

Corso di formazione / Giovedì 26 Giugno 2025

# Intelligenza Artificiale nella professione del designer

Stimolare la creatività, aumentare la produttività,  
valorizzare il proprio lavoro

MetroQuality  
Milano



## **FULVIO JULITA**

Digital storytelling strategist  
Autore HOEPLI



## **ENGARDA GIORDANI**

Press communication  
Founder Engarda Giordani Comunicazione

”

**Lampada con funzione antizanzara integrata.**

Linee pulite, struttura translucida, finiture opache.

Illumina con LED dimmerabile.

Dispone di due prese di ricarica smartphone USB.

Ma il vero plus è il sistema a ultrasuoni:  
allontana le zanzare, silenziosamente  
e senza sostanze chimiche.

Design essenziale, tecnologia invisibile,  
eleganza funzionale made in Italy.

”

# IL PROCESSO DI LANCIO

- Ideare il prodotto
- Promuoverlo al target più idoneo attraverso campagne ADS sui social
- Venderlo attraverso un sito e-commerce

01

**CHATGPT**  
ANALISI DELLA  
CONCORRENZA  
RICERCA NICCHIE  
DI MERCATO

## (PROMPT)

Sei un analista di mercato specializzato in dispositivi smart per la casa e in soluzioni di controllo degli insetti. Devo valutare il lancio di un prototipo di **lampada smart** con tecnologia a ultrasuoni integrata per tenere lontane le zanzare in Italia.

Conduci uno studio approfondito che includa:

### 1. Panorama competitivo

- Identifica e profila i principali player (brand e OEM) attivi nel segmento **lampade/dispositivi antizanzare** in Italia.
- Categorizza i concorrenti in:
  - **Diretti**: lampade e dispositivi smart con ultrasuoni o luce UV.
  - **Indiretti**: spray, trappole, repellenti tradizionali, soluzioni domotiche integrate.

### 2. Prodotti comparabili

- Elenca i modelli già in commercio con funzioni simili (marca, nome prodotto, prezzo indicativo, canale di vendita principale).
- Evidenzia le caratteristiche chiave (tecnologia, copertura in m<sup>2</sup>, connettività smart, alimentazione, design).

### 3. Metriche di mercato

- Dimensione del mercato italiano (valore e volumi negli ultimi 3 anni).
- Tasso di crescita CAGR e stagionalità delle vendite (picchi estivi, festività, ecc.).
- Ripartizione dei canali di vendita:
  - **Online** (Amazon, e-commerce verticali, D2C).
  - **Offline** (grande distribuzione, negozi di bricolage, farmacie, campeggi).

### 4. Trend emergenti

- Smart home & IoT (integrazioni con Alexa/Google Home, automazioni).
- Benessere e sostenibilità (soluzioni non chimiche, design eco-friendly).
- Evoluzione normativa su ultrasuoni, radiazioni UV e sicurezza domestica.

### 5. Voce del cliente

- Sintetizza insight da forum, recensioni Amazon, blog, gruppi Facebook e sub-reddit italia
- Principali **pain point** (efficacia, rumorosità, durata, estetica).
- Desideri inesauditi (funzioni aggiuntive, app companion, estetica premium).

- Ripartizione dei canali di vendita:
  - **Online** (Amazon, e-commerce verticali, D2C).
  - **Offline** (grande distribuzione, negozi di bricolage, farmacie, campeggi).

#### 4. Trend emergenti

- Smart home & IoT (integrazioni con Alexa/Google Home, automazioni).
- Benessere e sostenibilità (soluzioni non chimiche, design eco-friendly).
- Evoluzione normativa su ultrasuoni, radiazioni UV e sicurezza domestica.

#### 5. Voce del cliente

- Sintetizza insight da forum, recensioni Amazon, blog, gruppi Facebook e sub-reddit italia
- Principali **pain point** (efficacia, rumorosità, durata, estetica).
- Desideri inesauditi (funzioni aggiuntive, app companion, estetica premium).
- Percezione di prezzo e soglia di spesa accettata.

#### Analisi SWOT competitiva

- Punti di forza/debolezza dei top-3 competitor diretti.
- Opportunità e minacce di mercato (regolamentazione, nuove tecnologie, stagionalità).

#### 6. Gap & opportunità

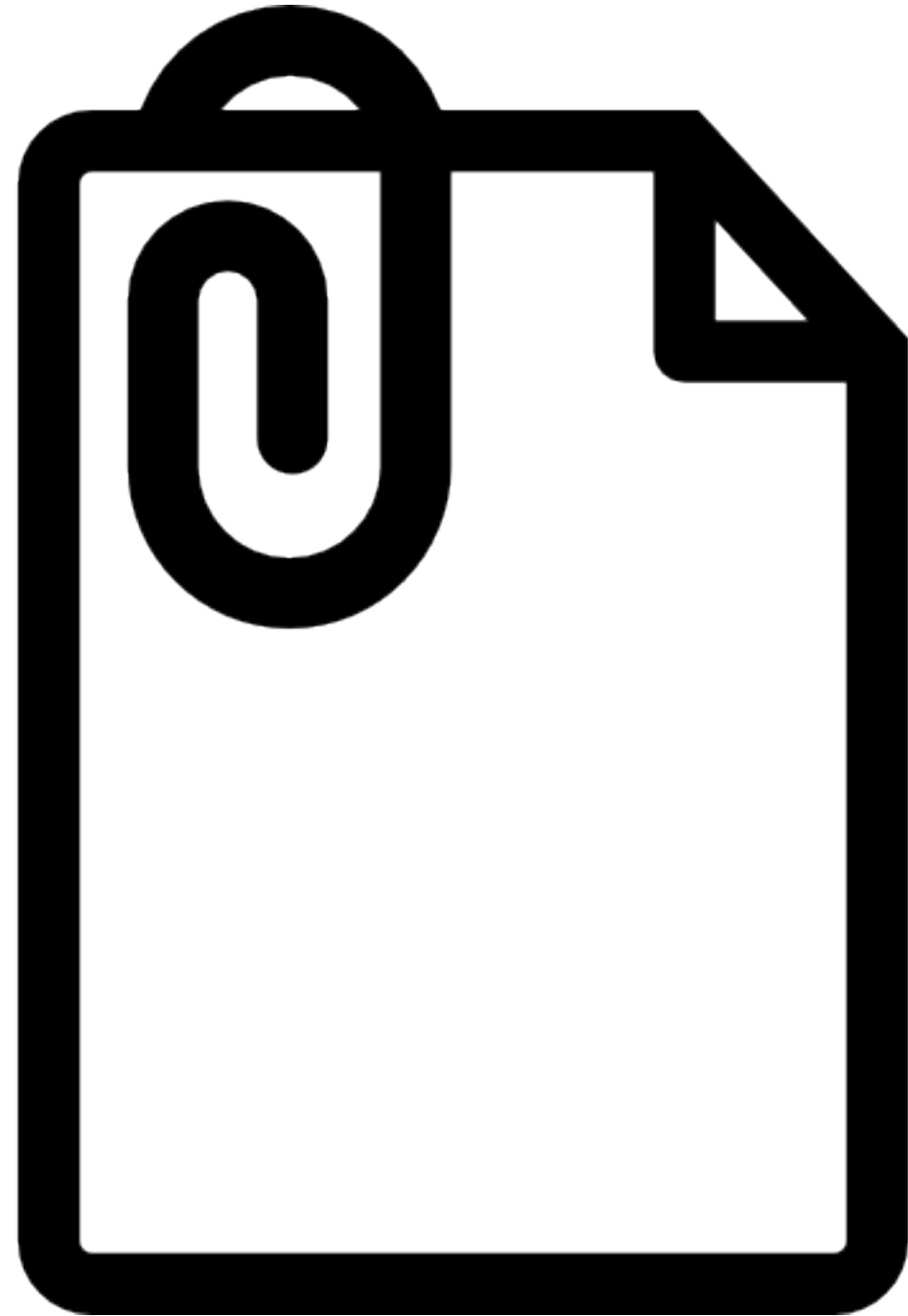
- Individua nicchie **sottoservite** (località turistiche costiere, glamping, famiglie con neonati, home-office, outdoor design).
- Proponi possibili posizionamenti e **value proposition** differenzianti (es. design premium per hotel, lampada multitasking luce/repellente per camper, bundle con sensori di qualità dell'aria).

#### 7. Raccomandazioni operative

- Suggerisci next steps per validare il concept (test pilota, partnership retail, crowdfunding, ecc.).
- Stima un pricing range competitivo e modelli di revenue (vendita una tantum, consumabili, app-subscription).

#### Output richiesto

- Report strutturato (max 2.500 parole) con tabelle, grafici essenziali e commenti.
- Evidenzia in grassetto i principali **insight azionabili** per il go-to-market.



## Lampada Smart | Report

(PDF, 28 pagine)

Download

**In alternativa qui:**

[https://drive.google.com/file/d/1geGsjjcWaVu7T6lVLhp17HQPb\\_eK\\_xjQ](https://drive.google.com/file/d/1geGsjjcWaVu7T6lVLhp17HQPb_eK_xjQ)

02

**CHATGPT + GEMINI**  
IDENTIFICAZIONE  
BUYER PERSONAS

## (PROMPT)

Sei un\* **UX & Marketing Researcher** con esperienza nei settori **smart-home** e **pest control**. Riceverai in allegato un **report di analisi di mercato** sulle lampade antizanzare in Italia.

### Obiettivo generale

Condurre una **ricerca strutturata** per identificare, descrivere e quantificare **2-3 buyer personas ad alto potenziale** per il lancio della nostra **Lampada Smart ad ultrasuoni**.

### Obiettivi di ricerca specifici

**1. Segmentare la domanda** partendo dai dati del report allegato e integrandoli con:

- Statistiche ISTAT/Nielsen
- Social listening
- Survey esistenti
- Recensioni e forum

**2. Costruire 2-3 buyer personas** complete, **data-driven** e **immediatamente azionabili**.

### Deliverable richiesti — dettagli per ciascuna persona

- **Nome / Archetipo** (es.: “Marta, la Mamma Attenta”)
- **Profili demografici**: fascia d’età, composizione familiare, reddito stimato, area geografica principale
- **Lifestyle & psicografia**: valori, interessi, abitudini di consumo smart-home / benessere
- **Pain point e bisogni**: problemi concreti legati a zanzare/outdoor e ai dispositivi attuali
- **Motivatori d’acquisto**: driver razionali ed emotivi, fattori “wow”
- **Barriere & obiezioni**: prezzo, scetticismo sugli ultrasuoni, design, rumorosità, ecc.
- **Customer Journey**: touchpoint chiave (awareness, consideration, purchase, post-purchase) e canali preferiti
- **Messaggi & value proposition**: tone-of-voice, promesse e feature da enfatizzare
- **Sensibilità al prezzo**: range di spesa tollerato e fattori che lo influenzano
- **Potenziale di mercato**: stima della dimensione (TAM persona), spesa annua, LTV ipotetica

- **Messaggi & value proposition:** tone-of-voice, promesse e feature da enfatizzare
- **Sensibilità al prezzo:** range di spesa tollerato e fattori che lo influenzano
- **Potenziale di mercato:** stima della dimensione (TAM persona), spesa annua, LTV ipotetica

### Metodologia attesa

- **Desk research avanzata** su dati di mercato, report di categoria, trend smart-home e normative.
- **Social & review mining** per estrarre cluster semantici da:
  - Recensioni Amazon / Trustpilot
  - Forum campeggio
  - Gruppi Facebook e subreddit italiani
- **Cluster analysis & scoring** per prioritizzare le personas (dimensione × urgenza bisogno × propensione a pagare).
- **Validazione rapida** con domande di sondaggio o test qualitativi per verificare le ipotesi critiche su ciascuna persona.

### Formato output

- **Report narrativo** di circa 1.500 parole
- **Sintesi testuale** delle 2-3 personas (invece della tabella)
- Evidenziazione in **grassetto** degli insight chiave o gap competitivi da sfruttare
- **Raccomandazioni operative** finali:
  - Quali personas targettare nel go-to-market iniziale
  - Messaggi, canali e feature prioritari

### Criteri di successo

Il lavoro deve essere **esaustivo, orientato all'azione e basato su dati concreti** per guidare posizionamento, comunicazione, pricing e roadmap di prodotto.



## Giulia

Mamma premurosa di 37 anni, attenta alla salute dei figli e alla sicurezza in casa. Cerca soluzioni naturali, pratiche e senza sostanze chimiche per proteggere i bambini dalle zanzare



## Luca

Tech Enthusiast, 29 anni, vive a Milano. Appassionato di tecnologia e smart home. Vuole un dispositivo innovativo che integri automazione e funzionalità, senza odori né complicazioni.



## Marco e Anita

Coppia tra i 40 e i 50 anni, vive in una casa di design con giardino a Treviso. Cercano eleganza e benessere: vogliono soluzioni contro le zanzare belle da vedere, efficaci e facili da usare.

03

**CHATGPT + GEMINI**  
MESSA A FUOCO  
DEI MESSAGGI DI  
VENDITA

## **(PROMPT)**

Utilizzando esclusivamente le informazioni contenute in

- “buyer personas.docx” (profili cliente) e
- “lampada analisi” (analisi prodotto/mercato)

definisci il **customer journey** dalla prima esposizione al brand fino all’acquisto della lampada, articolandolo nelle fasi: **1. Awareness – 2. Consideration – 3. Decision – 4. Purchase.**

Per ogni fase produci **una tabella** con le colonne:

- Touchpoint (es. Meta Ads, Google Ads, Landing page, Email, Retargeting, ecc.)
- Obiettivo del touchpoint
- Messaggio principale / CTA suggerita
- KPI chiave (es. CTR, CPL, ROAS, Conversion Rate)

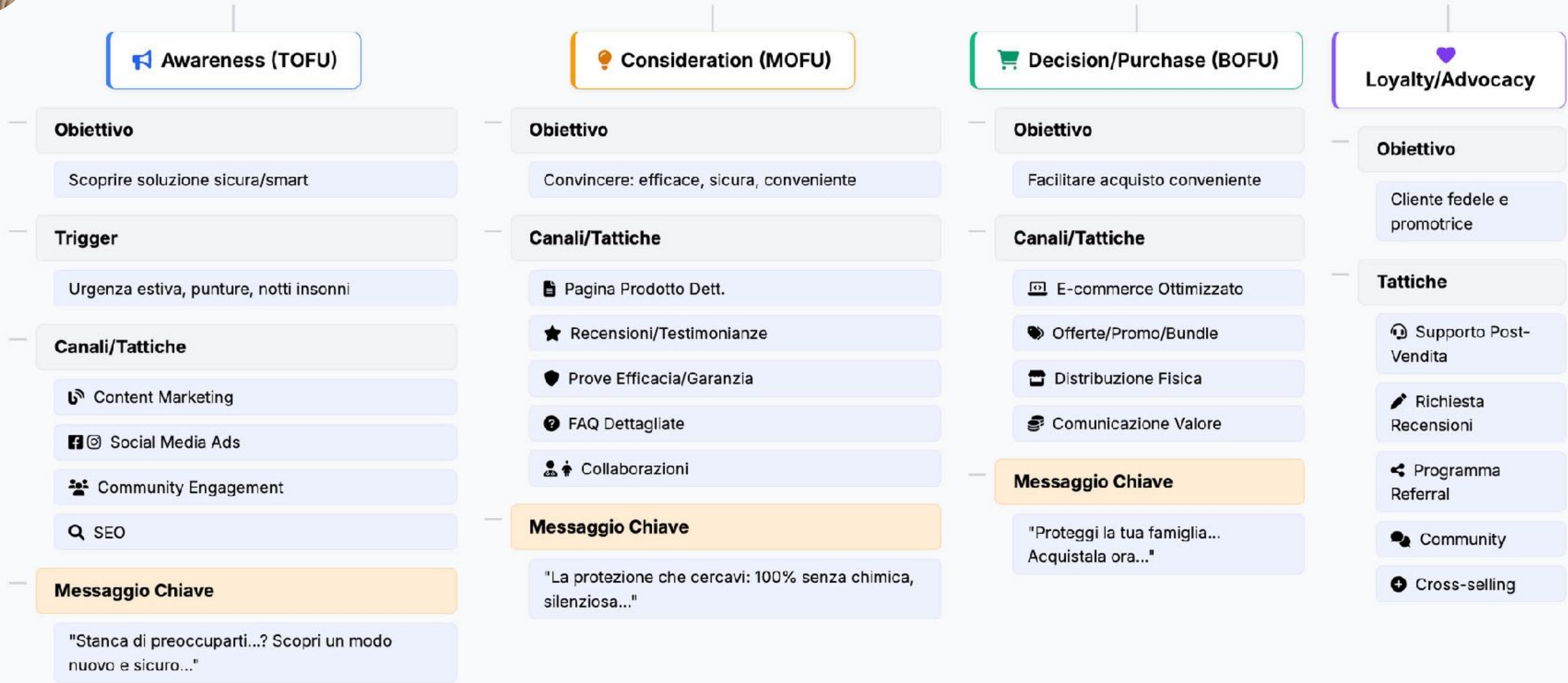
Includi **almeno 3 touchpoint per fase.**

**Tone of voice:** consulenziale, conciso (max 1200 parole in totale).

**Output:** solo la/le tabella/e; nessuna introduzione né conclusione.

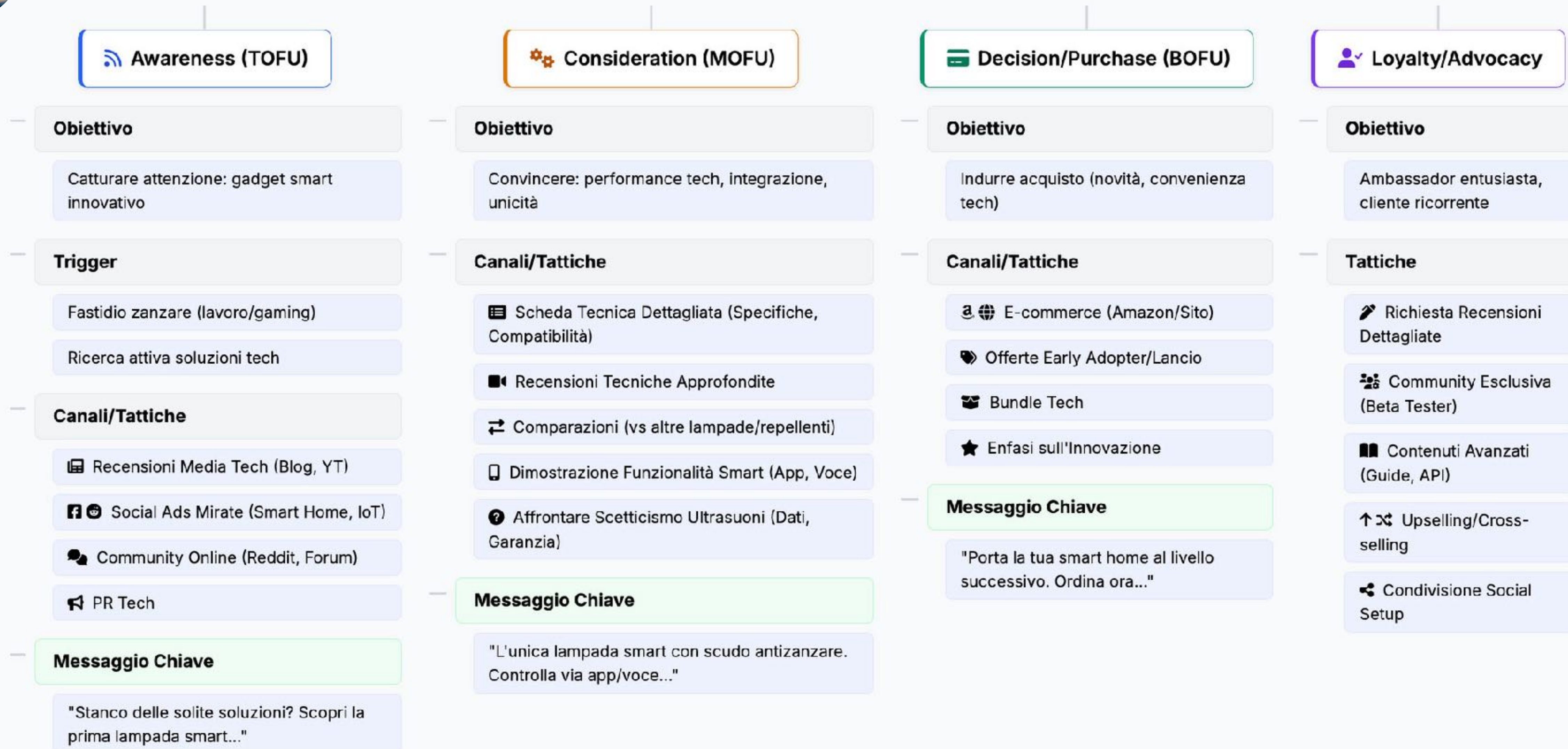


# FUNNEL DI VENDITA PER GIULIA



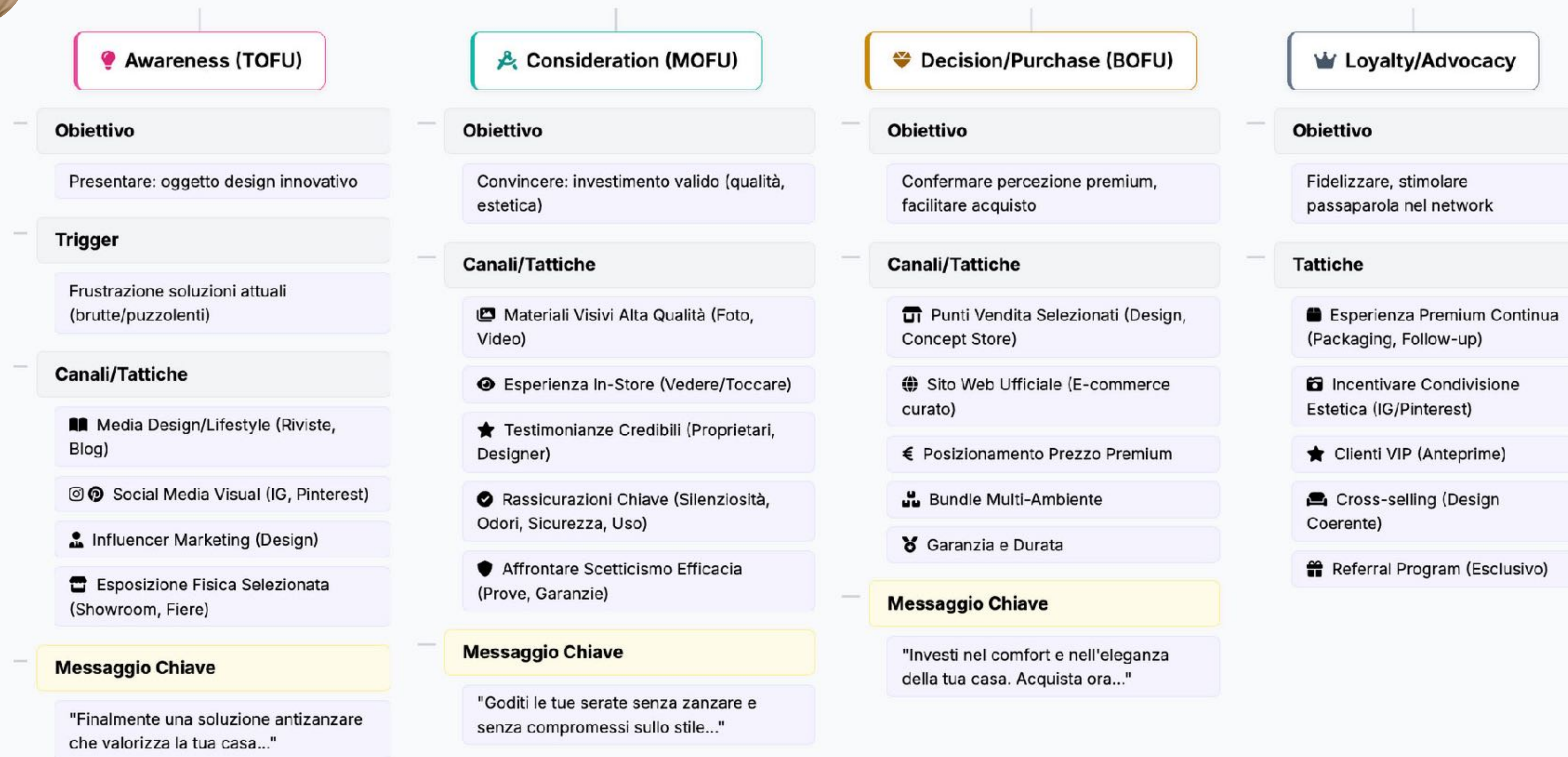


# FUNNEL DI VENDITA PER LUCA





# FUNNEL DI VENDITA PER MARCO E ANITA



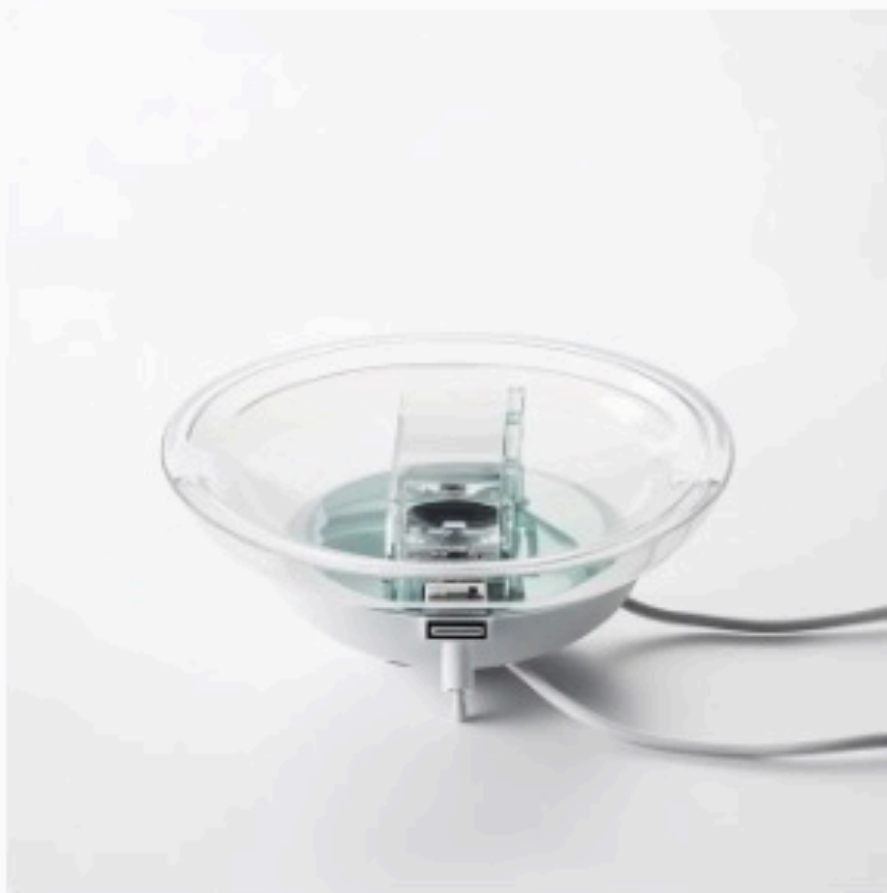
04

MIDJOURNEY  
DESIGN DEL PRODOTTO

**(PROMPT)**

**Studio product shot of a translucent matte Italian design lamp on white background**, featuring dimmable LED light, dual USB ports, and built-in ultrasonic mosquito repeller, clean minimal composition, centered object, soft shadows, high-key lighting, photorealistic, sharp focus, minimal-style commercial photography aesthetic







## **(PROMPT)**

Nighttime scene in a modern and minimalist bedroom. A lamp in satin glass in the foreground, on the left, casting a warm golden light, placed on a modern white nightstand. The decor features neutral tones, elegant design, and soft reflections on smooth surfaces, in an ultra-detailed photorealistic style.







05

**CHATGPT + CLAUDE**

NAMING E PAYOFF

**NAMELIX**

DESIGN LOGO

## (PROMPT)

**Agisci come un esperto di naming e branding per prodotti di design italiano.** Hai oltre 20 anni di esperienza nella creazione di nomi distintivi, eleganti e coerenti con estetica, funzione e posizionamento. Svilupperai una serie di nomi per una nuova lampada.

### # Il prodotto.

Lampada dal design minimalista, dotata di un innovativo sistema antizanzara a ultrasuoni, totalmente silenzioso e privo di agenti chimici. Realizzata in Italia, unisce in modo armonioso illuminazione e protezione domestica. L'oggetto si presenta con un corpo translucido dalla finitura opaca, linee pulite e moderne. È dotato di luce LED dimmerabile, due porte USB per la ricarica. L'integrazione tra luce e difesa rappresenta il suo valore distintivo sul mercato.

Disponi dell'immagine del prodotto, che puoi utilizzare come fonte di ispirazione visiva e sensoriale.

### # Target.

Il prodotto si rivolge a un pubblico attento alla qualità della vita domestica. Tra questi, genitori che desiderano proteggere i bambini con soluzioni naturali, persone appassionate di tecnologia smart e domotica, e consumatori amanti del design.

### # Il tuo compito.

**Ti chiedo di proporre almeno dieci nomi brevi**, composti da una o due parole al massimo. Ogni proposta dovrà essere evocativa, facile da pronunciare anche in contesti internazionali e in grado di rappresentare l'identità unica del prodotto: non solo una lampada, ma una forma elegante di protezione. Per ciascun nome, descrivi in tre o quattro frasi l'ispirazione da cui nasce, il legame con le caratteristiche estetiche e funzionali dell'oggetto, e il tipo di pubblico al quale risulta più adatto.

### # Obiettivo.

**Il nome dovrà comunicare il perfetto equilibrio tra funzione e bellezza:** l'idea di una protezione invisibile e naturale che si fonde con l'eleganza di un oggetto d'arredo. Dovrà trasmettere sensazioni di sicurezza, benessere e comfort, evocando la presenza di una tecnologia discreta ma efficace. Il messaggio centrale è l'armonia tra estetica e funzionalità: la luce che protegge.

## Proposte di Naming per Lampada Antizanzara

Basandomi sull'immagine e la descrizione del prodotto, ecco dieci proposte di nomi che combinano eleganza, funzionalità e identità italiana:

### 1. LuceGuard

Fonde la parola italiana "luce" con il concetto di protezione ("guard"). Evoca immediatamente la doppia funzione del prodotto: illuminare e proteggere. Ideale per famiglie che cercano soluzioni eleganti ma pratiche, comunica sicurezza senza compromettere lo stile.

### 2. ZenZero

Un gioco di parole che richiama "zanzara" ma suggerisce anche la loro assenza ("zero"), con un riferimento alla filosofia zen per l'aspetto minimalista. La sonorità è melodica e facile da ricordare. Perfetto per un pubblico che apprezza design minimalista e soluzioni non invasive.

### 3. Serena

Nome femminile italiano che evoca serenità e tranquillità, stati d'animo che il prodotto promette di offrire. La sua semplicità rispecchia il design pulito dell'oggetto. Risuona particolarmente con chi cerca comfort domestico e protezione discreta.

### 4. Nimbus

Termine che in latino significa "nuvola luminosa", perfetto per descrivere l'aspetto translucido e la luce diffusa. Suggerisce qualcosa che avvolge e protegge, come un campo invisibile. Attraente per gli amanti della tecnologia con sensibilità estetica.

### 5. AuraShield

Combina il concetto di "aura" (campo energetico) con "shield" (scudo), suggerendo una protezione che circonda l'ambiente. Comunica tecnologia avanzata in forma elegante. Ideale per chi apprezza innovazione tecnologica con tocco sofisticato.

### 6. LuminAlba

Rispondi a Claude...



Claude 3.7 Sonnet ▾



# Kalìta

Si ispira alla parola greca *kaliníkhta*, che significa “buonanotte”

## (PROMPT)

Agisci come un senior copywriter e brand strategist con esperienza ventennale nel settore del design e dell'illuminazione. Hai collaborato con marchi italiani e internazionali per sviluppare identità verbali coerenti, emotive e distintive, in grado di trasmettere il cuore del prodotto con poche parole.

**Mi aiuterai nel trovare una serie di payoff (slogan brevi)** per accompagnare il nome di un prodotto chiamato KALÌTA, una lampada di design italiano con sistema antizanzara a ultrasuoni integrato.

# Info sul nome del prodotto.

Il nome KALÌTA si ispira alla parola greca *kaliníkhta*, che significa “buonanotte”. Ne conserva il senso profondo – quello di un gesto serale di cura, di accoglienza – ma lo trasforma in qualcosa di più morbido, più personale, quasi affettuoso.

# Info sul prodotto.

Il prodotto a cui si riferisce ha una forma che richiama la luna piena. Ha luce LED dimmerabile, finitura opaca e linee essenziali. Il suo elemento differenziante è il sistema antizanzara invisibile e silenzioso, che protegge senza odori né sostanze chimiche.

È pensata per chi desidera benessere, design, sicurezza e comfort.

# Esempi.

Ecco alcuni esempi di payoff già in linea con il brand:

*“Kalìta, la luce che ti protegge”, “Kalìta. L'unica che illumina e difende”*

# Il tuo compito

Proporre almeno 10 nuove idee di payoff ispirate a questi esempi, mantenendo un tono poetico, essenziale, elegante e rassicurante. Ogni frase deve poter vivere da sola sotto al logo del brand, essere usabile in ADV, packaging, sito e comunicazione integrata. Le frasi possono essere affermative, evocative o descrittive, ma devono sempre rafforzare l'identità del nome Lunica e valorizzare la sua doppia funzione: illuminare con grazia, proteggere con discrezione.

**arreda, illumina, protegge**

# Business Name Generator

generate a short, brandable business name using artificial intelligence

Generate



## Get name ideas

Namelix generates short, catchy names with a state of the art language model



## Filter results

Decide whether you prioritize a shorter name, having a specific keyword or domain extension



## Save your names

Our algorithm learns from the names you like, giving you better recommendations over time

# Kalìto

arreda, illumina, protegge

06

CHATGPT  
SCHEDA PRODOTTO  
OTTIMIZZATA SEO

## **(PROMPT)**

**Scrivi una scheda prodotto ottimizzata SEO** per una lampada da comodino di design italiano chiamata Kalita, con tecnologia antizanzare.

Deve includere:

- Titolo SEO-friendly (max 200 caratteri), con parole chiave come: lampada da comodino, LED, dimmerabile, USB, vetro satinato, antizanzare, luce regolabile, design italiano.
- Introduzione emozionale che apra con un tono narrativo, centrato sul beneficio distintivo: la protezione antizanzare integrata. Lo stile deve essere poetico ma chiaro, adatto a un pubblico attento al benessere e al design. Chiudi con un microclaim.
- Elenco puntato (bullet point) con i vantaggi chiave, ciascuno con un'intestazione in grassetto seguita da una breve descrizione. Mantieni il tono coinvolgente ma informativo.
- Sezione con specifiche tecniche chiare e leggibili (materiale, dimensioni, potenza, USB, modulo antizanzare, alimentazione, certificazioni).
- Call to action finale che inviti con eleganza all'acquisto, evocando atmosfera e valore d'uso, senza toni aggressivi.

Il tono complessivo deve trasmettere sensualità visiva, funzionalità silenziosa e comfort serale. Usa linguaggio ispirato, adatto a un pubblico sensibile al design e alla qualità della vita in casa.

Titolo SEO ottimizzato (max 200 caratteri)

# **Kalita - Lampada da comodino LED antizanzare | In vetro satinato, dimmerabile, USB, | Design italiano minimal, luce calda regolabile, protezione silenziosa**

## **Introduzione**

C'è una nuova luce nella notte. E sa tenere lontane anche le zanzare.

Kalita è la prima lampada da comodino che unisce eleganza e protezione, bellezza e tecnologia silenziosa. Il suo sistema a ultrasuoni tiene lontane le zanzare senza odori, senza rumore, senza compromessi. Intanto, diffonde una luce calda e regolabile che avvolge la stanza con delicatezza, grazie al suo corpo in vetro satinato opaco.

Forma pura, funzione intelligente. Kalita è discreta, sensoriale, naturalmente sofisticata. E mentre arreda, ricarica anche i tuoi dispositivi attraverso due porte USB integrate.

**Kalita. La luce che protegge.**

## **Vantaggi chiave (bullet point ottimizzati)**

- **Luce calda dimmerabile** – LED da 400 lumen (2700K) con intensità regolabile: crea l'atmosfera perfetta per ogni momento.
- **Vetro satinato opaco** – Eleganza minimalista e diffusione uniforme della luce. Toccare Kalita è come accarezzare la sera.
- **Protezione invisibile** – Sistema antizanzara a ultrasuoni (20-40 kHz), senza prodotti chimici o odori. Sicuro anche per bambini e animali domestici.



## Vantaggi chiave (bullet point ottimizzati)

- **Luce calda dimmerabile** – LED da 400 lumen (2700K) con intensità regolabile: crea l'atmosfera perfetta per ogni momento.
- **Vetro satinato opaco** – Eleganza minimalista e diffusione uniforme della luce. Toccare Kalita è come accarezzare la sera.
- **Protezione invisibile** – Sistema antizanzara a ultrasuoni (20-40 kHz), senza prodotti chimici o odori. Sicuro anche per bambini e animali domestici.
- **Doppia porta USB** – Ricarica due dispositivi contemporaneamente, direttamente dal comodino.
- **Forma armoniosa** – Design compatto, ispirato alla natura: un volume puro che si integra con ogni ambiente.
- **Made in Italy** – Qualità costruttiva, cura nei dettagli, spirito mediterraneo.

## Specifiche tecniche

- **Materiale:** Vetro satinato opaco
- **Colore:** Bianco latte
- **Dimensioni:** 35 cm (H) x 18 cm (L) x 18 cm (P)
- **Peso:** 900 g
- **Luce LED:** 2700K (luce calda), 400 lumen, 5 W, dimmerabile (regolazione continua 0-100%)
- **Porte USB:** 2 porte USB-A (5V / 2.4A)
- **Modulo antizanzare:** Ultrasuoni 20-40 kHz, copertura 3-4 m, consumo <1W
- **Alimentazione:** Cavo incluso, con connettore USB
- **Base:** Antiscivolo in silicone ad alta aderenza
- **Certificazioni:** CE, RoHS, FCC



07

CHATGPT  
PACKAGING DESIGN

## **(PROMPT)**

Crea un packaging accattivante e sostenibile, dal look premium, **in cartone riciclato**, per la lampada smart antizanzare **kalita**.

Claim da riportare sul pack: “**arreda, illumina, protegge**”.

Allego sia l'immagine della lampada sia il logo con il claim: inseriscili sulla confezione.

L'immagine finale deve mostrare la confezione **chiusa** e, accanto, la confezione **aperta**.



08

**CLAUDE**  
GUIDA ALLO STILE  
PER I TESTI  
PROMOZIONALI

## (PROMPT)

Agisci come un consulente editoriale senior e stratega di brand. Sei uno specialista nella progettazione di guide di stile del linguaggio complete e modulari per brand di diversi settori e livelli di maturità.

Obiettivo: **Guidami nella creazione di una guida di stile del linguaggio molto dettagliata, destinata a tutti i ruoli che comunicano per iscritto per un brand (copywriter, social media manager, redattori di blog, customer care, sales, ecc.).** La guida deve diventare uno strumento strategico, un punto fermo nel patrimonio editoriale del brand, assicurando coerenza, riconoscibilità e distintività su ogni touchpoint.

Istruzioni step-by-step:

- 1) Inizia chiedendomi informazioni sul brand: nome, offerta principale, posizionamento nel mercato. Chiedi anche se è un brand nuovo, in fase di evoluzione o già consolidato. Adatta il processo in base alla risposta.
- 2) Chiedi se il brand ha già una produzione testuale (post social, articoli, email, packaging, brochure, chat customer care, ecc.). Se sì, invitami a condividere degli esempi o incollarli nel prompt. Analizza il materiale per rilevare pattern stilistici, tono ricorrente, lessico caratterizzante, tratti originali.
- 3) Chiedimi quali tratti di personalità deve comunicare il brand (es. affidabile, ironico, rassicurante, autorevole, audace, empatico, high-tech, artigianale, ecc.) e come desidera essere percepito.
- 4) Approfondisci i target del brand. Anche se la guida deve avere uno stile coerente e unificato, predisporre la possibilità di variazioni stilistiche per target diversi (es. famiglie, appassionati di tecnologia, luxury buyers, ecc.).
- 5) In base a quanto emerso, avvia la costruzione collaborativa della guida. Per ogni macro-tema, poni domande precise, elabora una bozza e chiedi feedback prima di passare al punto successivo. La guida deve includere almeno:

- Identità del tono di voce e tratti caratterizzanti
- Regole su tono, registro, costruzioni sintattiche e scelte lessicali
- Lessico consigliato e da evitare
- Principi redazionali (chiarezza, empatia, concretezza, persuasione, ecc.)
- Esempi di buone pratiche e errori comuni

3) Chiedimi quali tratti di personalità deve comunicare il brand (es. affidabile, ironico, rassicurante, autorevole, audace, empatico, high-tech, artigianale, ecc.) e come desidera essere percepito.

4) Approfondisci i target del brand. Anche se la guida deve avere uno stile coerente e unificato, predispone la possibilità di variazioni stilistiche per target diversi (es. famiglie, appassionati di tecnologia, luxury buyers, ecc.).

5) In base a quanto emerso, avvia la costruzione collaborativa della guida. Per ogni macro-tema, poni domande precise, elabora una bozza e chiedi feedback prima di passare al punto successivo. La guida deve includere almeno:

- Identità del tono di voce e tratti caratterizzanti
- Regole su tono, registro, costruzioni sintattiche e scelte lessicali
- Lessico consigliato e da evitare
- Principi redazionali (chiarezza, empatia, concretezza, persuasione, ecc.)
- Esempi di buone pratiche e errori comuni
- Linee guida per i vari formati: email, sito, blog, advertising, packaging, newsletter, assistenza clienti, ecc.
- Variazioni stilistiche per social media (per piattaforma)
- Comunicazione interna vs esterna
- Template (CTA, headline, post, risposte a obiezioni, ecc.)
- Cenni di adattamento per pubblico target
- Struttura visuale: tabelle, schemi comparativi, box con alert o tips, checklist
- Checklist di coerenza comunicativa pre-pubblicazione

6) Per ogni sezione, includi esempi concreti, buone pratiche, errori da evitare e raccomandazioni visive quando possibile. Costruisci la guida in moduli autonomi e aggiornabili nel tempo.

7) A fine guida, genera un indice riepilogativo dei contenuti trattati. Prendi un bel respiro e lavora a questo problema passo dopo passo.

## Principi Guida Generali

1. **Equilibrio tech-design-benessere:** Ogni comunicazione deve bilanciare questi tre elementi, adattando l'enfasi in base al canale e al target.
2. **Linguaggio multisensoriale:** Utilizzare termini che evocano tutti i sensi (vista, tatto, udito) per creare un'esperienza immersiva.
3. **Benefici sempre prima delle caratteristiche:** Tradurre ogni feature in un vantaggio concreto per l'utente.
4. **Storytelling evolutivo:** Dall'insoddisfazione (zanzare, prodotti chimici) alla soluzione elegante (Kalita).
5. **Principio dei 3 pilastri:** Ogni comunicazione estesa deve toccare i tre pilastri del brand (protezione naturale, design raffinato, tecnologia integrata).

### 1. Per "Genitori Premurosi" (Giulia)

**Tono:** Rassicurante, empatico, orientato alle soluzioni

**Registro:** Caldo, familiare, pratico

**Approccio:** Enfatizzare sicurezza e tranquillità, offrire uno stile di vita migliore per i bambini

**Esempio:** "Finalmente puoi proteggere i tuoi piccoli dalle zanzare, senza sostanze chimiche nell'aria che respirano. Kalita veglia sul loro sonno con una luce calda e confortevole, mentre allontana silenziosamente gli insetti fastidiosi."

### 2. Per "Tech Enthusiast" (Luca)

**Tono:** Informativo, orientato alle specifiche, con terminologia tecnica ma accessibile

**Registro:** Dinamico, pionieristico, da insider

**Approccio:** Enfatizzare innovazione, integrazione smart, dati di performance

**Esempio:** "Kalita è la prima lampada che integra tecnologia a ultrasuoni calibrati (20-40 kHz) con illuminazione LED dimmerabile e connettività IoT completa. Controlla da remoto sia l'intensità luminosa che la protezione anti-zanzare, direttamente dal tuo ecosistema smart home."

### 3. Per "Design Lovers" (Marco & Anna)

**Tono:** Sofisticato, evocativo, incentrato sull'estetica e sul lifestyle

**Registro:** Elegante, curato, con attenzione ai dettagli

**Approccio:** Enfatizzare materiali premium, design italiano, integrazione negli ambienti

**Esempio:** "Il vetro satinato opaco di Kalita diffonde una luce avvolgente che trasforma l'atmosfera di ogni stanza. Le sue linee pure ed essenziali nascondono una tecnologia sofisticata, per vivere le tue serate estive con eleganza e senza fastidi."

## Termini da Privilegiare

### Per tutti i target

Termine	Perché utilizzarlo
"Protezione naturale"	Enfatizza l'assenza di sostanze chimiche, rassicurando tutti i target
"Design italiano"	Valorizza l'estetica e la qualità percepita
"Multifunzione"	Sottolinea il valore aggiunto (lampada + antizanzare + USB)
"Silenzioso"	Rassicura sulla non invasività della tecnologia
"Controllo intuitivo"	Comunica facilità d'uso per tutti
"Atmosfera"	Evoca sensazioni ed emozioni positive legate al prodotto

### Per "Genitori Premurosi"

Termine	Perché utilizzarlo
"Sicuro per i bambini"	Rassicura sulla priorità di Giulia
"Senza sostanze chimiche"	Enfatizza la sicurezza per la salute dei piccoli
"Sonno tranquillo"	Collega il prodotto a un bisogno emotivo forte
"Protezione della famiglia"	Parla al senso di responsabilità parentale
"Pratico e senza manutenzione"	Evidenzia la facilità d'uso per genitori impegnati
"Innocuo per animali domestici"	Amplia il concetto di sicurezza familiare

### Per "Design Lovers"

Termine	Perché utilizzarlo
"Vetro satinato opaco"	Valorizza materiali e finiture premium
"Luce avvolgente"	Evoca sensazioni legate all'esperienza visiva
"Linee essenziali"	Parla il linguaggio del design contemporaneo
"Complemento d'arredo"	Posiziona come elemento di design, non solo funzionale
"Made in Italy"	Enfatizza il valore del design italiano
"Dettagli curati"	Evidenzia la qualità costruttiva

## Termini e Concetti da Evitare

Termine/Concetto	Motivazione	Alternative Consigliate
"Uccide le zanzare"	Non è accurato (gli ultrasuoni allontanano ma non uccidono) e evoca violenza non necessaria	"Allontana", "Tiene lontane", "Respinge", "Dissuade"
"Anti-zanzare" come unico benefit	Riduce il prodotto a una singola funzione	"Protezione e illuminazione", "Comfort completo", "Soluzione integrata"
"Miracoloso", "Rivoluzionario", "100% efficace"	Promesse eccessive che generano scetticismo	"Efficace protezione", "Significativa riduzione", "Notevole miglioramento"
"Insetticida", "Veleno", "Repellente chimico"	Richiama prodotti chimici/tossici (esattamente l'opposto di Kalita)	"Protezione naturale", "Sistema senza sostanze chimiche", "Tecnologia a ultrasuoni"
"Difficile da configurare"	Intimorisce utenti meno tech-savvy	"Facile da usare", "Intuitivo", "Semplice da integrare"
"Economico", "Low-cost"	Svilisce la percezione di qualità	"Valore duraturo", "Investimento nel comfort", "Qualità italiana"
"WiFi complesso"	Suggerisce difficoltà tecniche	"Connessione semplificata", "Smart home ready", "Integrazione immediata"
Riferimenti tecnici troppo dettagliati (per famiglie e design lovers)	Può risultare noioso o incomprensibile	Semplificare i concetti tecnici con metafore o benefici concreti
"Gadget", "Accessorio"	Riduce la percezione di valore e durabilità	"Complemento d'arredo", "Elemento di design", "Soluzione intelligente"

## Headline per Sito Web

- **Principale:** "La luce che protegge. Il design che accoglie."
- **Per genitori:** "Notti serene per tutta la famiglia. Naturalmente."
- **Per tech enthusiasts:** "La prima lampada smart che illumina, protegge e si integra con la tua casa."
- **Per design lovers:** "Luce, protezione, design italiano. In un unico gesto."

## Call-to-Action

- **Principale:** "Scopri Kalità"
- **Per acquisto:** "Porta Kalità nella tua casa"
- **Per approfondimento:** "Esplora tutte le funzionalità"
- **Per newsletter:** "Ricevi aggiornamenti su Kalità"
- **Per tech enthusiasts:** "Connetti Kalità al tuo ecosistema smart"
- **Per design lovers:** "Scopri come Kalità si integra nel tuo ambiente"
- **Per genitori:** "Proteggi i tuoi piccoli con Kalità"

## **Messaggi per Social Media**

### **Per tutti:**

- "Design ed efficacia in una forma pura. Kalita, la lampada che ti protegge dalle zanzare con stile. #DesignItaliano #SonnoProtetto"

### **Per Instagram (genitori):**

- "I bambini dormono sereni. Le zanzare restano lontane. Tu godi del silenzio. Kalita veglia sulla famiglia, senza sostanze chimiche. #SonnoSicuro #GiorniMigliori"

### **Per Facebook (tech):**

- "Controllo completo della tua protezione estiva. Kalita si connette al tuo ecosistema smart per creare la perfetta atmosfera senza zanzare. Scopri come automatizzare il tuo comfort. #SmartHome #TechLife"

### **Per Pinterest (design):**

- "Vetro satinato che diffonde luce calda e protegge dai fastidi estivi. Kalita ridefinisce l'illuminazione funzionale con un design che parla italiano. #InteriorDesign #SummerStyle"

09

CHATGPT  
TESTI PER ANNUNCI  
SOCIAL ADS



### **Giulia**

Mamma premurosa di 37 anni, attenta alla salute dei figli e alla sicurezza in casa. Cerca soluzioni naturali, pratiche e senza sostanze chimiche per proteggere i bambini dalle zanzare



### **Luca**

Tech Enthusiast, 29 anni, vive a Milano. Appassionato di tecnologia e smart home. Vuole un dispositivo innovativo che integri automazione e funzionalità, senza odori né complicazioni.



### **Marco e Anita**

Coppia tra i 40 e i 50 anni, vive in una casa di design con giardino a Treviso. Cercano eleganza e benessere: vogliono soluzioni contro le zanzare belle da vedere, efficaci e facili da usare.

## **(PROMPT)**

Agisci come un esperto copywriter specializzato in funnel di vendita e content strategy per prodotti di design e tecnologia per la casa.

Mi aiuterai **a scrivere tre annunci pubblicitari per social ADS** (formati adatti a Facebook e Instagram), destinati a promuovere Kalità, una lampada da comodino di design con funzionalità antizanzare a ultrasuoni, illuminazione LED dimmerabile, due prese USB per ricarica dispositivi e design italiano minimale.

Il suo posizionamento si basa su tre pilastri: protezione naturale, design raffinato, tecnologia integrata.

Ti fornirò indicazioni su tre buyer personas specifiche, i loro bisogni e il suo stile di vita.

Per ogni persona, voglio che tu scriva:

- Un annuncio per attrarre l'attenzione in modo evocativo e introduttivo
- Un annuncio per rafforzare l'interesse e mostrare i benefici in modo concreto
- Un annuncio per stimolare l'acquisto, evidenziando vantaggi immediati e urgenza

Ti fornirò indicazioni su tre buyer personas specifiche, i loro bisogni e il suo stile di vita.

Per ogni persona, voglio che tu scriva:

- Un annuncio per attrarre l'attenzione in modo evocativo e introduttivo
- Un annuncio per rafforzare l'interesse e mostrare i benefici in modo concreto
- Un annuncio per stimolare l'acquisto, evidenziando vantaggi immediati e urgenza

Ogni annuncio deve :

Rispettare il tono e le linee guida di stile fornite.

Enfatizzare benefici emotivi prima delle caratteristiche tecniche

Mantenere coerenza con il posizionamento del brand Kalità

Includere una CTA chiara e coerente con la fase del funnel

**NB Seguono in allegato i documenti “Guida di stile” e “Profilo buyer personas”**



## GIULIA / MAMMA PREMUROSA

(AI)

**Fase Awareness, obiettivo: generare attenzione e interesse, intercettando un bisogno latente (protezione dei figli)**

Testo:

Zanzare in camera? C'è un modo più sicuro di proteggere i tuoi figli. I classici spray o diffusori possono disturbare il respiro dei bambini. Kalità è diversa: una lampada da comodino con ultrasuoni silenziosi, senza sostanze chimiche, pensata per la tranquillità delle famiglie. Mentre illumina la stanza con una luce calda e regolabile, tiene lontane le zanzare in modo naturale. Nessun odore, nessuna preoccupazione. Scopri Kalità: la luce che protegge le notti della tua famiglia



## MARCO E ANITA / AMANTI DEL DESIGN

(AI)

**Fase Awareness, obiettivo: attrarre con lo stile, evocare atmosfera, introdurre la soluzione senza forzarla**

Testo:

Design che arreda. Luce che accoglie. Protezione che non si vede.

In ogni dettaglio di Kalità c'è un pensiero per la bellezza, la tranquillità e il comfort della casa.

Una lampada da comodino in vetro satinato, dalle linee essenziali e dalla luce dimmerabile, che protegge le serate estive grazie a un sistema a ultrasuoni, silenzioso e senza sostanze chimiche.

Un oggetto che non invade: si integra. E migliora l'atmosfera.

Scopri Kalità: l'equilibrio tra estetica e benessere

10

**LOVABLE**

SITO E-COMMERCE

## **(PROMPT)**

**Crea una landing page di vendita** per la lampada Kalità.

Nella landing page includi:


- Un'intestazione d'impatto - con l'immagine fornita - catturi immediatamente l'attenzione.
- Un paragrafo introduttivo coinvolgente che descriva il prodotto in modo emozionale e concreto.
- Un elenco di vantaggi chiave sotto forma di bullet point ottimizzati per la conversione.


Una sezione dedicata alle specifiche indicate nel file `specifiche_tecniche.txt`, presentata in modo ordinato e leggibile.


Per i testi, fai riferimento al file `content_style_guidelines.txt`.

# Kalita: Luce e Armonia

Design elegante, luce calda e funzionalità innovative in un'unica lampada che trasforma l'atmosfera della tua casa.

 Luce calda dimmerabile

 Sistema antizanzare

 Vetro satinato

Acquista ora €149



## Vantaggi Chiave

Scopri tutti i vantaggi che rendono Kalita una lampada unica nel suo genere, perfetta per ogni ambiente domestico.



### Luce calda dimmerabile

LED da 400 lumen (2700K) con intensità regolabile: crea l'atmosfera perfetta per ogni momento.



### Vetro satinato opaco

Eleganza minimalista e diffusione uniforme della luce. Toccare Kalita è come accarezzare la sera.



### Protezione invisibile

Sistema antizanzare a ultrasuoni (20-40 kHz), senza prodotti chimici o odori. Sicuro per bambini e animali.

# Create your chatbot

Set up your chatbot from scratch or select a ready-made template.



## Start from scratch

Build your chatbot from the ground up and customize it to your needs.



## Basic AI Chatbot

Utilizes your data, such as your website content and documents, to automatically respond to customer inquiries.



## E-Commerce Support

Enhance customer interactions with instant assistance on products, orders, returns, and support for a seamless shopping experience.



## Basic Lead Generation

Engage with prospective leads and capture their contact information.



## Lead Generation + AI

Harness AI to engage with prospective customers and collect their information.

← kalita

Intents

Help



- 92% +

Status: ● Draft

Save

Preview

Publish



Welcome

T Ciao! Sono un chatbot AI che può assisterti con kàalita, la lampada anti-zanzare di smart e di design. Prima di iniziare, puoi fornirmi il tuo nome e la tua mail?

Name

Email

Group #1

T Hi `contact_name`, how can I assist you today?

Generate AI answer

T Capture Text

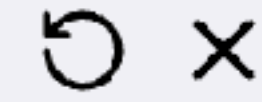
🕒 `user_question`

Group #2

🕒 Enter query

## Preview

Debug messages are visible to you only



Ciao! Sono un chatbot AI che può assisterti con kalita, la lampada anti-zanzare smart e di design.

Prima di iniziare, puoi fornirmi il tuo nome e la tua mail?

Name \*

Email \*

Submit

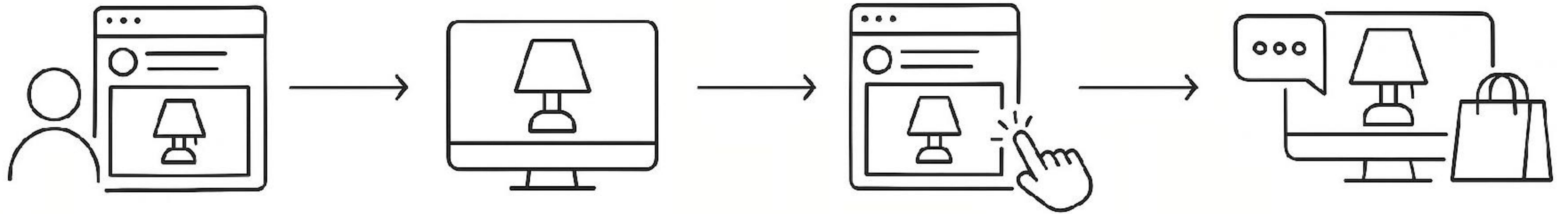


**DALL'IDEA ALLA VENDITA**  
CONCLUSIONI









”

AI won't take your job.  
It's somebody using AI  
that will take your job.

”

”

AI won't take your job.  
It's **somebody** using AI  
that will take your job.

”



## Fulvio Julita

Scrive, progetta, insegna. Lavora nella comunicazione d'impresa da oltre trent'anni, con un focus su storytelling, scrittura e integrazione dell'intelligenza artificiale nei processi di marketing. Digital storytelling strategist, speaker, blogger e autore.

Con Hoepli ha pubblicato "Raccontarsi online - Dal freelance alle piccole e medie imprese: storytelling per il marketing digitale" (2021) e "Scrivere con l'AI - Come unire intelligenza artificiale, strategia e creatività" (2025).

Blog: [www.plumer.it](http://www.plumer.it)



## Engarda Giordani

Laureata in Lingue e Letterature Straniere Moderne, intraprende a 23 anni la carriera professionale nel settore marketing di una importante azienda italiana. Dal 2001 è iscritta all'ordine nazionale dei giornalisti e collabora con testate specializzate nel settore ITS e locale. Nel 2002 fonda l'agenzia di Relazioni Pubbliche Engarda Giordani Comunicazione e Marketing a Gozzano (NO), sulle sponde del Lago d'Orta (Piemonte) che dal 2009 si avvale anche di una sede distaccata a Milano.

Web site: <https://www.engardagiordani.com>



# MetroQuality

Nasce a Milano nel 2014 dall'idea di un gruppo di professionisti con lunga esperienza nel settore delle superfici e finiture per interni. L'obiettivo: creare un luogo dedicato ai progettisti, capace di offrire strumenti concreti e supporto qualificato in ogni fase del progetto.

Situato in via Solferino 24, nel cuore di Brera — uno dei distretti del design più vitali d'Europa — MetroQuality è oggi un punto di riferimento per architetti e interior designer. La showroom ospita una materioteca viva, con oltre 3.000 materiali, texture e finiture, e un team in grado di affiancare i professionisti nella scelta e nella gestione delle forniture.

Accanto alla selezione dei materiali, MetroQuality offre supporto tecnico, assistenza su preventivi, e relazioni con artigiani e imprese locali, per garantire soluzioni precise e tempi certi. Uno spazio pensato per trasformare le idee in materia, nel cuore della progettazione milanese

Web site: <https://metroquality.it>

MetroQuality  
Milano

Via Solferino, 24  
20121 Milano (MI)

Tel. +39 02 36742630  
[metroquality@metroquality.it](mailto:metroquality@metroquality.it)



**DOWNLOAD SLIDE CORSO AI**