



A.S.D. NOCERA UMBRA CALCIO

Vendevano gli abbonamenti a mano. Adesso si pagano dalla pagina.

Una società di calcio di paese, in Prima Categoria. Prima non c'era un posto dove mandare la gente che voleva l'abbonamento della stagione. Adesso c'è, e da lì si paga.

IL CLIENTE

A.S.D. Nocera Umbra Calcio, Prima Categoria umbra

QUANDO

Costruite e pubblicate nell'estate 2026

COSA NON TROVI QUI

Percentuali, grafici in salita, loghi messi lì per riempire

IL LAVORO

Due landing page, abbonamenti e sponsor. La seconda me l'hanno chiesta loro

CHI L'HA FATTO

Gabriele Moretti, da solo, dalla prima call alla pubblicazione

IL FATTO CHE CONTA

Dalla pagina sono arrivati abbonamenti pagati online

Il nome della società sta qui perché ho chiesto il permesso e me l'hanno dato per iscritto. Ogni altro cliente resta senza nome, e più avanti trovi il perché.

IL CLIENTE

Gli abbonamenti si vendevano uno per uno.

L'A.S.D. Nocera Umbra Calcio vende ogni anno gli abbonamenti della stagione alla gente del paese. Fino a quel momento li vendeva **uno per uno**.

Chi ne voleva uno chiamava qualcuno, oppure lo diceva al campo il sabato, oppure scriveva su WhatsApp. Poi bisognava rincorrerlo per farsi pagare, e segnarselo da qualche parte per non perderlo.

Non era un problema di software. Era che non esisteva **un posto dove mandare la gente**.

IL PROBLEMA

Tre punti dove si perdeva tutto.

1 Niente da far vedere.

Non si poteva dire "guarda sul sito", perché non c'era niente da guardare. Ogni richiesta partiva da una conversazione, e una conversazione la devi avere per forza tu.

2 Il pagamento arrivava dopo.

Uno diceva di sì, e poi passavano giorni. Nel mezzo ci si dimentica, si cambia idea, si rimanda alla settimana dopo.

3 Le richieste in quattro posti.

WhatsApp, telefono, al campo, di persona. Nessuno le aveva tutte insieme, quindi nessuno sapeva davvero a che punto si era.

Tre problemi diversi con una causa sola. La vendita non aveva un posto suo dove succedere.

COSA HO FATTO

Una pagina sola, e tre scelte.

1 Un modulo, e basta.

Niente menu, niente altre pagine, niente posti dove andare a finire. Chi arriva ha **una cosa sola da fare**.

2 Il pagamento dentro la pagina.

Si sceglie la formula e si paga lì, **nel momento in cui uno ha deciso**. Non il giorno dopo, quando ha già pensato ad altro.

3 La richiesta arriva dove la leggono.

Non in una casella che nessuno apre mai. Nel posto che quelli della società guardano tutti i giorni, con dentro già tutto quello che serve per richiamare.

PRIMA

- Il tifoso chiama, scrive o lo dice al campo
- Qualcuno se lo segna, da qualche parte
- Si rincorre il pagamento per giorni
- Il conto di chi manca ce l'ha uno solo, a memoria

ADESSO

- Il tifoso apre la pagina e sceglie la formula
- Compila il modulo e paga subito, con la carta
- La richiesta arriva alla società già scritta
- Chi ha pagato e chi no si vede senza chiedere

**Il lavoro non è stato costruirla.
È stato togliere tutto il resto.**

COM'È ANDATA

Qui di solito ci va una percentuale. Io non te la do.

E ti dico perché. Non c'era una versione precedente da confrontare. Prima una pagina **non esisteva**, quindi non esiste un "prima" da misurare. Chi ti mostra un +180% partendo da zero sta dividendo per zero e spera che tu non controlli.

Quello che posso dirti è successo davvero. La pagina è andata online, e nei giorni dopo sono arrivati **i primi abbonamenti pagati online**, dalla pagina, con la carta. È la cosa che prima non succedeva mai.

La catena regge fino ai soldi. Modulo, richiesta che arriva, pagamento incassato. Non è una promessa: è una cosa già successa.

LA SECONDA PAGINA

La prima gliel'ho proposta io, la seconda no.

Per gli sponsor la società aveva un PDF che partiva per mail, uguale per tutti. Chi lo riceveva doveva rispondere anche solo per sapere quanto costava, e lì dentro si perde metà delle risposte.

Il giorno dopo che avevo finito la pagina degli abbonamenti ne stavo già costruendo un'altra, e stavolta l'idea non era mia: **me l'hanno chiesta loro**. È diventata una pagina con **sei pacchetti e il prezzo scritto accanto a ognuno**, e chi la apre sa cosa può prendere senza chiedere niente a nessuno.

Un complimento non costa niente, e una recensione a cinque stelle nemmeno. **Una richiesta no**. Quella pagina la società la usa per andare a bussare alle aziende del paese. Se viene male lo vedono tutti, e sanno chi l'ha fatta.

IL LIMITE

Quello che questa prova non dice.

Non ti dico quanti abbonamenti sono stati venduti in tutto, né quanti sponsor hanno firmato. Quei numeri sono della società, non miei da pubblicare, e non li ho chiesti per farci un volantino.

IL TUO LAVORO

Resta tuo.

Questo caso lo racconto perché ho chiesto il permesso e me l'hanno dato. Gli altri clienti ci sono e non li apro: un autore, un'impresa edile, uno studio tecnico. Quelle pagine e quei numeri sono loro, non miei da pubblicare.

Col tuo farei uguale. Se un giorno mi servisse raccontarlo, **te lo chiedo prima**. Se dici di no, non se ne parla più e resta come se non l'avessimo mai fatto.

COME SI LAVORA

Tre passi, e in due settimane sei online.

1 Mezz'ora in call.

Su Google Meet, all'ora che scegli tu. Mi racconti cosa vendi e a chi, e io ti dico subito se la pagina ti serve davvero o no.

2 Monto la pagina.

Testi compresi, scritti da come parli tu. Il prezzo te lo dico intero e scritto prima di cominciare a lavorare.

3 Sei online.

Due settimane dalla call, tre se foto e testi tardano. Il dominio è intestato a te dal primo giorno, non a me.

Prendo tre lavori alla volta, non trenta. E non ti prometto un numero di richieste: chi te lo promette senza aver mai aperto la tua pagina ti sta vendendo fumo.

[Prenota la call](#)[oppure scrivimi su WhatsApp](#)

La pagina della squadra è online: te la apro mentre siamo in call, così la vedi mentre funziona invece di leggerla qui.