

GUIDA GRATUITA

La checklist per chiarirti le idee prima di scrivere qualsiasi prompt

I 3 elementi del video, più 2 in più che non ti ho detto

Il problema non è la competenza. È la chiarezza

Il tuo problema con l'intelligenza artificiale non è che non sai usarla. È che non sai cosa vuoi. Il collo di bottiglia principale, quando le idee non sono chiare, non è la competenza tecnica: è che spesso pensiamo di avere le idee chiare in testa, e non è così finché non proviamo a scriverle.

Questa guida non è un elenco di trucchi. È un metodo in cinque punti: i primi tre te li avevo già dati nel video, gli altri due non te li avevo detti. Ogni punto ha il perché funziona, due esempi in settori diversi, e l'errore più comune da evitare. Alla fine trovi un esercizio guidato per farlo diventare automatico.

1. Obiettivo: cosa vuoi ottenere, davvero

Non genericamente cosa vuoi che scriva: cosa vuoi che succeda dopo che l'hai usato. "Un post per il lancio" non è un obiettivo, è un formato. "Un post che convinca chi mi segue da mesi a comprare oggi" è un obiettivo: dice il risultato, non l'attività.

PERCHÉ FUNZIONA

Un obiettivo preciso guida ogni scelta successiva del modello: che esempio fare, che parole usare, dove mettere l'invito all'azione. Un obiettivo vago lascia decidere tutto a lui, e lui sceglie la versione più generica possibile, quella che va bene ovunque e quindi non serve granché da nessuna parte.

- Vago: "scrivimi una mail di follow-up" → risultato: una mail educata che non chiede niente di preciso
- Preciso: "voglio che risponda entro oggi confermando l'appuntamento di giovedì" → risultato: una mail con una domanda diretta e una scadenza
- Vago (parrucchiera): "un post per il salone" → risultato: descrizione generica del servizio
- Preciso: "un post che faccia prenotare 3 clienti per il taglio di fine estate entro venerdì" → risultato: un post con un'offerta e una data

Errore comune

Confondere l'obiettivo con l'attività. "Scrivere un post" è un'attività. "Far prenotare 3 clienti" è un obiettivo. Se nel tuo prompt c'è solo un verbo (scrivi, crea, prepara) e non un risultato, l'obiettivo manca ancora.

2. Destinatario: a chi parli, con un dettaglio vero

Chi è quella mail, per chi è quel piano, chi è la persona per cui stai scrivendo. Non basta il ruolo generico ("un cliente"); più il destinatario è specifico, meno il modello deve indovinare tono e livello di dettaglio.

PERCHÉ FUNZIONA

Lo stesso messaggio, per due persone diverse, va scritto in due modi diversi. Il modello non ha modo di saperlo se non lo scrivi tu: senza destinatario, sceglie un tono medio, formale quanto basta per non sbagliare con nessuno, e per questo non suona vero con nessuno.

- Vago: "un cliente" → risultato: tono formale e impersonale
- Preciso: "un cliente che mi scrive per la prima volta e non sa cosa faccio" → risultato: spiega di più, dà per scontato meno
- Vago: "i miei follower" → risultato: linguaggio da manuale
- Preciso: "un cliente che lavora con me da un anno e vuole solo la conferma della data" → risultato: due righe, dirette, senza spiegazioni superflue

Errore comune

Descrivere il destinatario con dati demografici invece che con la sua situazione reale. "Donna, 35-45 anni" non dice nulla al modello su come parlarle. "Ha già provato un servizio simile e si è sentita delusa" gli dice tutto.

3. Formato: lunghezza, tono, struttura

Il formato non è un dettaglio estetico: è la differenza tra una risposta che usi subito e una che devi ancora lavorare. Se non lo dici, il modello sceglie un formato medio, che va bene ovunque e quindi non serve granché da nessuna parte.

PERCHÉ FUNZIONA

Lunghezza, tono e struttura insieme dicono al modello ESATTAMENTE come deve presentarsi il risultato finale, non solo cosa deve contenere. Senza queste tre informazioni, ottieni contenuto giusto ma nella forma sbagliata: da riscrivere comunque.

- Vago: "scrivilo bene" → risultato: un testo corretto ma di lunghezza casuale
- Preciso: "massimo 4 righe, tono diretto, nessun punto esclamativo" → risultato: pronto da incollare
- Vago: "fammi un riepilogo" → risultato: un paragrafo di prosa da rileggere due volte
- Preciso: "elenco puntato, massimo 5 righe, ogni riga inizia con un verbo" → risultato: leggibile in 10 secondi

Errore comune

Dare solo la lunghezza e dimenticare tono e struttura. "Massimo 100 parole" senza dire il tono ti dà 100 parole formali quando magari ti serviva un messaggio informale. I tre elementi del formato vanno sempre insieme.

4. Vincoli: il bonus che non ti ho detto nel video

Oltre a dire cosa vuoi, dì sempre cosa NON vuoi: parole vietate, promesse che non puoi mantenere, toni da evitare. È più facile per il modello rispettare un divieto esplicito che indovinare una preferenza che hai in testa ma non hai scritto.

PERCHÉ FUNZIONA

Le preferenze positive ("scrivi in modo elegante") sono soggettive e il modello le interpreta a modo suo. I divieti espliciti ("non usare mai la parola esclusivo") sono binari: o li rispetta o no, e questo lo rende molto più affidabile.

- Esempio: "non usare mai le parole esclusivo o imperdibile, niente promesse di risultati garantiti"
- Esempio (settore legale): "non usare mai un linguaggio che suoni come una consulenza legale vincolante"
- Esempio (email delicata): "non chiedere scusa più di una volta, non usare la parola purtroppo"

Errore comune

Elencare troppi vincoli generici ("sii professionale", "non essere invadente") invece di 2-3 vincoli specifici e concreti. Un vincolo vago è come non averlo scritto.

5. Contesto: il secondo bonus

Un dettaglio che il modello non può sapere da solo: un nome, un numero, una cosa già provata e scartata, un vincolo del tuo settore. Il contesto che manca è il motivo numero uno delle risposte generiche: non perché il modello sia scarso, ma perché non ha modo di indovinarlo.

PERCHÉ FUNZIONA

Il modello lavora solo con quello che gli dai in quella conversazione. Non sa cosa hai già provato, cosa ha funzionato in passato, cosa sa già il tuo interlocutore. Ogni informazione che dai per scontata perché è ovvia per te, per lui non esiste finché non gliela scrivi.

- Esempio: "il cliente ha già ricevuto due preventivi da concorrenti e li ha rifiutati entrambi per il prezzo"
- Esempio (formazione): "chi legge ha già seguito il primo modulo, non ripetere le basi"
- Esempio (vendita): "abbiamo già provato lo sconto del 10% e non ha funzionato, non riproporlo"

Errore comune

Dare per scontato che il modello "ricordi" cose dette in un'altra chat o giorni prima. Ogni conversazione nuova riparte da zero, a meno che tu non gli dia di nuovo il contesto (o non abbia attivato la memoria, dove disponibile).

Esercizio: riscrivi una tua richiesta vera

PRENDI IN MANO IL TELEFONO

Apri l'ultima richiesta che hai fatto a un'AI e che ti ha dato una risposta deludente. Rispondi a queste cinque domande, una riga per ognuna, poi riscrivi il prompt aggiungendo le cinque risposte come contesto.

1. Obiettivo: cosa volevo che succedesse dopo?
2. Destinatario: chi doveva leggerlo, con un dettaglio vero?
3. Formato: che lunghezza, che tono, che struttura?
4. Vincoli: cosa non doveva assolutamente esserci?
5. Contesto: quale dettaglio sapevo io e non gli ho detto?

Confronta le due risposte. Nella maggior parte dei casi la differenza si vede già dalla prima frase.

La checklist, tutta insieme

- Obiettivo: cosa voglio ottenere, in una frase precisa
- Destinatario: chi legge, con un dettaglio specifico
- Formato: lunghezza, tono, struttura
- Vincoli: cosa non deve esserci
- Contesto: un dettaglio che solo io conosco

PROMPT

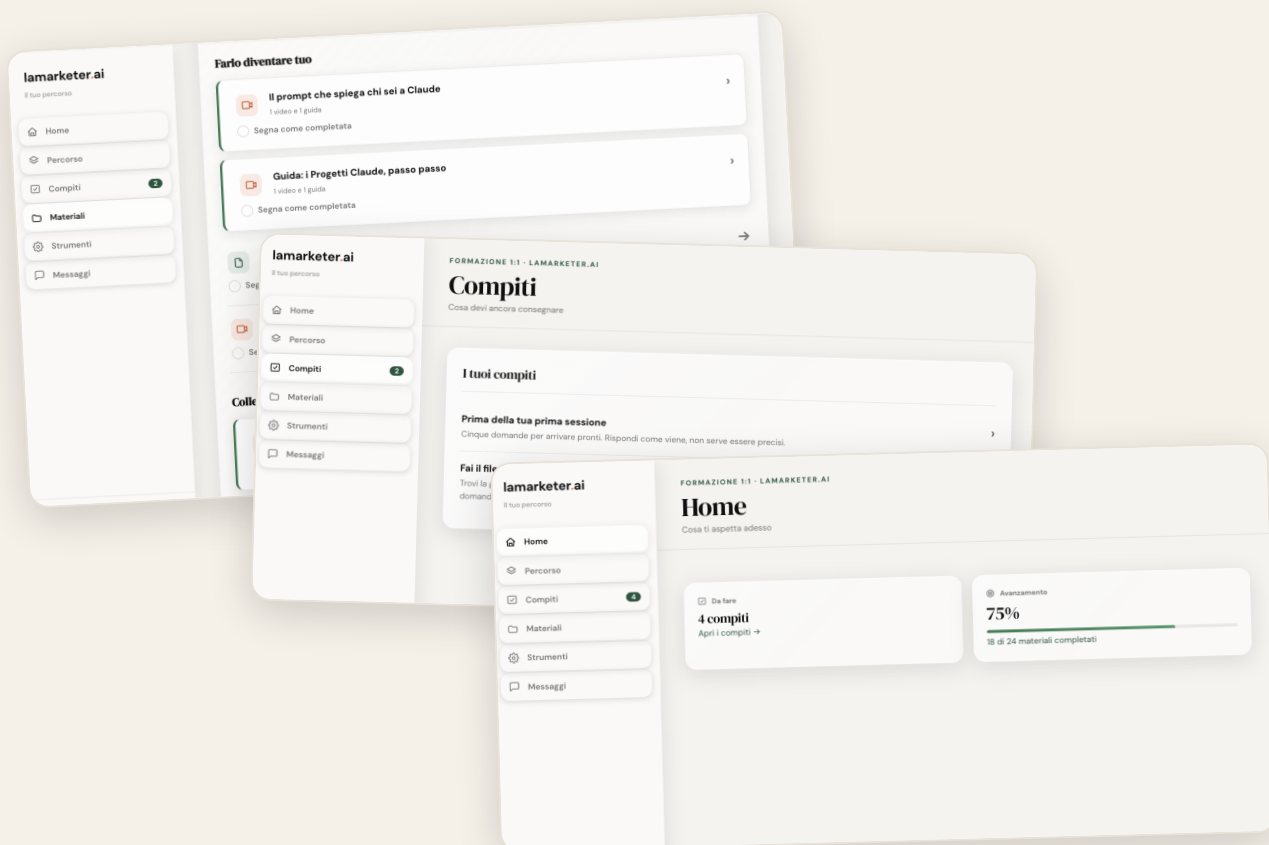
Da riusare per qualsiasi richiesta

[Cosa mi serve], per ottenere [obiettivo preciso]. È per [destinatario, con un dettaglio specifico]. Formato: [lunghezza, tono, struttura]. Non usare mai: [vincoli]. Contesto utile: [il dettaglio che solo tu conosci].

Cosa significa lavorare con me

Non sono solo le sessioni live. Chi entra nel percorso accede a una **piattaforma dedicata**, che resta sua anche dopo.

- **Video che spiegano tutto per bene**, non accennato di corsa: ogni argomento ripreso con calma, da riguardare quando serve.
- **Guide scritte apposta** per il percorso, non materiale generico preso altrove.
- **Materiali costruiti su di te**: sulle sessioni che facciamo, sui tuoi obiettivi, sulla tua attività reale.



Materiali, compiti tra una sessione e l'altra, e l'avanzamento reale del percorso.

IL PASSO SUCCESSIVO

Il percorso 1:1.

5 sessioni costruite intorno ai tuoi obiettivi professionali e personali.

5 posti al mese. Prima guardiamo il tuo caso, poi ti dico se posso aiutarti.

Prenota la call gratuita →