parolina magica
Come usare le parole aversative
Libertà di scelta
Ancoraggio, aggiustamento e contrasto