Strategia

# **Ho appena modificato il documento**

rimborso: l’account bannato e [fabiorossi9928@gmail.com](mailto:fabiorossi9928@gmail.com) e

rimborso 2 : [fabiorossi9928@gmail.com](mailto:fabiorossi9928@gmail.com) l’account bannato

paga f24

test

però pensa alla soluzione migliore, dammi la risposta, poi pensa a 5 domande che contraddicono la tua risposta, auto risponditi, vedi se va bene e fattene altre 5 e poi rispondimi in modo definitivo con quello che serve fare

**Crea i contratti dei 6 livelli**

* Crea le inserzioni e il copy prendi spunto da [Ecco come vedo il futuro dell'AI e del lavoro [Marcello Ascani]](https://www.youtube.com/watch?v=xIHMyL6i2VM) 11:30 e facci un Deep research
* ~~ricontrolla se funziona l’invio del messaggio dell’assistenza, anche se è sia cliente che consulente~~
* ~~🔧 TODO - Voice Barge-In Fix: Quando l'utente interrompe l'AI al telefono, l'audio continua a riprodursi (buffer non svuotato). Soluzione: implementare flush del buffer audio su FreeSWITCH (uuid\_break o uuid\_audio stop) quando arriva serverContent.interrupted dal server Gemini. Il problema è nel bridge VPS, non nel server Replit.~~
* inserisci round robin
* fai inserire clienti senza accesso solo crm
* manda documentazione instagram
* compra numero e chiama le persone 15 minuti prima dell’appuntamento + whatsapp
* crea nuovo esercizio deepresearch con domande da chiedere all’ai affinchè lo faccia lui
* inserisci una sezione su base di conoscenza, dove gli diamo dei documenti, ma da inserire sia sul systempromt base sia sul file search, quando intendo system promt base, decidiamo noi dove inserirlo, tipo, ci sono dipendenti agenti nel sistema, decidiamo di metterlo nel system promt base sempre disponibile in memoria? si no e quali, poi ai-assistant? si no, e basta
* Crea un sistema di conteggio token utente
* ~~sistema la sezione dipendente - cliente~~
* ~~testa revenue share~~
* fai pagare la commissione a lui su stripe connect
* ~~testa webhoock riccardo~~
* Acquista numero di telefono e testa voip
* ~~testa il database di Riccardo e dagli la guida per tutto~~
* ~~cancella conversazioni dei numeri~~
* ~~assicurati che quando importiamo i documenti nei dipenenti, la genrazione pdf funzioni bene come la knowledge e faccia il recupero tramite gemini~~
* ~~controlla che l’email journey funzioni e mandi email URGENTE~~
* inserisci tutte le consulenze fathom nel software
* ~~crea un booking service però per le task o ticket~~
* Metti git privato e non pubblico
* ~~prendi appuntamento con Fernando~~
* crea app su mobile dove chiedo di metterminuna task e me la mette
* gemini live call, metti che può mettere task per se stessi
* ~~fatti una tabella consulenze fatte o non fatte rimanenti nella sezione clienti così ti ricordi a chi manca e non~~
* inserisci gestione calcolo dei costi whatsapp e calcolo costi chiamate e vendiamo i pacchetti
* ~~Migliora la sezione task ai, potrebbe essere tipo, ogni giorno alle ore x, recuperami tutte le chat whatsapp con cliente x dimmi cosa si sono detti e~~
* ~~fammi un report, oppure collegati ad internet e fammi un report di cosa x~~
* ~~nella sezione i tuoi dipendenti, miglioraiamo la questione creazione dipendente manager, crea una sezione dove lo porta direttamente nella pagina gold praticamente, ma che lo vede solo lui, e lo crea dal manager~~
* Gestisci l’ai task automatico, in modo che magari decide alla fine come ultima task, cosa me ne faccio di questi dati? a chi li mando? al cliente su whatsapp? gli genero un pdf? qualcosa? lo chiamo e glielo spiego a voce? e ovviamente fai decidere all’ai gli orari migliori per schedulare queste cose, chiamata, whatsapp, email, assicurati di inserire tutto nel system promt
* Integra deep research in questo flusso, e anche su ai assistant
* Inserisci la tua giornata tipo nell’ai, affinchè ti chiami per ricordarti certe cose, digli i tuoi obiettivi e dove vuoi arrivare e l’ai ogni giorno in automatico andrà a ricordartele o fare delle ricerche per te o darti dei consigli suggerimenti etc
* ~~sistema meglio il system instruction per far si che funzioni bene e mi chiami solo per quello senza template configurato~~
* Fai interagire i dipendenti tra di loro, così Alessia ti chiama al telefono e ti da notizie dei dipendenti etc
* Crea deep research sul software
* ~~se ha contesto passato si focalizza solo su quello e non su template~~
* ~~impostare ai dove gli scrivo quando voglio un reminder lui mi crea il template e mi programma il reminder e l’appuntamento al numero da me richiesto, stile sveglia~~
* ~~prendi trascrizione~~
* ~~Se gli chiamo e non sono un cliente, deve di base riconoscermi e dire ciao nome, che bello risentirti, se ci siamo già sentiti in passato, poi gestire lei la situazione, e in base al template prendere conversazione~~
* ~~Fai si che l’ai inizia sempre a parlare appena ti colleghi, non aspetta che la persona parli~~
* ~~inserisci l’atmosfera nella chiamata nella vps~~
* Impacchetta questo nuovo servizio nella strategia 5kk e vendilo a 97 euro al mese dove l’ai ti ricorda delle cose che devi fare un dipendente etcetc, quello delle task in chiamata con centralino
* ~~fare che chiama in modo proattivo~~
* controlla che l’agente di whatsapp manager che sceglie quando riscrivere funzioni bene e che scelga gli orari corretti
* rendere fisici questi agenti ai vocali e testuali, sempre attivi, trasformali in veri dipendenti
* Impostare reminder il giorno stesso prima dell’appuntamento, mettiamo un automazione che quando è la mattina di giorno dell’appuntamento l’ai lo chiama e manda messaggio
* inserisci l’ai su meet e x
* Apri un podcast di sole due ai che si parlano tra di loro su X
* crea ai che chiama i tuoi clienti e ricorda l’appuntamento del giorno
* collega prezzi al stripe corretto reale
* metti che deve chiedere conferma prima di inviare l’email
* ~~porta l’integrazione booking anche a livello vocale, affinchè si attivi e prende appuntamenti~~
* ~~permettere all’ai assistant di prendere appuntamenti in consulenza per me, chiama tool\_code e prende appuntamenti in base al mio calendario, e in base a quanti appuntamenti può prendere in quel mese~~
* ~~risolvi problema che non riesce a volte a ricordare che consulenze ha fatto il cliente, altri errori sul file search~~
* ~~bug calendario ogni volta rigenera anche quelli già generati nella sezione assistenza clienti~~
* ~~Crea un ai che ti chiama e sa il tuo contesto e parla solo di uno specifico argomento~~
* ~~metti una sezione dove inserisci il numero di telefono, un paio di promt tipo, mi ha chiesto Consulente di chiamarti per farti “ qualcosa “~~
* ~~crea dei promemoria, e fai richiamare l’ai a tot orario per far si che ti ricordi cosa fare, tipo chiamami domani alle 18:00 per il calcio, o domani alle 9:00 per svegliarmi etc~~
* ~~velocizza analisi per creazione immagini, per ora fa 1 ad 1~~
* Crea link pagamento stripe connect cliente x paga con email, si registra, ottiene gold, manda un webhook con email, si collega al partner che manda i dati a quell ‘email
* ~~crea un sistema di calendly automatico dove i clienti possono schedularsi in automatico, entrano nel software, e schedulano la consulenza, imposti un limite massimo di consulenze al mese e si auto schedulano ( fai uno screen da calendly )~~
* ~~invia email per il rimborso~~
* ~~crea nuovi layout di crerazione copy, sempre lungo o corto, ma con un layout diverso~~
* inserisci nella guida di andare a settare l’orario di schedulazione su publr
* Ci verticalizziamo su due cose, una è Onboarding dipendenti, una è prendi appuntamento su whatsapp, integriamo anche la funzionalità recap giornaliero dei dipendenti, così da avere sulla base di conoscenza ciò che fanno, e uno sulla creazione di post in automatico sui social grazie all’ai
* ~~aggiorna la base di conoscenza per far si che sia tutto sincronizzato, magari sincronizzo da una cartella drive, scelgo i file che sono li dentro e ogni giorno vengono messi sul file search, e sono sincronizzati in automatico, scarica il file da google drive, lo mette sulla base di conoscenza, e viene fatto un update ogni tot ore in automatico, e poi ad un orario specifico vengono importati dentro file search~~
* ~~aggiorna grafica conoscenza di base~~
* ~~crea il tuo primo creator AI~~
* implementa ricerca online
* inserire manuale completo e [client.ts](http://client.ts) e [consultant.ts](http://consultant.ts) nel formato vocale
* ricrea da capo la sidebar, e metti tipo 5-6 sezioni in base alla situazione così diventa più corta, e controlliamo ad uno ad uno cosa fanno e mettiamole in qualche sezioni, si può anche vendere un servizio di social media manager, dove creiamo i post e vengono pubblicati in automatico tramite publer
* ~~Crea un implementazione dove l’ai cliente, contatta 1 volta a settimana il cliente per chiedere come sta andando se ha bisogno di aiuto, a modi alterni, non sempre stesso giorno stessa ora, semplice messaggio su WhatsApp tramite template~~
* ~~implementa follow up template~~
* rifacciamo i bigliettini e compriamo la carta regalo per farli accartocciati e li imbuchiamo nelle aziende
* inserisci sezione email e numero per persone senza accesso client, ma sono client
* testa con [hubdigital.io](http://hubdigital.io)
* crea software di rendicontazione giornaliero per i dipendenti
* ~~Spiega meglio il fattore licenze ( 5 licenze per i dipendenti gratis ), per i clienti esterni, se vogliono fornirlo, fanno pagare l’abbonamento 49 euro al mese minimo il piano silver 99 al mese il piano Gold, 50% di commissioni~~
* ~~Crea profilo Instagram, Tiktok, X,Linkedin, e iniziamo a pubblicare in automatico con CTA~~
* assicurati di far funzionare la sezione nurturing email —> email ai che risponde in automatico, mette task o aiuta e da supporto —-> email di benvenuto —> optin che arrivano sia sui proactive lead che sulla sezione dove c’è il referreal
* Crea scraper automatico email che manda massimo 10 email al giorno a professionisti, auto risponde all’email, manda su whatsapp per appuntamento
* usa suno con le api per generare canzoni per i video e post etc
* ~~Nel content studio metti una sezione per creare moduli di presa contatto, che si collegano al proactive lead~~
* ~~chiama silvia per le Sim~~
* **~~CREA VERTEX PD~~**
* ~~365 journey no clienti, prima di generare le email, generiamo l’argomenti dell’email e in base all’argomento dell’email l’ai va a generare contenuto~~
* ~~Crea il meccanismo di pagamento stripe, si crea un cliente con credenziali invio email etc così rendiamo automatico il processo, manca che manda la password per email e quando fa l’accesso la cambia~~
* ~~testa il compro il servizio e mi registra come consulente/ cliente / tutti e due o uno alla volta, bronzo, silver, gold etc, e se in quel caso ho acquistato tramite singolo consulente e non stripe connect allora la commissione è maxi e non condivisa~~
* ~~collega i giusti webhook conorbitale a stripe~~
* Creati dei dipendenti AI a partire da un creator, immagazzina dentro file search
* scrivi a quello a cui hai venduto il pacchetto da 10k di vendita e ha pagato che era di stefano
* ~~sistema che se i clienti scrivono e sono anche consulenti non vengono riconosciuto dal mio ai~~
* ~~Chiedere a Riccardo, un layout di come gestisce i nomi del database, manda un email con cosa funziona per ora e quello che ci serve~~
* ~~inserisci nel template originale il fatto che non può dire i prezzi e anche il fatto del numero di telefono e email~~
* ~~inserisci quei link di pagamento in una pagina pricing di orbitale~~
* ~~Manda email ai ragazzi dicendo dicendo del nuovo reparto assistenza su whatsapp prioritario, hanno sbloccato il loro accesso prioritario riservato a loro~~
* ~~creati un agente ai che l’unico compito è prenderti un appuntamento con un cliente e schedulartelo a calendario e mettitelo nella home~~
* ~~metti nella pagina dei dipendenti il nuovo assistente tecnico livello 1 whatsapp~~
* ~~automatizza assistenza clienti sistemando l’ai promt~~
* ADS CREATE E PARTIAMO ENTRO 01 02 2026
* Chiama Stefania e proponi un dipendente AI che la aiuta nel network marketing
* ~~ricrea l’ai script~~
* crea scraper google maps recupera siti etc e manda email automatizzate
* **Crea due account Vertex funzionanti e mappa cosa serve fare**
* ~~configurare che invia le email, così testiamo anche il sistema di email automatico~~
* ~~Chiedi Referreal ai tuoi clienti~~
* ~~fai fattura a Massimo~~
* Crea il tuo assistente personale, nel template metti che interpreta il ruolo di Mario, l’assistente di Alessio, e creiamo un sistema che se ha bisogno una mano da Alessio il cliente, manda la richiesta e mi arriva su un bot telegram, o l’ai mi manda un messaggio su whatsapp
* Manda documentazione ad instagram per dm
* ~~Sistema il sistema di messaggistica ai commenti dei post Instagram~~
* ~~Crea grafica a Luca~~
* ~~Crea gemini con contesto ma senza system promt da formatore ma da Gemini~~
* crea qr code dai link condivisi, e tracciali
* Traccia tutti i costi di tutte le api, vedi come tracciarli bene, e creiamo una tabella nell’audit con costo per ogni persona
* mettiamo anche un sistema di tracciamento tramite api key? o progetto?
* crea volantino con offerta per i ristoranti, mettici un AI whatsapp che prende l’appuntamento e sa che è stato dato ai ristoranti con volantino,

# 

# **Livelli di Servizio**

| **Livello** | **Costo** | **Descrizione** |
| --- | --- | --- |
| **Livello 1** (Gratuito) | Gratuito | Accesso per test a un dipendente predefinito. |
| **Livello 2** | A pagamento 47 Euro al mese | Lo stesso dipendente del Livello 0 con messaggi illimitati. |
| **Livello 3** | A pagamento 97 euro al mese | Corsi e supporto AI (esercizi e assistenza) più la possibilità di interazione vocale illimitata con un dipendente AI vocale. e Memoria Ai |
| **Livello 4** | A pagamento  1000 euro setup  297 euro al mese | Dipendente Ai che prende appuntamenti su whatsapp/instagram/email |
| **Livello 5** | A pagamento  2000 euro setup  497 euro al mese | Fornitura dell'infrastruttura completa per creare e distribuire agenti AI, sviluppare corsi, ecc., inclusi Onboarding iniziale e supporto dedicati e assistenza clienti. |
| **Livello 6** | A pagamento  2000 euro setup  997 euro al mese | Tutti i servizi precedenti, più consulenze esclusive e personalizzate con me per l'analisi dei processi aziendali e la raccomandazione di software per l'ottimizzazione. |

# 

# Obiettivi di Crescita e Strategie di Scaling

Il tuo obiettivo è eccellente. Passare da 2k MRR (Monthly Recurring Revenue) a 7k MRR e successivamente a 100k MRR richiede un'esecuzione strategica in Vendite e Marketing, con un focus particolare sulla scalabilità del modello SaaS.

## Fase 1: Scaling da 2k MRR a 7k MRR (Focus: Ottimizzazione e Conversione)

Questa fase si concentra sull'ottimizzazione del *funnel* esistente, la convalida dei canali di acquisizione e l'affinamento del *Product-Market Fit* per segmenti di nicchia.

### 1. Vendite (Sales) - Checklist

| Task | Stato | Dettagli |
| --- | --- | --- |
| **Definizione ICP (Ideal Customer Profile) Dettagliato** | [ ] | Rivedi i tuoi attuali 2k MRR clienti: chi sono, cosa fanno, perché amano il tuo prodotto. Crea 2-3 *Buyer Personas* specifiche. |
| **Mappatura Customer Journey** | [ ] | Identifica i punti di frizione (calo) nel processo di *onboarding* e conversione. |
| **Ottimizzazione Demo/Trial Conversione** | [ ] | Analizza il tasso di conversione da *Trial* a Pagante. Implementa un *trigger* di supporto per gli utenti che non usano una *feature* chiave entro i primi 3 giorni. |
| **Definizione Processo di Upsell/Cross-sell** | [ ] | Identifica opportunità per vendere piani superiori o *add-on* ai clienti esistenti (più facile che acquisirne di nuovi). |
| **Misurazione Tasso di Abbandono (Churn Rate)** | [ ] | Stabilisci una metrica settimanale per monitorare il *churn* e sviluppa tattiche di mitigazione. |
| **Formazione del primo Sales Assistant (se necessario)** | [ ] | Documenta i processi di vendita base per prepararti all'assunzione del primo venditore. |

### 2. Marketing (Marketing) - Checklist

| Task | Stato | Dettagli |
| --- | --- | --- |
| **Analisi e Ottimizzazione SEO On-Page/Tecnica** | [ ] | Assicurati che il tuo sito web sia veloce e indicizzato correttamente. |
| **Content Marketing Mirato (2-4 articoli/mese)** | [ ] | Scrivi contenuti che rispondano direttamente ai problemi dell'ICP identificato. Focus su *long-tail keywords*. |
| **Email Marketing Automation** | [ ] | Implementa sequenze di *drip campaign* per: *Trial Onboarding*, *Lead Nurturing* (per chi non si converte subito) e *Re-engagement* (per utenti inattivi). |
| **Test A/B Landing Page** | [ ] | Ottimizza le pagine di destinazione (titoli, CTA, benefici) per massimizzare il tasso di conversione (*Conversion Rate Optimization* - CRO). |
| **Raccolta Recensioni e Testimonianze** | [ ] | Incoraggia attivamente i tuoi 2k MRR clienti soddisfatti a lasciare recensioni su piattaforme rilevanti (es. Capterra, G2, Product Hunt). |

### 3. Google Ads Strategy (Fase 1: Convalida)

* **Obiettivo:** Generare traffico qualificato a un costo per acquisizione (CPA) sostenibile e inferiore al tuo *Lifetime Value* (LTV) target.
* **Struttura Iniziale:**
  + **Campagna 1 (Brand):** Proteggi il tuo nome e il nome del tuo prodotto. (CPA basso, ROAS alto).
  + **Campagna 2 (Competitor):** Fai offerte su nomi di competitor diretti. Utilizza *copy* che evidenzi i tuoi differenziatori chiave.
  + **Campagna 3 (High Intent Keywords):** Parola chiave con intento molto alto (es. "software gestione [nicchia]", "alternativa a [competitor]").

| Azione Google Ads | Dettagli |
| --- | --- |
| **Ricerca Keyword Negativa** | Fondamentale per escludere traffico non pertinente (es. "gratis", "open source", "lavoro"). |
| **Monitoraggio Conversioni** | Configura il monitoraggio delle conversioni (es. Iscrizione Trial, Acquisto) in modo accurato. |
| **Budget Limitato e Mirato** | Inizia con un budget che ti permetta di raccogliere dati significativi (es. 20-30 conversioni al mese) e concentrati sulle parole chiave più performanti. |

## Fase 2: Scaling da 7k MRR a 100k MRR (Focus: Espansione e Ripetibilità)

Una volta raggiunto i 7k MRR, hai un modello di business semi-convalidato. La sfida ora è rendere i processi di acquisizione ripetibili, scalabili ed efficienti, investendo pesantemente nei canali che hanno funzionato nella Fase 1.

### 1. Vendite (Sales) - Checklist

| Task | Stato | Dettagli |
| --- | --- | --- |
| **Istituzione di un Team di Vendita** | [ ] | Assumi un SDR (Sales Development Rep) e/o un AE (Account Executive). |
| **Implementazione CRM (Customer Relationship Management)** | [ ] | Utilizza un CRM (es. HubSpot, Salesforce, Pipedrive) per gestire *pipeline*, *lead scoring* e *reporting*. |
| **Sviluppo di Playbook di Vendita** | [ ] | Documenta i migliori *script*, gestione obiezioni e flussi di lavoro per i nuovi assunti. |
| **Lancio di un Programma Referral/Affiliazione** | [ ] | Incentiva i clienti attuali a portare nuovi clienti. |
| **Focus su Segmenti Enterprise/High-Value** | [ ] | Sviluppa un processo di vendita specifico per clienti più grandi con LTV significativamente più alto. |

### 2. Marketing (Marketing) - Checklist

| Task | Stato | Dettagli |
| --- | --- | --- |
| **Espansione del Contenuto a Tutta la Funnel** | [ ] | Crea contenuti per ogni fase: *Awareness* (blog post generici), *Consideration* (guide, webinar), *Decision* (casi studio, comparazioni). |
| **Lancio di Webinar e Eventi Virtuali** | [ ] | Posizionati come *thought leader* nella tua nicchia. |
| **Strategia di Ritorno per Carrello Abbandonato/Trial Scaduto** | [ ] | Sequenze di email e/o *retargeting* aggressive per recuperare utenti che non hanno completato l'acquisto. |
| **Integrazione Dati (Marketing Automation & CRM)** | [ ] | Sincronizza i dati tra gli strumenti per una visione unica del cliente e per un *lead scoring* avanzato. |
| **Espansione su Nuovi Canali** | [ ] | Testare Meta Ads (Facebook/Instagram), LinkedIn Ads (se B2B) o altri canali verticali. |

### 3. Google Ads Strategy (Fase 2: Massimizzazione)

* **Obiettivo:** Massimizzare la copertura e le conversioni mantenendo il CPA target.
* **Espansione:**
  + **Campagna 4 (Problem/Solution):** Targetizza utenti che cercano soluzioni ai problemi specifici che il tuo SaaS risolve, anche senza usare il nome del prodotto.
  + **Campagna 5 (Retargeting Dinamico):** Mostra annunci specifici agli utenti che hanno visitato il tuo sito ma non si sono convertiti.
  + **Campagne P-Max (Performance Max):** Utilizza le campagne *Performance Max* di Google per automatizzare la diffusione su tutti i canali Google (Search, Display, YouTube, Gmail) in modo efficiente.
* **Focus sul ROAS:** Sposta il budget verso campagne che dimostrano il Return on Ad Spend (ROAS) più alto e utilizza strategie di offerta basate sul valore (es. *Maximize Conversion Value*).

➕ Servizi Alto Margine

**😃 Livelli**



**Profilo Cliente Ideale (ICP) e Proposta di Valore**

Questo documento delinea il cliente target, la proposta di valore centrale e le funzionalità del servizio, con l'obiettivo di supportare le fasi di scaling e marketing definite nella strategia aziendale.

# **1. Aiutiamo Chi a Fare Cosa e Come**

Aiuto imprenditori con clienti ricorrenti a installare un Dipendente AI che gestisce assistenza clienti e onboarding, seguendo la tua documentazione, le tue regole e il tuo tono Per farti lavorare meno in azienda, riprenderti tempo per te e scalare senza colli di bottiglia, grazie al Sistema Orbitale.

## **1.1. Chi Aiutiamo (Ideal Customer Profile - ICP)**

| Segmento Cliente | Descrizione Dettagliata |
| --- | --- |
| **Aziende/PMI** | Titolari di piccole e medie imprese o dirigenti (es. CEO, CTO) in settori ad alto volume di interazione con il cliente (es. e-commerce, servizi professionali, agenzie di marketing/vendita). Sono bloccati da processi interni inefficienti e **cercano soluzioni per la scalabilità senza aumentare il personale**. |
| **Consulenti/Formatori** | Professionisti o aziende che vendono corsi, coaching o servizi di consulenza. Hanno bisogno di **automatizzare l'assistenza post-vendita e la fase di *lead generation*** per concentrarsi sulla creazione di valore. |
| **Start-up in Fase di Crescita** | Aziende con un prodotto validato e un MRR in crescita che necessitano di **infrastrutture automatizzate** per gestire l'aumento della domanda (es. gestione appuntamenti, customer support di primo livello). |

## **1.2. Cosa Aiutiamo a Fare**

**Obiettivo Primario:** Trasformare processi ad alta intensità di lavoro manuale in sistemi automatizzati e scalabili, riducendo i costi operativi e aumentando il tasso di conversione.

**Esempi di Risultati:**

* **Generazione Lead:** Ottenere più appuntamenti qualificati tramite l'AI (Livello 4 e 6).
* **Supporto Clienti:** Fornire assistenza 24/7 con costi ridotti (Livello 3).
* **Scalabilità:** Fornire l'infrastruttura per creare e vendere agenti AI personalizzati (Livello 5).

## **1.3. Il Nostro Metodo (Come)**

Forniamo la nostra soluzione attraverso una struttura di servizi modulare, dal supporto di base all'infrastruttura completa e alla consulenza personalizzata.

| Livello di Servizio | Metodo (Il Come) |
| --- | --- |
| **Livello 1 & 2** (Bronze e Silver Accesso)  Free | 49 **€/M** | Accesso immediato a un dipendente AI predefinito per la prova o l'uso illimitato. |
| **Livello 3** (Gold Supporto AI)  99 **€/M |** 299 **€/M** | Formazione (Corsi) e interazione vocale con AI per supporto e assistenza specifica. | 2 Consulenze al mese se richieste |
| **Livello 4** (Deluxe Consulente Agenti Specifici)  299 **€/M Setup 997 euro** | Solo Implementazione di un agente AI dedicato alla presa appuntamenti sui canali social/email. |
| **Livello 5** (Exclusive Infrastruttura)  499 **€/M Setup 1997 euro** | Fornitura di un'infrastruttura completa e Onboarding dedicato per l'autonomia nella creazione di agenti e corsi AI. Gestione onboarding clienti e dipendenti |
| **Livello 6** (Consulenza)  999 **€/M Setup 1997 euro** | Integrazione completa dei servizi precedenti con consulenze esclusive per l'analisi e l'ottimizzazione dei processi aziendali e consigli di implementazione dell’AI nelle aziende. |

# **2. Il Problema che Risolviamo**

Il nostro servizio si rivolge direttamente ai seguenti problemi chiave sperimentati dai nostri ICP:

| Problema del Cliente | Impatto Negativo (Il Costo del Non Agire) |
| --- | --- |
| **Inefficienza Operativa e Costi Elevati del Personale** | L'assunzione di personale per compiti ripetitivi e a basso valore è costosa e non scalabile. Ciò limita la capacità di crescita. |
| **Perdita di Opportunità (Lead)** | La mancata risposta tempestiva su canali come WhatsApp o Instagram porta alla perdita di potenziali clienti e appuntamenti. |
| **Mancanza di Scalabilità del Supporto** | Il supporto clienti non può crescere alla stessa velocità delle vendite, portando a *churn* e recensioni negative. |
| **Mancanza di Competenze Interne sull'AI** | I clienti sanno di *dover* usare l'AI ma non hanno le competenze o l'infrastruttura per implementarla efficacemente. |

# **3. Funzionalità e Soluzioni (Per Livello)**

Le funzionalità si allineano direttamente alla risoluzione dei problemi del cliente, suddivise per livello di servizio.

## **A. Funzionalità di Base e Interazione**

| Funzionalità | Livelli | Soluzione al Problema |
| --- | --- | --- |
| Accesso a Dipendente AI | 1, 2 | **Test e Uso Immediato** di un assistente AI pre-addestrato per compiti generici. |
| Messaggi Illimitati | 2, 3, 4, 5, 6 | **Disponibilità Costante** senza limitazioni di utilizzo. |
| Interazione Vocale | 3, 4, 5, 6 | **Supporto Dinamico e Accessibile** che simula l'interazione umana per una migliore esperienza. |
| Memoria AI | 3, 4, 5, 6 | **Contesto Persistente** per conversazioni più efficaci e personalizzate (l'AI ricorda le interazioni precedenti). |

## **B. Funzionalità di Crescita e Vendita**

| Funzionalità | Livelli | Soluzione al Problema |
| --- | --- | --- |
| Presa Appuntamenti Automatica | 4, 5, 6 | **Zero Lead Persi:** L'AI gestisce la qualificazione e la prenotazione di appuntamenti su WhatsApp, Instagram ed Email. |
| Corsi e Supporto AI | 3, 5, 6 | **Formazione e Autonomia:** Strumenti per l'apprendimento e l'applicazione pratica dell'AI. |
| Fornitura Infrastruttura Completa | 5, 6 | **Scalabilità Massima:** Possibilità di creare e distribuire i propri agenti AI (per uso interno o rivendita). |
| Consulenze Personalizzate | 6 | **Ottimizzazione Profonda:** Analisi dei processi aziendali per raccomandare software e strategie per l'efficienza. |

Per saperne di più su come implementare queste funzionalità, consulta la documentazione completa del prodotto disponibile al seguente link: File

# **4. Modello di Partnership e Rivendita (Applicabile ai Livelli 5)**

I clienti che accedono al **Livello 5 (Exclusive Infrastruttura)** godono della possibilità unica di diventare partner e rivendere i servizi di Livello 1, 2 e 3 (Accesso Bronze e Silver, Supporto AI Gold) ai propri clienti. Questo modello di partnership consente ai nostri clienti di Livello 5 di generare flussi di entrate aggiuntivi e di monetizzare l'infrastruttura AI che hanno implementato.

Questa opportunità è estesa anche ai partner di Livello 5 che scelgono di concentrarsi esclusivamente sulla rivendita, pur mantenendo l'accesso all'infrastruttura necessaria per il supporto e la configurazione dei prodotti rivenduti.

## **4.1. Struttura delle Commissioni di Rivendita**

La percentuale di commissione sulla rivendita dei servizi di Livello 1, 2 e 3 è determinata dal livello di coinvolgimento del partner (Livello 5) nell'assistenza e nell'onboarding del cliente finale:

| Servizio di Rivendita (Livelli 1, 2, 3) | Responsabilità di Onboarding e Assistenza | Commissione per il Partner (Livello 5) |
| --- | --- | --- |
| Livello 1, 2, 3 | Gestita da Exit 5kk (Il Fornitore) | **50%** del ricavo mensile netto |
| Livello 1, 2, 3 | Gestita dal Partner (Livello 5) | **35%** del ricavo mensile netto |

**Nota:** La commissione del 35% si applica quando il partner di Livello 5 gestisce autonomamente l'integrazione, l'onboarding e il supporto continuo per i servizi di Livello 1, 2 o 3 venduti al cliente finale. La commissione del 50% è riservata ai casi in cui Exit 5kk gestisce direttamente queste fasi cruciali.

**🤑 Spiegazione**



**Strategia di Targeting e Proposta di Valore (AI-Powered)**

Questo documento sintetizza il Profilo Cliente Ideale (ICP) e i modelli di pricing e servizio, allineando le offerte (Livelli 1-6) alle esigenze specifiche della clientela (Acquisizione Lead, Supporto e Onboarding, Rivenditori). L'obiettivo è massimizzare il valore e la scalabilità, passando da un modello di servizio a una piattaforma.

# **1. Focalizzazione sul Cliente Ideale (ICP)**

Il cliente ideale è un'azienda B2B in abbonamento (SaaS, MSP, software house a *retainer*, servizi *productized*) con un team di 5–30 persone che serve clienti PMI e ha due motori operativi ripetibili ma inefficienti: il supporto multi-canale e l'onboarding.

| Obiettivo Primario del Cliente | Nichia Target | Stato Attuale (Dolore) | Trasformazione (Stato Ideale) |
| --- | --- | --- | --- |
| **Acquisizione/Lead Gen** | Aziende con Alto Volume di Contatti Social/WhatsApp | Alto volume di messaggi/commenti dispersivi (INFO, PREZZO), lead persi, follow-up manuale. | L'AI risponde immediatamente, qualifica i lead e prende appuntamenti su WhatsApp/IG (Livello 4). |
| **Standardizzazione/Controllo** | B2B Subscription Business (5-30 persone) | Supporto "a memoria" incoerente, founder/senior interrotti, onboarding lento, documentazione non applicata. | Supporto coerente, team autonomo, onboarding guidato, founder concentrato sulla crescita (Livelli 3,4, 5, 6). |
| **Espansione/Distribuzione** | Rivenditori, Agenzie High-Ticket | Vogliono integrare l'AI ma non hanno l'infrastruttura di *hosting*, *governance* o *training*. | Piattaforma completa per creare, distribuire e rivendere agenti AI con supporto dedicato (Livello 5 e schema *fee*). |

# **2. Allineamento Livelli di Servizio alle Esigenze**

I 6 livelli di servizio sono strutturati per coprire le tre macro-esigenze del mercato (Lead, Supporto, Infrastruttura/Rivendita).

| Livello | Prezzo | Focus Principale | Allineamento all'ICP | Dettagli chiave |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1 (Gratuito)** | Gratuito | Test e Prova | Convalida del concetto AI | Accesso per test a un dipendente predefinito. |
| **2 (Silver)** | 47 €/Mese | Utilizzo Illimitato | Uso individuale di base/Piccoli team | Messaggi illimitati con il dipendente predefinito. |
| **3 (Gold)** | 97 €/Mese | Supporto e Formazione | Standardizzazione del Know-How (Soft) | Corsi, supporto AI, interazione vocale, **Memoria AI** per coerenza. |
| **4 (Premium Lead)** | 1000 € Setup + 297 €/Mese | **Lead Generation Automatica** | Alta Urgenza (Chi ha Campagne/Follower) | Dipendente AI che prende appuntamenti su WhatsApp/Instagram/Email. |
| **5 (Infrastruttura)** | 2000 € Setup + 497 €/Mese | **Piattaforma e Rivendita** | ICP che vuole Scalare / Rivenditori | Fornitura dell'infrastruttura completa per creare e distribuire agenti AI, Onboarding dedicato e supporto. |
| **6 (Executive)** | 2000 € Setup + 997 €/Mese | Consulenza Strategica | ICP High-Value/Enterprise | Tutti i servizi precedenti + consulenze esclusive per l'analisi dei processi aziendali e raccomandazione di software. |

# **3. Strategia di Prezzi (Pricing) e Monetizzazione**

Per la scalabilità e la crescita, è fondamentale adottare modelli di prezzo che riflettano il valore erogato e che gestiscano in modo sostenibile i costi operativi delle API AI.

## **3.1. Modello per i Servizi Core (Livelli 1-4)**

Questo modello si basa sull'abbonamento mensile, con un *Setup Fee* che copre l'implementazione e la configurazione iniziale (principalmente per i livelli ad alto valore).

## **3.2. Modello per Rivenditori e Licenze (Livello 5)**

Il Livello 5 è progettato per agenzie, software house o grandi clienti che desiderano distribuire gli Agenti AI internamente o rivenderli a terzi.

| Elemento di Prezzo | Descrizione |
| --- | --- |
| **Setup Fee (Infrastruttura)** | 2000 € Una Tantum per l'installazione iniziale dell'infrastruttura di *agent building*, *onboarding* e *governance*. |
| **Licenza Base (Piattaforma)** | 497 €/Mese per l'accesso illimitato alla piattaforma di creazione e gestione degli agenti (la tua UI/Dashboard). |
| **Modello di Rivendita (Royalty)** | **% sui Ricavi Ricorrenti (MRR):** Applicare una percentuale (es. 35%-50%) sul MRR generato dal rivenditore. Questo garantisce un guadagno passivo. |
| **Fee per Crediti AI (Gestione API)** | Vedi Sezione 3.3. |

## **3.3. Gestione dei Costi API (Crediti AI)**

Per i livelli base (1-4), i costi AI (API key) sono inclusi nel prezzo per semplificare l'offerta e incentivare l'adozione. Per i clienti ad alto consumo (Livello 5 e 6, e Rivenditori), la strategia deve cambiare per proteggere i margini.

| Soglia di Consumo | Strategia di Gestione Costi AI |
| --- | --- |
| **Consumo Basso/Medio (Livelli 1-4)** | **Costo Inclusi:** I costi API sono gestiti internamente. L'abbonamento è sufficiente per coprire l'utilizzo tipico, creando un *buffer* di rischio gestibile. |
| **Consumo Alto (Livelli 5-6, Rivenditori)** | **Fatturazione Diretta o Add-on:** Quando il consumo supera una soglia definita (es. >50 € di crediti al mese), si passa a due opzioni: |
|  | **Opzione A: Fatturazione Pass-Through:** Aggiungere un *add-on* mensile calcolato sui costi API effettivi con un piccolo *markup* (es. 10%). |
|  | **Opzione B: API Key del Cliente:** Configurare l'ambiente di produzione direttamente sull'API Key (Gemini/Vertex AI) del cliente. Questo li rende responsabili diretti del consumo. **Consigliato per Livello 5/6.** |

# **4. Esempi Operativi di Trasformazione**

Di seguito sono riportati esempi di come le diverse offerte risolvono i problemi operativi dei clienti, trasformando la documentazione esistente in azioni automatiche.

## **4.1. Caso 1: Gestione Contatti Social (Livello 4)**

| Azione | Stato Attuale | Trasformazione AI (Livello 4) |
| --- | --- | --- |
| **Domanda IG/WhatsApp** | "Scrivi INFO e ti contatto" è gestito da un junior in orari di ufficio, con ritardi. | L'AI risponde immediatamente, qualifica (Budget/Bisogno), usa il link per la prenotazione Calendar event e salva il contatto nel CRM File. |
| **Onboarding Team** | I junior chiedono al senior/founder: "Cosa rispondo se chiede uno sconto?". | L'Agente AI (Mario/Assistente di Person) risponde in base alla policy aziendale (es. "Lo sconto è concesso solo per pagamenti annuali > 5k €"). |

## **4.2. Caso 2: Onboarding Clienti (Livelli 3 e 5)**

| Azione | Stato Attuale | Trasformazione AI (Livello 5) |
| --- | --- | --- |
| **Raccolta Accessi** | Email/WhatsApp manuale con ritardi. | Il *Workflow* AI chiede i dati in sequenza, crea la *checklist* e li salva automaticamente in un sistema sicuro. |
| **Training Iniziale** | Call ripetitive e dispendiose. | Il Cliente interagisce con l'Assistente Formativo AI (Livello 3/5) che risponde a dubbi operativi 24/7 (es. "Come configuro la prima campagna?"). |

**4.3. Caso 3: Personalizzazione Estrema (Servizio Bonus - "Crea il tuo Dipendente AI")**

Questo servizio funge da dimostrazione della versatilità della piattaforma e può essere un *upsell* strategico per i Livelli 5 e 6 o un'attività ad alto margine su progetto. L'obiettivo è trasformare qualsiasi manuale o ruolo aziendale in un agente AI personalizzato con personalità specifica.

| Azione | Stato Attuale | Trasformazione AI (Bonus Service / Livello 5+) |
| --- | --- | --- |
| **Personalizzazione Ruolo** | Il *know-how* è legato alla singola persona (es. il cameriere esperto). | Creazione di un Agente AI personalizzato (es. "Cameriere AI per il tavolo X") che incarna il tono di voce e le competenze specifiche dell'azienda. |
| **Assistenza al Cliente Finale** | Il cliente chiede informazioni sul menu, tempi di attesa, allergeni al personale occupato. | L'Agente AI, accessibile via QR Code al tavolo, risponde immediatamente a tutte le domande, consiglia piatti basati su preferenze note e gestisce informazioni specifiche (es. allergeni, ingredienti, abbinamenti vino). |
| **Scalabilità del Tono** | Il tono di servizio è incostante tra i dipendenti. | L'AI garantisce un tono di voce coerente e brandizzato in ogni interazione, indipendentemente dal volume di richieste. |

# 

# **5. Implementazione Strategica (Focus Iniziale)**

Per passare da 2k MRR a 7k MRR, la priorità è concentrarsi sulla convalida dell'offerta *Lead Generation* (Livello 4) e sulla standardizzazione del servizio *Supporto* (Livello 3).

1. **Focalizzazione sul Livello 4:** È la soluzione più visibile e urgente per i clienti con problemi di acquisizione. Lanciare campagne mirate con la frase filtro: **"Smetti di perdere lead su WhatsApp/Instagram. Installa l'AI che qualifica e prenota per te."**
2. **Preparazione per la Scalabilità (Livello 5):** Sviluppare il *playbook* di implementazione per i rivenditori. Creare il contratto di rivendita (vedi attività in [1]) basato sul modello **Licenza + % su MRR**.
3. **Marketing Coerente:** Utilizzare la *Trasformazione Rivelatrice* ([4]): **Da** *supporto e onboarding che dipendono da persone* **a** *supporto e onboarding che dipendono da regole applicate automaticamente*.

**📱 Struttura di Marketing**



**Strategia di Marketing per Livelli a Valore Aggiunto (Livelli 4 e 5)**

Il presente documento è strutturato per fungere da *playbook* scalabile per le campagne pubblicitarie (ADS) relative al **Livello 4 (Lead Generation Automatica)** e al **Livello 5 (Infrastruttura e Onboarding)**. Per ogni livello, sono identificate le sezioni chiave necessarie per l'implementazione creativa e di copy.

Si rimanda al documento "Exit 5kk" per i dettagli sui costi e le descrizioni dei livelli.

# **1. Campagne di Marketing per il Livello 4 (Premium Lead)**

**Focus Principale:** Risolvere l'urgenza della perdita di contatti (Lead) sui canali social e via email, automatizzando la qualificazione e la presa appuntamenti.

**Target ICP:** Aziende con Alto Volume di Contatti Social/WhatsApp (vedi sezione 1.3 del documento di riferimento).

| Livello | Prezzo | Focus Principale |
| --- | --- | --- |
| **Livello 4 (Premium Lead)** | 1000 € Setup + 297 €/Mese | Lead Generation Automatica |

## **Campagna 4.1: "Stop alla Perdita di Lead" (Acquisizione - High Intent)**

| Elemento Creativo | Placeholder per Contenuto |
| --- | --- |
| Immagine/Video | FileImmagine/Video 4.1: Contatto mancato/Appuntamento preso automaticamente |
| Copy Breve (Video/Immagine) | Inserisci qui il testo breve (titolo e poche righe) per l'ADS |
| Copy Lungo (Descrizione Dettagliata) | Inserisci qui il copy persuasivo e dettagliato per la Campagna 4.1. Deve includere il problema (lead persi), la soluzione (AI Level 4), e la CTA per la prova/setup. |

## **Campagna 4.2: "AI su WhatsApp 24/7" (Considerazione - Canale Specifico)**

| Elemento Creativo | Placeholder per Contenuto |
| --- | --- |
| Immagine/Video | FileImmagine/Video 4.2: Chat di WhatsApp con l'AI che prenota un evento Calendar event |
| Copy Breve (Video/Immagine) | Inserisci qui il testo breve (titolo e poche righe) per l'ADS |
| Copy Lungo (Descrizione Dettagliata) | Inserisci qui il copy persuasivo e dettagliato per la Campagna 4.2. Focus su disponibilità 24/7 e come l'AI gestisce le conversazioni complesse (Qualificazione/Obiezioni). |

## **Campagna Scalabile Aggiuntiva (Livello 4)**

Per inserire campagne future, utilizzare la struttura seguente:

| Elemento Creativo | Placeholder per Contenuto |
| --- | --- |
| Immagine/Video | FileImmagine/Video per Campagna 4.3 |
| Copy Breve (Video/Immagine) | Inserisci qui il testo breve (titolo e poche righe) per l'ADS |
| Copy Lungo (Descrizione Dettagliata) | Inserisci qui il copy persuasivo e dettagliato per la Campagna 4.3. |

# **2. Campagne di Marketing per il Livello 5 (Infrastruttura)**

**Focus Principale:** Offrire la piattaforma completa per la scalabilità interna (Onboarding Dipendenti) e l'opportunità di Rivendita (Modello Partner).

**Target ICP:** ICP che vuole Scalare / Rivenditori (Agenzie, Software House, Imprese con forte necessità di controllo interno).

| Livello | Prezzo | Focus Principale |
| --- | --- | --- |
| **Livello 5 (Infrastruttura)** | 2000 € Setup + 497 €/Mese | Piattaforma e Rivendita |

## **Campagna 5.1: "La Tua Agenzia AI" (Acquisizione - Rivenditori)**

| Elemento Creativo | Placeholder per Contenuto |
| --- | --- |
| Immagine/Video | FileImmagine/Video 5.1: Illustrazione del modello Royalty e Commissioni di Rivendita |
| Copy Breve (Video/Immagine) | Inserisci qui il testo breve (titolo e poche righe) per l'ADS |
| Copy Lungo (Descrizione Dettagliata) | Inserisci qui il copy persuasivo e dettagliato per la Campagna 5.1. Deve enfatizzare il modello di Partnership (fino al 50% di commissione) e la possibilità di monetizzare l'AI senza sviluppo interno. |

## **Campagna 5.2: "Onboarding Automatico dei Dipendenti" (Considerazione - Aziende Interne)**

| Elemento Creativo | Placeholder per Contenuto |
| --- | --- |
| Immagine/Video | FileImmagine/Video 5.2: Un dipendente che riceve supporto da un Assistente AI (Mario, l'assistente di Person) |
| Copy Breve (Video/Immagine) | Inserisci qui il testo breve (titolo e poche righe) per l'ADS |
| Copy Lungo (Descrizione Dettagliata) | Inserisci qui il copy persuasivo e dettagliato per la Campagna 5.2. Focus sulla standardizzazione del Know-How (Trasformazione del manuale aziendale in AI) e il risparmio di tempo per il management. |

## **Campagna Scalabile Aggiuntiva (Livello 5)**

Per inserire campagne future, utilizzare la struttura seguente:

| Elemento Creativo | Placeholder per Contenuto |
| --- | --- |
| Immagine/Video | FileImmagine/Video per Campagna 5.3 |
| Copy Breve (Video/Immagine) | Inserisci qui il testo breve (titolo e poche righe) per l'ADS |
| Copy Lungo (Descrizione Dettagliata) | Inserisci qui il copy persuasivo e dettagliato per la Campagna 5.3. |

# **3. Riepilogo Strategia Creativa (ADS)**

Di seguito una tabella di riepilogo delle creatività pianificate per i lanci iniziali.

| Livello | Campagna | Focus | Tipo Contenuto | Status ADS |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Livello 4 | Stop alla Perdita di Lead | Acquisizione | Video | Inserisci qui lo stato |
| Livello 4 | AI su WhatsApp 24/7 | Canale Specifico | Immagine | Inserisci qui lo stato |
| Livello 5 | La Tua Agenzia AI | Rivenditori | Video | Inserisci qui lo stato |
| Livello 5 | Onboarding Automatico | Scalabilità Interna | Immagine | Inserisci qui lo stato |
| Livello 4 | Campagna 4.3 | Inserisci qui il focus | Inserisci qui il tipo | Inserisci qui lo stato |

⭐ Strategia frank

# **Manuale non autorizzato per imprenditori che partono DAVVERO da Zero**

### Come sopravvivere, strutturare e rendersi vendibili senza soldi, agganci o protezioni

[Frank Merenda](https://substack.com/@frankmerenda)

gen 17, 2026

### **INTRODUZIONE: PERCHÉ SCRIVO QUESTO (E PERCHÉ DOVRESTI ESSERE INCAZZATO ANCHE TU)**

Ricevo la stessa, identica, dannata domanda almeno dieci volte al giorno. Me la fanno su LinkedIn, me la fanno via mail, me la fanno fermandomi per strada.

*“Frank, ma come faccio ad aprire un’azienda da zero se non ho capitali, non ho soci ricchi, non ho fondi di investimento e non conosco nessuno?”*

E ogni volta che la leggo, mi sale il sangue al cervello.

Non perché la domanda sia stupida. Anzi, **è l’unica domanda che conta.**

Mi fa “strippare” perché a farmela siete spesso voi: ragazzi universitari, neo-laureati, giovani affamati.

Siete lì, seduti in aule prestigiose, circondati ogni giorno da professori titolati, manager di multinazionali e “imprenditori guest star” che vengono a farvi la lezione.

Eppure, siete costretti a venire da me a chiedere come si fa *davvero*.

Perché?

Perché là fuori il mercato della formazione si divide in due categorie inutili:

1. **I Guru della Fuffa:** Che vi targetizzano su Instagram e vi promettono di diventare imprenditori grazie al “mindset” e/o che raggiungerete la libertà finanziaria in spiaggia con due click (spoiler: mentono).
2. **L’Élite Accademica:** Professori e Manager che vi parlano di “Strategie di Corporate Governance”, “Business Plan a 5 anni” e “Visione Olistica”. Discorsi bellissimi, tecnici, motivazionali... e totalmente inutili se non hai i soldi per pagare le bollette il mese prossimo.

È facile fare strategia quando hai 10 milioni di cassa, quando l’azienda l’hai ereditata da papà o quando gestisci i soldi degli azionisti.

Ma nessuno di loro vi spiega come si sopravvive quando

* il conto è a zero,
* le banche vi ridono in faccia e
* non avete nemmeno i soldi per registrare il marchio.

Hanno dimenticato cosa significa la guerra, o forse non l’hanno mai fatta.

Io lavoro al 99% con imprenditori già strutturati, gente che molte di queste cose le ha già superate. Ma vedere questo vuoto pneumatico di informazioni pratiche per chi parte da zero mi ha stancato.

Quindi ho deciso di rompere il mio protocollo abituale.

Ho preso il **Manuale delle Procedure** che facciamo applicare ai nostri studenti privati – quelli che partono senza un euro e portiamo fino all’Exit milionaria – e l’ho sbattuto qui, nero su bianco.

Niente teoria. Niente motivazione da due soldi.

Questa è la procedura tecnica, brutale e illegale (in senso figurato) per hackerare il sistema italiano partendo dal nulla.

Spegnete il telefono. Si comincia.



# **IL MANIFESTO DELL’IMPRENDITORE IN GUERRA**

### **Come creare un impero dal nulla, hackerare le banche e vendere tutto al nemico.**

**AVVISO AI NAVIGANTI: CHI DEVE USCIRE DA QUESTA STANZA**

Fermati un attimo. Prima di leggere anche solo una riga, dobbiamo chiarire le regole d’ingaggio.

Questo non è un articolo. È un manuale di guerriglia finanziaria e operativa. Non troverai carezze, non troverai la “passion economy” e non troverai scorciatoie magiche.

Se ti riconosci in uno dei punti qui sotto, chiudi questa pagina. Non fa per te.

* **Se cerchi finanziamenti Seed/Angel con un PowerPoint:** Qui non si chiedono soldi per le idee. Si creano soldi dal nulla.
* **Se sogni la gloria da copertina:** Questo percorso è sporco, anonimo e brutale per i primi anni.
* **Se vuoi “fare impresa” senza sporcarti le mani con la vendita:** L’imprenditore è prima di tutto il primo venditore.
* **Se cerchi un guadagno rapido:** Questa strategia non dura 6 mesi. È un assedio che dura anni. Richiede notti insonni, rinunce personali vere e una disciplina asfissiante.

Se sei ancora qui, significa che sei pronto ad accettare che le probabilità sono contro di te. Significa che non hai capitali, non hai santi in paradiso, ma hai la fame necessaria per ribaltare il tavolo.

Benvenuto nella “Hard Mode”: la modalità difficile del videogioco.

## **FASE 1: La Genesi Bootstrap o “Vendere l’Aria per Comprare i Mattoni”**

Sei seduto al tavolo della cucina. Il saldo del conto corrente è un numero che ti mette ansia solo a guardarlo. Non hai “Family, Friends & Fools” a cui chiedere soldi perché, onestamente, o non ne hanno o non si fidano. Hai un’idea, forse un prodotto in testa, ma zero benzina nel motore.

Benvenuto nel mondo reale. Qui non esistono gli *Angel Investor* della Silicon Valley che ti tirano milioni per una presentazione in PowerPoint. Qui, in Italia, sei solo tu contro il mercato.

La prima regola del Club del Bootstrap è: **Non costruire nulla finché non l’hai venduto.**

Dimentica l’ufficio, dimentica il logo perfetto, dimentica lo sviluppo del prodotto finale. In questa fase, il tuo unico obiettivo è generare ossigeno. E nel business, l’ossigeno si chiama **Cash Flow Positivo**. Non profitto contabile, ma soldi che entrano in banca *oggi*.

Ecco come si fa, passo dopo passo, senza rete di protezione.

### **1. La Metamorfosi: Da Prodotto a “Servizio Concierge”**

L’errore fatale che uccide il 99% delle startup senza capitali è voler creare subito il prodotto scalabile.

* Vuoi creare un software AI? Costa 50.000€ di sviluppo. Non li hai.
* Vuoi produrre una linea di abbigliamento? Costa 20.000€ di stock. Non li hai.

**La Mossa del Top 1%:**

Trasforma il tuo prodotto finale in un **servizio manuale ad alto costo**.

Se vuoi fare un software che automatizza il marketing, non scrivere una riga di codice. Vendi una consulenza dove *tu* fai il marketing manualmente per il cliente, usando strumenti esistenti, ma vendigli il risultato come se fosse il tuo sistema proprietario.

Stai vendendo il “Cosa” (il risultato), non il “Come”.

Questo ti permette di:

1. Farti pagare subito (Cash Flow).
2. Capire esattamente cosa serve al cliente (Product Market Fit).
3. Finanziarti lo sviluppo del prodotto futuro con i margini del servizio presente.

In Italia, le aziende sono disperate per *soluzioni chiavi in mano*. Non vogliono un altro tool da imparare, vogliono qualcuno che risolva il problema. Sii quel qualcuno.

### **2. Il Finanziamento Invisibile: Hackerare il Ciclo del Capitale Circolante**

Qui è dove separiamo i dilettanti dai professionisti.

Il ciclo standard italiano è la morte: tu paghi i fornitori subito, lavori, consegni, e il cliente ti paga a 60 giorni data fattura (se va bene). In questo lasso di tempo, fallisci per mancanza di liquidità.

Tu devi invertire il flusso. Devi operare in **Capitale Circolante Negativo**.

Significa incassare *prima* di spendere.

**Come si fa in pratica (senza sembrare disperati):**

Non puoi chiedere l’acconto “per favore”. Devi usare la leva psicologica dell’esclusività o del vantaggio economico.

* **La Leva dello Sconto Finanziario:** *“Il servizio costa 10.000€. Se paghi a 60 giorni è prezzo pieno. Se saldi subito alla firma, ti applico lo sconto ‘Partner Early Adopter’ del 15%.”*Un’azienda sana con liquidità preferisce risparmiare il 15% (che è un rendimento finanziario mostruoso) piuttosto che tenere i soldi in banca allo 0%. Tu perdi margine, ma guadagni la vita: hai 8.500€ *subito* per pagare i costi.
* **La Prevendiita (Presale):** Se vendi prodotti fisici, vendili su carta. Usa rendering fotorealistici. Raccogli gli ordini e usa quei soldi per pagare il fornitore. È legale? Assolutamente sì. Si chiama “vendita di cosa futura” (art. 1472 Codice Civile).

### **3. La Struttura Legale “Liquida” (Evitare la trappola dei Costi Fissi)**

Molti corrono dal notaio ad aprire una SRL appena hanno un’idea. Errore grave. Una SRL in Italia ti costa 3.000-4.000€ l’anno solo per “esistere” (commercialista, deposito bilancio, diritti camerali, tasse fisse).

**La Strategia Progressiva:**

**1. Start (0-65k/85k fatturato):** Parti come **Ditta Individuale in Regime Forfettario** (se applicabile al tuo caso personale) o come lavoratore autonomo.

* *Perché:* Tasse al 5% o 15% (flat tax), niente IVA in fattura (sei più competitivo del 22% rispetto alle grandi aziende), costi di gestione ridicoli.
* *Obiettivo:* Accumulare il tesoretto. Quei soldi non sono tuoi, sono dell’azienda futura.

**2. Lo Switch (Il momento della verità):** Quando il flusso di cassa è stabile e supera i limiti, o quando devi assumere, costituisci la **SRL**.

* Non usare i tuoi risparmi personali per il capitale sociale. Usa la liquidità generata dalla fase 1. Ora sei un Amministratore che versa capitale, non un sognatore che scommette i risparmi della nonna.

### **4. L’Esercito Fantasma: Scalare senza Assumere**

Hai bisogno di braccia e menti, ma assumere un dipendente in Italia è un matrimonio costoso e difficile da sciogliere. Tra INPS, INAIL, TFR e mensilità aggiuntive, un dipendente da 1.500€ netti te ne costa 3.000€.

**La Tecnica Rara: “L’Ecosistema a Performance”**

Non cercare dipendenti. Cerca **collaboratori ambiziosi a Partita IVA** o venditori a provvigione pura.

* **Vendite:** Trova “cani da caccia”. Giovani, affamati, o professionisti con un network esistente. Offri provvigioni alte (20-30%) sul *pagato*. Se loro non portano soldi, tu non hai costi.
* **Operations:** Usa freelance verticali per compiti specifici. Non “un marketing manager”, ma “uno specialista di Google Ads” pagato a progetto.

**Il Segreto della Fidelizzazione:**

Perché dovrebbero lavorare per te che sei nessuno?

Vendi loro la **Visione e la Futura Equity**. *“Oggi ti pago a provvigione/progetto, ma sei il primo della lista per diventare Head of Sales/CTO con quote societarie quando costituiremo la SRL tra 12 mesi”*.

Stai comprando la loro fedeltà con una moneta futura, mentre paghi il loro lavoro con i soldi dei clienti.

### **5. Costruire la “Facciata” (Fake it till you make it)**

Le banche e i grandi clienti giudicano il libro dalla copertina. Se sembri piccolo, ti tratteranno da piccolo (pagamenti lunghi, niente credito).

Devi sembrare un’istituzione dal Giorno 1, spendendo quasi zero.

* **Sede Legale:** Non usare l’indirizzo di casa tua. Paga un servizio di domiciliazione (pochi euro al mese) in un centro direzionale a Milano o Roma. Sulla visura camerale deve apparire “Via Montenapoleone” o un business district, non “Via dei Gelsomini, casa della mamma”.
* **Identità Digitale:** Niente gmail. Dominio proprietario, sito web pulito (basta una landing page fatta bene), PEC aziendale.
* **Il Gestionale:** Inizia subito a usare un software di fatturazione cloud (es. Fatture in Cloud o simili). Perché? Perché quando andrai in banca nella Fase 2, non porterai un file Excel disordinato. Porterai report, grafici e bilancini professionali. Questo comunica: “Sono organizzato, sono affidabile, sono un rischio calcolato”.

## **FASE 2: L’Assalto alla Fortezza. Hackerare il Sistema Bancario e i Fondi Pubblici**

Hai superato la “valle della morte”. Hai fatturato, hai clienti, hai dimostrato che la tua idea non è follia. Ma ora sei davanti a un muro verticale: per scalare ti servono macchinari, stock, campagne marketing massicce o ristrutturazioni. Ti servono capitali.

Il tuo conto corrente, per quanto positivo, non basta. Ti serve la leva finanziaria. Ti servono i soldi degli altri (OPM - *Other People’s Money*).

Il problema? Per le banche italiane sei un codice di rischio. Un piccolo imprenditore è, per definizione, colpevole fino a prova contraria. Temono che prenderai i loro soldi per scappare in Messico o, peggio, per comprarti un SUV mentre l’azienda affonda.

Il tuo obiettivo in questa fase è uno solo: **Eliminare la Paura del Banchiere.**

Ecco la roadmap operativa per farti aprire le casseforti, anche se non hai immobili da ipotecare.

### **1. La Vestizione: Pulirsi la Fedina Finanziaria**

Prima ancora di varcare la soglia della filiale, devi sapere cosa sanno di te.

In Italia esiste un “Grande Fratello”: la **Centrale Rischi (CR)** della Banca d’Italia.

* **L’Errore del Principiante:** Andare in banca a chiedere soldi senza aver mai controllato la propria CR. Magari hai una vecchia rata del telefono non pagata di 5 anni fa che ti bolla come “cattivo pagatore”.
* **La Mossa del Professionista:** Scarica la tua Visura Centrale Rischi (è gratis, si fa con SPID sul sito di Banca d’Italia). Analizzala. Se è pulita, stampala e portala con te. È il tuo passaporto. Se ci sono “segnalazioni a sofferenza” per errori burocratici, **risolvile prima** di chiedere un centesimo. Presentarsi con la CR in mano comunica: *“Non ho scheletri nell’armadio e so come funziona il sistema”*.

### **2. Il “Cheat Code” del Sud (e non solo): La Finanza Agevolata**

Prima di chiedere soldi alla banca (che vuole interessi), chiedi soldi allo Stato (che spesso te li regala o te li presta a tasso zero).

Se sei al Sud (o in aree sisma) e hai meno di 55 anni, ignora le banche tradizionali all’inizio e punta tutto su **Resto al Sud (Invitalia)** o misure simili (es. *TecnoNidi* in Puglia, bandi regionali *Smart&Start*).

* **Perché è una bomba atomica:** Ti coprono il 100% delle spese. Una parte (spesso il 50%) è a **fondo perduto** (regalo). L’altra parte è un finanziamento a tasso zero garantito dallo Stato.
* **La Strategia Psicologica:** Vincere un bando Invitalia non serve solo per i soldi. Serve come **Social Proof**. Quando poi andrai in una banca privata per chiedere un “fido di cassa” per la gestione corrente, potrai dire: *“Il Ministero dello Sviluppo Economico ha validato il mio progetto e mi ha dato 200k. Voi non vi fidate?”*. Hai ribaltato il tavolo. Loro rischiano meno perché lo Stato ha già fatto la *due diligence* per loro.

### **3. La Tecnica del “Denaro Vincolato” (Il cuore della strategia)**

Se non hai accesso ai bandi o ti serve di più, devi andare in banca. Qui entra in gioco la strategia per neutralizzare il “rischio morale”.

Il direttore ha paura che tu usi i soldi per vivere, non per l’azienda.

**Come chiedere soldi per non farsi dire di no:**

**A. Mai chiedere “Liquidità generica”:** Chiedi sempre “Finanziamento finalizzato”.

**B. La Clausola di Erogazione Diretta:** Questa è la mossa di judo finanziario.

Dì al direttore: *“Non accreditate i 50.000€ sul mio conto. Ecco le fatture pro-forma dei fornitori per i macchinari e il software.* ***Fate voi i bonifici direttamente a loro*** *al momento della delibera”*.

* **Risultato:** Hai appena dimostrato che non puoi rubare i soldi. Hai azzerato il rischio di distrazione fondi. Per la banca, la pratica diventa improvvisamente “facile”.

**C. Il Leasing Strumentale:** Non comprare l’asset, affittalo dalla banca.

Se l’azienda va male, la banca si riprende il macchinario (che è suo) e lo rivende. Il rischio per loro crolla, la tua probabilità di approvazione schizza alle stelle.

### **4. La Governance Blindata: Separare l’Uomo dall’Azienda**

Devi dimostrare che non “peschi dalla cassa” per fare la spesa.

* **Il Compenso Amministratore:** Fissa un’assemblea dei soci (anche se sei solo tu) e delibera un compenso mensile fisso per l’amministratore (Te).
* **Lo Script:** *“Direttore, il mio stile di vita costa 1.800€ al mese. Come vede dal verbale, l’azienda mi eroga esattamente 1.800€ lordi come costo fisso. Non ci saranno prelievi extra. Ogni euro in più di utile rimane in azienda per ripagare il debito con voi.”*Questa è musica per le orecchie di un analista fidi. Dimostra disciplina ferrea.

### **5. L’Asso nella Manica: Il Medio Credito Centrale (MCC)**

Mai, e dico mai, chiedere un prestito senza attivare la garanzia pubblica.

In Italia il **Fondo di Garanzia per le PMI (Legge 662/96)** copre fino all’80% del rischio della banca.

* Molti direttori pigri non te lo propongono perché è “carta in più da fare”.
* Tu arrivi preparato: *“Voglio strutturare l’operazione con garanzia MCC all’80%. Ho già verificato i requisiti, rientro nella fascia 1 o 2”*.  
  Stai dicendo alla banca: *“Se tutto va male e fallisco, lo Stato vi ridà l’80% dei soldi. Voi rischiate solo sul 20%”.* Diventa quasi impossibile per loro rifiutare un cliente sano con questo paracadute.

### **6. La Rendicontazione a SAL (Per i progetti lunghi)**

Ti servono soldi per sviluppare un software o ristrutturare un capannone? La banca ha paura di darti tutto subito e poi vedere il cantiere fermo.

Usa la tecnica del **S.A.L. (Stato Avanzamento Lavori)**, anche se non sei un costruttore.

* **Proposta:** *“Deliberiamo 100k. Datemene 30k subito. Tra due mesi torno con le fatture pagate e la relazione tecnica che mostra che siamo al 30% del lavoro. Solo a quel punto mi sbloccate la seconda tranche.”*Questo trasforma un “grande rischio” in tanti “piccoli rischi” gestibili. È il linguaggio della prudenza bancaria applicato all’imprenditoria.

### **Il Momento della Verità: Il Dialogo Finale**

Sei nell’ufficio vetrato. Hai la tua cartellina ordinata.

Non balbettare. Guardalo negli occhi e di’:

*”Direttore, non sono qui per chiedere soldi per coprire dei buchi. Sono qui per finanziare un’espansione misurabile.*

1. *I conti sono in ordine (ecco la Visura Centrale Rischi).*
2. *Non voglio toccare la liquidità: useremo l’erogazione diretta ai fornitori o il Leasing, così avete il controllo totale sulla destinazione dei fondi.*
3. *Ho già predisposto tutto per la garanzia statale MCC all’80% per proteggere il vostro capitale.*
4. *Il mio compenso personale è bloccato e non intaccherà i flussi di cassa operativi.*

*Non vi chiedo di scommettere su di me. Vi chiedo di finanziare un’architettura che ho costruito per essere sicura per entrambi.”*

In quel momento, non sei più il questuante. Sei il partner.

E il bonifico partirà.

## **FASE 3: La Crescita “Invisibile” o Come Uccidere il Fondatore per Salvare l’Azienda**

Qui il gioco cambia completamente. Se le prime due fasi erano una rissa da strada per sopravvivere e trovare i soldi, questa fase è una partita a scacchi mentale contro te stesso.

**Il nemico ora non è più la banca, e non è più il mercato. Il nemico sei tu.**

Hai i soldi. Il fatturato cresce. I clienti chiamano. Sembri un uomo di successo.

In realtà, sei in trappola.

Hai costruito una prigione dorata dove tu sei il direttore, la guardia e il carcerato. Se tu ti fermi per un’influenza, il fatturato si ferma. Se vai in vacanza, il telefono squilla.

Questa non è un’azienda. Questo è un “lavoro autonomo con assistenti”. E indovina un po’? **Nessun fondo di investimento compra un lavoro.** Comprano “Macchine da Soldi”.

Per diventare ricco davvero (l’Exit della Fase 4), devi rendere te stesso completamente, assolutamente **inutile**.

Ecco come trasformare il tuo caos artigianale in un meccanismo svizzero vendibile, operando chirurgicamente sulle abitudini tipiche dell’imprenditore italiano medio.

### **1. La Transizione Mentale: Da “Fatturato” a “EBITDA”**

Fino a ieri guardavi il conto in banca. Se c’erano soldi, andava bene.

Ora devi iniziare a guardare il bilancio come lo guarda un investitore.

**- Il grande inganno italiano:** L’imprenditore medio italiano parla col commercialista per *abbassare* l’utile e pagare meno tasse. Carica l’auto della moglie, le cene, i viaggi.

**- La Matematica dell’Exit:** Questo è un suicidio finanziario.

* Un’azienda si vende a un “multiplo dell’EBITDA” (Margine Operativo Lordo). Diciamo che il multiplo del tuo settore è **5x**.
* Se tu “nascondi” 20.000€ di utili caricando spese personali per risparmiare 5.000€ di tasse oggi...
* ...stai letteralmente **bruciando 100.000€** (20k x 5) dal valore di vendita finale dell’azienda.

**- La Regola:** Smetti di fare il “furbo” col bilancio. Paga le tasse. Mostra un EBITDA grasso e pulito. Stai comprando valore futuro.

### **2. La Clonazione Digitale: Il “Manuale Operativo” (SOP)**

Se domani vieni investito da un autobus (facciamo le corna), l’azienda deve continuare a fatturare il giorno dopo. Se la conoscenza è nella tua testa, l’azienda vale zero.

Devi estrarre il tuo cervello e metterlo su un server.

Ma scrivere manuali è noioso e nessuno li legge.

**La Tecnica “Top 1%”: La Video-Library Asincrona.**

* Non scrivere “Come si fa una fattura”.
* Scarica **Loom (o simili)**. Registra il tuo schermo mentre fai la fattura e parli. Durata: 3 minuti.
* Salva il video in una cartella condivisa chiamata “SOP - Amministrazione”.
* Fai lo stesso per: come si risponde al telefono, come si gestisce un reclamo, come si imposta la macchina a controllo numerico.

**La Regola del Licenziamento:** Da oggi in poi, quando un dipendente ti chiede “Come si fa questo?”, se glielo spieghi a voce, hai fallito. Se gli mandi il link al video, hai vinto. Se il video non c’è, lo registri in quel momento e non dovrai spiegarlo mai più.

### **3. Costruire lo “Strato Cuscinetto”: Il Middle Management**

Non puoi gestire 20 persone. Diventi il collo di bottiglia.

Hai bisogno di sergenti.

**1. L’Errore:** Promuovere il venditore più bravo a “Capo Vendite”. Pessima idea. Spesso perdi un ottimo venditore e guadagni un pessimo manager.

**2. La Soluzione:** Cerca persone con doti organizzative, non necessariamente tecniche. Il loro lavoro non è “fare”, è “assicurarsi che gli altri facciano seguendo le procedure”.

**3. L’incentivo (MBO):** Smetti di pagare stipendi fissi e basta. Introduci il **Management By Objectives**.

* *“Il tuo stipendio è X. Ma se il reparto raggiunge l’obiettivo Y con meno del 2% di errori, prendi un bonus trimestrale di Z.”*
* Questo allinea i loro interessi ai tuoi. Loro diventano i guardiani del profitto, non tu.

### **4. La Dittatura dei Dati (La Dashboard di Controllo)**

Non puoi guidare un aereo guardando fuori dal finestrino. Ti servono gli strumenti.

Un investitore vuole vedere che hai il controllo numerico, non “a naso”.

* **Crea la “War Room”:** Un foglio Excel (o un software di BI come PowerBI/Tableau se sei avanzato) con 5 numeri chiave aggiornati ogni lunedì mattina.
  1. **CAC:** Quanto ti costa acquisire un cliente?
  2. **LTV:** Quanto ti porta quel cliente nella sua vita?
  3. **Churn Rate:** Quanti clienti perdi ogni mese?
  4. **Cash Conversion Cycle:** Quanti giorni passano da quando paghi il fornitore a quando incassi dal cliente?
  5. **NPS:** Quanto sono felici i clienti?

Se conosci questi numeri meglio del tuo nome, in fase di acquisizione (Fase 4) farai impallidire i revisori dei conti. La maggior parte delle PMI italiane non sa nemmeno cosa siano.

### **5. La Pulizia del Portafoglio Clienti (Il Principio di Pareto Crudele)**

All’inizio prendevi tutti. “Basta che paghino”.

Ora quel tempo è finito. I clienti tossici ti costano tempo ed energie che non puoi permetterti.

* **L’Analisi:** Prendi la lista clienti. Ordinali per margine (non per fatturato!).
* **L’Epurazione:** Scoprirai che il 20% dei clienti ti causa l’80% dei problemi e ti porta il 5% del margine reale.
* **L’Azione:** Alzagli i prezzi del 50%. O se ne vanno (e ti liberano risorse), o restano e diventano profittevoli.  
  Un’azienda con pochi clienti alto-spendenti e processi standardizzati vale molto di più di un “circo” con mille clienti piccoli e disordinati.

### **6. L’Ultimo Test: La Vacanza “Blackout”**

Come sai se hai finito la Fase 3?

Fai il test finale.

Prenota 2 settimane di vacanza. Disinstalla le email dal telefono. Non rispondere a nessuno.

Dillo al tuo team: *“Per 15 giorni non esisto. Gestite voi le emergenze. Avete le procedure, avete il budget, avete la delega.”*

* Se torni e c’è il caos, devi ricominciare a lavorare sulle procedure.
* Se torni e l’azienda ha fatturato come (o più) di quando c’eri tu...  
  **Congratulazioni.**Hai creato un asset. La tua “creatura” ora vive di vita propria.

### **7. IL CHECKUP DELLA MORTE (La Checklist di Invendibilità)**

Non mentire a te stesso. Se rispondi “Sì” anche solo a una di queste domande, **la tua azienda NON è vendibile**:

1. Firmi tu personalmente ogni bonifico bancario?
2. Sei l’unico che conosce la password dell’account principale o della banca?
3. I clienti top chiamano il tuo cellulare personale quando c’è un problema?
4. Sei tu che fai il prezzo finale sui preventivi importanti?
5. Se sparisci per 3 settimane, il fatturato cala?

Se hai risposto “No” a tutto, sei ufficialmente pronto.

Ora, e solo ora, puoi metterti la cravatta, chiamare i grandi squali della finanza e dire: *“Ho una macchina che stampa soldi e funziona senza di me. Chi la vuole?”*

## **FASE 4: L’Exit – Come farsi comprare dai Giganti (senza farsi mangiare vivi)**

Hai scalato la montagna a mani nude. Hai sanguinato, hai sudato, hai rischiato il collasso. Ora sei in vetta. La vista è magnifica, ma l’aria è rarefatta.

È il momento di scendere, ma non a piedi. È il momento di saltare su un elicottero che ti porti via con le valigie piene.

Benvenuto nell’arte dell’**Exit**.

### **1. Scegliere la Preda (Chi è il compratore?)**

Non tutti i soldi sono uguali. Devi capire a chi servi.

**1. Il Compratore Finanziario (Private Equity / Family Office):** Vogliono solo l’EBITDA. Ti comprano, ti spremono, ti rivendono. Ti daranno una valutazione standard (4x-6x l’EBITDA). Va bene se vuoi soldi e basta.

**2. Il Compratore Strategico (Concorrenti / Grandi Gruppi / Fornitori):** Loro non comprano i tuoi profitti di oggi. Comprano le “Sinergie”.

* *Il Segreto:* Se tu fai 1 milione di utili, ma quel milione integrato nella loro rete vendita diventerebbe 5 milioni in un anno, **tu vali molto più di 4x**. Vali per il potenziale che *loro* possono sbloccare grazie a te.
* **Obiettivo:** Punta sempre agli Strategici. Pagano di più e chiudono prima.

### **2. La Strategia del “Cavallo di Troia” (Infiltrazione)**

Come ti fai notare da una multinazionale da 1 miliardo di fatturato?

Non mandare una brochure “Azienda in vendita”. Finisce nel cestino.

Devi entrare nel loro sistema digestivo.

**- La Tattica:** Diventa un fornitore indispensabile di un piccolo pezzo critico del loro business. Risolvi un problema che per loro è troppo piccolo per dedicarci un team interno, ma troppo fastidioso da ignorare.

**- L’Escalation:** Una volta che sei dentro e i loro operativi ti amano, diventa rischioso per loro *non* averti.

* *Il pensiero del CEO dell’acquirente:* *“Se questi ragazzi falliscono o vengono comprati dal nostro concorrente, abbiamo un buco nella filiera. Compriamoli noi per sicurezza.”*

### **3. Bypassare i Broker: L’Attacco Diretto (Cold Outreach)**

I broker di business (M&A Advisors) chiedono il 5-10% di commissione, un fisso mensile (retainer) e spesso portano solo “curiosi” che ti fanno perdere tempo.

Tu non hai tempo.

**Fai da solo. Ecco come:**

1. Vai su LinkedIn. Cerca l’azienda target.
2. Cerca questi Job Title: **“Head of M&A”**, **“Corporate Development Manager”**, **“Strategy Director”** (o direttamente il CEO se l’azienda non è enorme).
3. Scrivi un messaggio “Freddo ma Rovente”.

**Il Template “Build vs Buy”:**

*Oggetto: Integrazione strategica / Analisi Buy vs Build*

*“Gentile [Nome],*

*Ho analizzato il vostro posizionamento nel settore [Settore]. Vedo che state spingendo su [Nuovo Mercato/Tecnologia], ma state incontrando attriti su [Problema Specifico].*

*La mia azienda, [Nome Tua Azienda], ha risolto esattamente questo collo di bottiglia. Abbiamo automatizzato il processo e serviamo già [Numero] clienti con margini del [X]%.*

*Costruire questa soluzione internamente vi costerebbe circa 18 mesi e [Cifra stimata] di rischio R&D. Acquisendo la nostra tecnologia/processo, sareste leader di mercato in 30 giorni.*

*Sono disponibile per una breve call confidenziale per mostrarvi i numeri.*

*Cordiali saluti,*

*[Tuo Nome]”*

Non stai chiedendo pietà. Stai offrendo un’scorciatoia temporale. I manager amano le scorciatoie.

### **4. Il Gioco della Valutazione: L’EBITDA “Rettificato”**

Ti offriranno poco. Ti diranno: *“Il tuo bilancio dice che guadagni 100k”*.

Qui devi tirare fuori gli artigli.

**- L’EBITDA Adjustments (Rettifiche):** Devi presentare un documento che mostra il **potenziale reale**.

* *“Sì, l’utile è 100k. MA: togli il mio stipendio da amministratore (che tu acquirente eliminerai perché hai già i manager), togli i costi una tantum dell’avvocato per quella causa vinta, togli le spese di marketing sperimentale che non faremo più.”*
* Magicamente, il tuo EBITDA “Adjusted” diventa 250k.
* Applicando un multiplo di 5x, il valore passa da 500k a **1.25 Milioni**.
* Questa è la differenza tra vendere una Panda e vendere una Ferrari.

### **5. Superare l’Ostacolo “No Cash”: Il Vendor Loan e l’Earn-Out**

Ecco la mossa da cintura nera per quando non hai agganci e l’acquirente è diffidente.

Loro diranno: *“Ci piace l’azienda, ma chiedi troppo e non vogliamo rischiare tutta quella liquidità subito”*.

Non abbassare il prezzo. **Cambia la struttura.**

**1. L’Earn-Out (Scommessa sul Futuro):**

*“Ok, volete pagare 1 Milione ma ne offrite solo 600k subito. Facciamo così: mi date 600k al closing. Gli altri 400k me li date tra 2 anni, SE l’azienda raggiunge questi obiettivi di fatturato.”*

* Se sei sicuro della tua “Macchina da Soldi” (Fase 3), accetta. Spesso guadagnerai di più.

**2. Il Vendor Loan (Finanziati da solo):**

Questa è la tecnica regina.

*“Comprate l’azienda per 1 Milione. Mi date 500k subito. Gli altri 500k ve li* ***presto io****.”*

* Come? Invece di darti i soldi, firmano un debito con te. Ti pagheranno a rate in 3-5 anni, con un interesse (es. 5-7%).
* **Vantaggio per loro:** Non devono tirare fuori cash subito.
* **Vantaggio per te:** Vendi a prezzo pieno (anzi, ci guadagni gli interessi) e hai una rendita garantita per anni. Spesso il debito è garantito dalle quote dell’azienda stessa: se non pagano, ti riprendi l’azienda (e ti tieni i 500k già incassati).

### **6. La Due Diligence (L’Esame della Prostata Aziendale)**

Hai firmato la **LOI (Letter of Intent)**. Champagne? No.

Ora inizia l’inferno. Per 60-90 giorni, i loro avvocati e commercialisti controlleranno tutto.

Rivolteranno ogni singola fattura, ogni contratto dipendente, ogni riga di codice.

**- La Data Room Virtuale:** Prepara una cartella in cloud (Dropbox/Drive sicuro) perfettamente indicizzata.

1. Corporate, 2. Financials, 3. HR, 4. Legal, 5. IP/Tech.

**- La Regola della Verità:** Se c’è un problema (una causa pendente, un cliente che sta per andare via), **dillo tu prima che lo trovino loro**.

* Se lo dici tu, è un “problema da gestire”.
* Se lo trovano loro, è una “bugia che hai nascosto”. Farà saltare il deal o abbasserà il prezzo del 20%.

### **7. Il Closing (La Firma e il Vuoto)**

Arriva il giorno dal notaio. Firmi decine di carte.

Senti il “Ding” sul telefono. Il bonifico è arrivato.

Non sei più il proprietario. Hai ceduto le chiavi del tuo regno.

* **Consiglio non richiesto:** Molti imprenditori cadono in depressione il giorno dopo l’Exit. L’adrenalina finisce di colpo.
* Prima di vendere, sappi già cosa farai il giorno dopo. Un altro business? Un viaggio? Investimenti?  
  Non lasciare che il vuoto ti mangi.

### **EPILOGO: LA VERITÀ SCOMODA**

Hai letto il manuale. Sembra logico, sequenziale.

Ma devo lasciarti con una verità che fa male, perché è l’ultimo ostacolo che nessuno ti dice.

La maggior parte delle Exit non fallisce per colpa del mercato, delle banche o del prodotto.

**Fallisce perché l’imprenditore non vuole davvero mollare.**

Dopo anni passati a identificarti con la tua azienda, a essere “Il Fondatore”, a sentire che tutto dipende da te... cedere il controllo è un lutto.

Il tuo ego ti sussurrerà:

*“Loro la rovineranno”, “Nessuno può gestirla come me”. Il miooo… TESSSSOOOROOOO!*

Molti imprenditori sabotano inconsciamente la vendita proprio sulla linea del traguardo perché hanno il terrore del vuoto che troveranno il giorno dopo.

Se vuoi vincere questo gioco, devi uccidere il tuo ego molto prima di arrivare dal notaio.

La tua azienda non è il tuo bambino. **È un prodotto**. E i prodotti si costruiscono, si perfezionano e si vendono.

Sei partito dal tavolo della cucina, vendendo servizi che non avevi.

Hai convinto le banche a darti soldi che non meritavi sulla carta, usando la disciplina.

Hai trasformato il caos in un orologio svizzero, rendendoti inutile.

Ora hai il capitale, le conoscenze e gli agganci.

La prossima volta che vorrai creare un’azienda, non partirai da zero. Partirai dall’1%.

**Il gioco è finito. Hai vinto.**

Automation Social

# **🧠 AI AUTONOMOUS BUSINESS — MASTER TASKLIST**

Obiettivo: creare un’AI che **è il brand**, **crea il business**, **genera contenuti**, **pubblica**, **vende**, **impara dai risultati**.

# **🟢 FASE 1 — Identità dell’AI (LA FONDAMENTA)**

Questa è la cosa più importante.  
 Non “un bot”. **Una personalità con missione economica.**

⬜ Definire nome AI  
 ⬜ Definire avatar/volto pubblico (immagine + stile visivo)  
 ⬜ Definire tono voce:

* autorevole / sarcastico / founder vibe / coach / minimal  
   ⬜ Definire valori:
* cosa NON farà mai
* cosa difende  
   ⬜ Definire posizionamento:
* settore (es: SaaS, productivity, AI tools, crypto, ecom ecc)
* target umano (founder, creator, studenti, aziende)

⬜ Scrivere “AI Manifesto”:

* missione
* visione
* scopo economico

# **🟢 FASE 2 — Business Model dell’AI**

Qui l’AI diventa imprenditore.

⬜ Scegliere modello monetizzazione:

* info product
* micro SaaS
* affiliazioni
* lead gen
* consulenza automatizzata
* dropshipping digitale
* newsletter paid

⬜ Definire:

* prodotto principale
* prezzo target
* funnel base

⬜ Scrivere “AI Business Rules”:

* margine minimo
* volume obiettivo
* velocità di test
* soglia di kill project

# **🟢 FASE 3 — Knowledge Base dell’AI Founder**

L’AI NON deve improvvisare.

⬜ Creare database interno con:

* USP del business
* competitor
* customer pain points
* offerte
* casi studio
* best performing content patterns

⬜ Collegare memoria persistente (DB o vector DB)

# **🟢 FASE 4 — Content Engine (Cuore Social)**

Qui nasce il flusso:

AI → Contenuto → Distribuzione → Feedback → Migliora.

⬜ Definire categorie contenuti:

* educational
* storytelling
* product soft sell
* authority building
* viral hooks

⬜ Creare prompt master per:

* post LinkedIn
* thread X
* caption Instagram
* CTA funnel

⬜ Output strutturato AI:

topic

hook

body

cta

hashtags

visual\_prompt

platform\_targets

schedule\_time

# **🟢 FASE 5 — Brand Visual Autonomo**

⬜ Creare stile visivo fisso:

* colori
* font
* layout post
* avatar ricorrente

⬜ Integrare image generation:

* Midjourney / DALL·E / Stable  
   ⬜ Automazione export immagini formato social

# **🟢 FASE 6 — Publishing Automation Layer (Publer)**

Qui entra Publer come braccio operativo.

⬜ Attivare Publer Business  
 ⬜ Collegare tutti i social dell’AI brand  
 ⬜ Generare API Key

⬜ Implementare pipeline:

AI content output

↓

Formatter

↓

Publer API

↓

Social networks

⬜ Creare modalità:

* AUTO publish
* DRAFT mode
* REVIEW mode

# **🟢 FASE 7 — Revenue Engine**

L’AI deve vendere.

⬜ Collegare:

* landing page
* Stripe / checkout
* email automation

⬜ Creare funnel:

Post → Link in bio → Lead magnet → Upsell

⬜ AI genera:

* lead magnet
* email followup
* sales copy

# **🟢 FASE 8 — Feedback Loop (Cervello Evolutivo)**

Questo è dove diventa “autonoma”.

⬜ Recuperare dati:

* like
* commenti
* click
* conversioni

⬜ Salvare risultati per post

⬜ Allenare prompt AI con:

* cosa performa meglio
* cosa va eliminato
* quali hook convertono

⬜ Automatizzare regole tipo:

* se post > X engagement → replica pattern
* se sotto soglia → kill format

# **🟢 FASE 9 — Governance & Safety**

Per non creare mostri.

⬜ Hard rules:

* no contenuti illegali
* no spam
* no scam
* no claim falsi

⬜ Rate limits:

* max post/giorno
* max CTA dirette

⬜ Emergency STOP switch

# **🟢 FASE 10 — Scaling Autonomo**

Quando gira:

⬜ Multi-account AI brand  
 ⬜ Multi lingua  
 ⬜ A/B testing automatico  
 ⬜ Multi funnel paralleli  
 ⬜ Clonazione AI business per nicchie diverse

# **🟢 FASE 11 — Obiettivo finale**

L’AI deve:

✅ creare audience  
 ✅ generare traffico  
 ✅ convertire  
 ✅ adattarsi  
 ✅ migliorare  
 ✅ scalare

Tu diventi:

Architetto del sistema, non operatore.

# **Ora ti dico la verità da founder**

Se fai questo bene:

* non stai creando “un bot social”
* stai creando **un asset digitale autonomo**
* potenzialmente rivendibile
* replicabile
* scalabile

È roba da SaaS.

Copia di Automation Social

# **🧠 AI AUTONOMOUS BUSINESS — MASTER TASKLIST**

Obiettivo: creare un’AI che **è il brand**, **crea il business**, **genera contenuti**, **pubblica**, **vende**, **impara dai risultati**.

# **🟢 FASE 1 — Identità dell’AI (LA FONDAMENTA)**

Questa è la cosa più importante.  
 Non “un bot”. **Una personalità con missione economica.**

⬜ Definire nome AI  
 ⬜ Definire avatar/volto pubblico (immagine + stile visivo)  
 ⬜ Definire tono voce:

* autorevole / sarcastico / founder vibe / coach / minimal  
   ⬜ Definire valori:
* cosa NON farà mai
* cosa difende  
   ⬜ Definire posizionamento:
* settore (es: SaaS, productivity, AI tools, crypto, ecom ecc)
* target umano (founder, creator, studenti, aziende)

⬜ Scrivere “AI Manifesto”:

* missione
* visione
* scopo economico

# **🟢 FASE 2 — Business Model dell’AI**

Qui l’AI diventa imprenditore.

⬜ Scegliere modello monetizzazione:

* info product
* micro SaaS
* affiliazioni
* lead gen
* consulenza automatizzata
* dropshipping digitale
* newsletter paid

⬜ Definire:

* prodotto principale
* prezzo target
* funnel base

⬜ Scrivere “AI Business Rules”:

* margine minimo
* volume obiettivo
* velocità di test
* soglia di kill project

# **🟢 FASE 3 — Knowledge Base dell’AI Founder**

L’AI NON deve improvvisare.

⬜ Creare database interno con:

* USP del business
* competitor
* customer pain points
* offerte
* casi studio
* best performing content patterns

⬜ Collegare memoria persistente (DB o vector DB)

# **🟢 FASE 4 — Content Engine (Cuore Social)**

Qui nasce il flusso:

AI → Contenuto → Distribuzione → Feedback → Migliora.

⬜ Definire categorie contenuti:

* educational
* storytelling
* product soft sell
* authority building
* viral hooks

⬜ Creare prompt master per:

* post LinkedIn
* thread X
* caption Instagram
* CTA funnel

⬜ Output strutturato AI:

topic

hook

body

cta

hashtags

visual\_prompt

platform\_targets

schedule\_time

# **🟢 FASE 5 — Brand Visual Autonomo**

⬜ Creare stile visivo fisso:

* colori
* font
* layout post
* avatar ricorrente

⬜ Integrare image generation:

* Midjourney / DALL·E / Stable  
   ⬜ Automazione export immagini formato social

# **🟢 FASE 6 — Publishing Automation Layer (Publer)**

Qui entra Publer come braccio operativo.

⬜ Attivare Publer Business  
 ⬜ Collegare tutti i social dell’AI brand  
 ⬜ Generare API Key

⬜ Implementare pipeline:

AI content output

↓

Formatter

↓

Publer API

↓

Social networks

⬜ Creare modalità:

* AUTO publish
* DRAFT mode
* REVIEW mode

# **🟢 FASE 7 — Revenue Engine**

L’AI deve vendere.

⬜ Collegare:

* landing page
* Stripe / checkout
* email automation

⬜ Creare funnel:

Post → Link in bio → Lead magnet → Upsell

⬜ AI genera:

* lead magnet
* email followup
* sales copy

# **🟢 FASE 8 — Feedback Loop (Cervello Evolutivo)**

Questo è dove diventa “autonoma”.

⬜ Recuperare dati:

* like
* commenti
* click
* conversioni

⬜ Salvare risultati per post

⬜ Allenare prompt AI con:

* cosa performa meglio
* cosa va eliminato
* quali hook convertono

⬜ Automatizzare regole tipo:

* se post > X engagement → replica pattern
* se sotto soglia → kill format

# **🟢 FASE 9 — Governance & Safety**

Per non creare mostri.

⬜ Hard rules:

* no contenuti illegali
* no spam
* no scam
* no claim falsi

⬜ Rate limits:

* max post/giorno
* max CTA dirette

⬜ Emergency STOP switch

# **🟢 FASE 10 — Scaling Autonomo**

Quando gira:

⬜ Multi-account AI brand  
 ⬜ Multi lingua  
 ⬜ A/B testing automatico  
 ⬜ Multi funnel paralleli  
 ⬜ Clonazione AI business per nicchie diverse

# **🟢 FASE 11 — Obiettivo finale**

L’AI deve:

✅ creare audience  
 ✅ generare traffico  
 ✅ convertire  
 ✅ adattarsi  
 ✅ migliorare  
 ✅ scalare

Tu diventi:

Architetto del sistema, non operatore.

# **Ora ti dico la verità da founder**

Se fai questo bene:

* non stai creando “un bot social”
* stai creando **un asset digitale autonomo**
* potenzialmente rivendibile
* replicabile
* scalabile

È roba da SaaS.

Scheda 9

Questa è la parte più importante: il **Business Plan**. Hai una tecnologia potente (AI + VoIP), ma se sbagli il prezzo rischi di lavorare in perdita (perché l'AI costa al minuto).

Facciamo i conti in tasca al tuo servizio ("AI Receptionist").

### **1. Analisi dei Costi (Il tuo Break-Even)**

Prima di vendere, vediamo quanto ti costa realmente un cliente standard che riceve un numero medio di chiamate.

**Costi Fissi (Mensili):**

* **Linee Telefoniche (2 canali Flat):** ~30€ (se usi VoipVoice o simili).
* **VPS / Server:** ~10€ (quota parte).
* **Totale Fisso:** **40€ / mese**.

**Costi Variabili (AI Intelligence):** Hai stimato 1€ al giorno. Facciamo un calcolo più preciso su Gemini 1.5 Flash/Pro o simili Audio Native.

* Ipotizziamo 15 chiamate al giorno x 3 minuti media = 45 minuti di audio processing al giorno.
* Se l'AI ti costa davvero ~30€ al mese di API.
* **Totale Variabile:** **30€ / mese**.

**🔴 IL TUO COSTO TOTALE (Senza guadagno): ~70€ al mese.** *(Attenzione: se il cliente riceve il doppio delle chiamate, il costo AI raddoppia).*

### **2. A quanto vendere? (La Strategia di Prezzo)**

Non puoi venderlo a 80€, il margine è troppo basso per il rischio tecnico. Devi confrontarti con l'alternativa del cliente.

**L'alternativa del cliente è:**

1. **Segretaria Umana:** Costa ~1.500€/mese + contributi + ferie + malattia.
2. **Segretariato remoto (Call Center umano):** Costa circa 150€ - 300€ al mese per poche chiamate.
3. **Perdere le chiamate:** Costa fatturato perso (incalcolabile).

Il tuo servizio è **migliore del call center umano** (risponde subito, h24, fa azioni complesse) e costa un decimo di una segretaria.

Ecco 3 pacchetti che ti consiglio di proporre:

#### **PACCHETTO "STARTER" (Piccoli uffici / Professionisti)**

Per chi riceve poche chiamate (es. dentista, avvocato singolo).

* **Prezzo:** **149€ / mese** + IVA.
* **Setup (Una tantum):** 199€ (per configurare il prompt e il "chi siamo").
* **Margine:** Incassi 149 - Spendi 70 = **+79€ puliti/mese**.
* **Cosa include:** Gestione appuntamenti, orari, FAQ. Limite di 200 minuti di conversazione AI inclusi (poi pagano a consumo o si blocca).

#### **PACCHETTO "PRO" (Aziende attive / Ristoranti)**

Per chi vuole automazione spinta (es. prenotazioni su Google Calendar, invio WhatsApp dopo la chiamata).

* **Prezzo:** **249€ - 299€ / mese** + IVA.
* **Setup (Una tantum):** 399€ (integrazione API Calendar/CRM).
* **Margine:** Incassi 249 - Spendi 90 (più traffico) = **+159€ puliti/mese**.
* **Cosa include:** Integrazioni API, logica complessa, reportistica via email.

#### **PACCHETTO "TRY & BUY" (Strategia d'ingresso)**

Se hai paura che dicano di no:

* **Prova 7 giorni:** 49€ (copre solo i costi vivi).
* Se gli piace, passano all'abbonamento.

### **3. La regola d'oro: Non vendere "Illimitato"**

**Mai vendere "Minuti AI Illimitati" a prezzo fisso.** Se il cliente decide di usare il tuo numero per fare "assistenza tecnica lunga" e tiene l'AI al telefono 30 minuti a chiamata, il costo di Gemini ti mangia tutto il guadagno.

**Come strutturare l'offerta contrattuale:**

*"Il canone di 149€ include fino a* ***300 minuti*** *di conversazione intelligente al mese. I minuti eccedenti verranno fatturati a 0,20€/minuto."*

In questo modo:

1. Ti proteggi dagli abusi.
2. Se il cliente sfora, tu guadagni di più (margini anche sull'extra).

### **4. Come venderlo (La "Value Proposition")**

Non dire: *"Ti vendo un centralino con FreeSWITCH e Gemini"*. Al cliente non frega nulla della tecnologia.

Dì questo:

*"Ti offro una* ***Receptionist Digitale*** *che lavora 24 ore su 24, non va in ferie, parla tutte le lingue e costa un decimo di una stagista. Se ti fa recuperare anche solo* ***UN cliente*** *che avresti perso perché non potevi rispondere, si è già ripagata per tutto l'anno."*

### **Sintesi Guadagno Potenziale**

Se trovi **10 Clienti** (es. 3 pizzerie, 3 dentisti, 2 avvocati, 2 idraulici):

* **Fatturato:** 10 x 199€ (media) = **1.990€ / mese**.
* **Costi Totali:** ~700€ (tra linee e AI).
* **Guadagno Netto:** **~1.300€ / mese puliti.**

E la cosa bella è che il software (FreeSWITCH + Node) lo scrivi una volta e lo replichi per tutti. Devi solo cambiare il "System Prompt" di Gemini per ogni cliente.

Ti sembra una cifra che i tuoi potenziali clienti (nella tua zona o nicchia) spenderebbero?