

## W4U – l'applicazione che scrive per te

### Sommario

Introduzione: Descrizione del progetto, caratteristiche e funzionalità di W4U	1
1. Architettura informativa della piattaforma	3
1.1 Obiettivo del capitolo	3
1.2 Macro-aree della piattaforma	3
1.2.1 Sito pubblico	3
1.2.2 Area riservata	4
1.3 Architettura delle pagine: mappa funzionale	4
1.3.1 Mappa del sito pubblico	4
1.3.2 Mappa dell'area riservata	5
1.4 Oggetti principali del sistema	5
1.4.1 Utente	6
1.4.2 Amministratore	6
1.4.3 Modulo	7
1.4.3 Progetto libro	8
1.5 Stati del progetto libro	8
1.6 Regole di navigazione e accesso	9
1.6.1 Regole generali	9
1.6.2 Regole di continuità	10
1.6.3 Regole sulle azioni irreversibili	10
1.7 Elementi trasversali da prevedere	10
1.7.1 Sistema di appendici	10
1.7.2 "Segnaposto pubblicitario" nella sezione download	10
2. Pagine pubbliche a funnel	10
2.1 Obiettivo del capitolo	11
2.2 Tipologie di utenti che arrivano sul sito	11
2.3 Obiettivi comunicativi del funnel	11
2.4 Mappa delle pagine pubbliche consigliate	12
2.5 Home: struttura ideale e micro-obiettivi	12
2.5.1 Hero iniziale	12
2.5.2 Sezione "Il percorso in 6 passaggi"	13
	1

2.5.3 Sezione “Cosa rende W4U diverso”	13
2.5.4 Sezione “Pricing” anticipata	13
2.5.5 Esempi rapidi	13
2.5.6 FAQ essenziali in home	14
2.5.7 CTA finale	14
2.6 Pagina “Come funziona”	14
2.7 Pagina “Prezzi”	14
2.8 Pagina “Esempi e casi d’uso”	15
2.9 FAQ: le domande che evitano i rimborsi	16
2.10 Call to action e continuità del funnel	16
3. Registrazione, login, recupero password, primo accesso	17
3.1 Obiettivo del capitolo	17
3.2 Regole generali del sistema di accesso	17
3.3 Registrazione	17
3.3.1 Obiettivo della registrazione	17
3.3.2 Dati richiesti in registrazione	17
3.3.3 Conferma email	18
3.4 Login	18
3.4.1 Comportamento atteso	18
3.4.2 Errori login: gestione senza frustrazione	18
3.5 Recupero password	19
3.5.1 Flusso standard	19
3.5.2 Scenari da prevedere	19
3.6 Primo accesso: onboarding e orientamento	19
3.6.1 Obiettivo del primo accesso	19
3.9 Casi limite e scenari critici da prevedere	21
3.9.1 Utente che si registra e poi non entra mai	21
3.9.2 Utente che si registra con email errata	21
3.9.3 Utente che entra ma non capisce cosa fare	21
3.9.4 Utente che torna dopo mesi	22
4. Area riservata e libreria personale	22
4.1 Obiettivo del capitolo	22
4.2 Struttura dell’area riservata	22
4.3 Dashboard: il “prossimo passo” sempre evidente	23

4.3.1 Funzione della dashboard	23
4.3.2 Stati utente e comportamento della dashboard	23
4.3.3 Elementi consigliati in dashboard	24
4.4 Libreria personale: lista libri/progetti	24
4.4.1 Funzione della libreria	24
4.4.2 Stati visibili in libreria	24
4.4.3 Azioni possibili per ogni libro	25
4.5 Pagina dettaglio libro: il “workspace” del progetto	25
4.5.1 Funzione della pagina	25
4.5.2 Struttura consigliata del workspace	25
4.7 Scenari critici da prevedere nella libreria e area riservata	26
4.7.1 Progetto abbandonato	26
4.7.2 Utente che vuole “resettare”	26
4.8 Supporto integrato nell’area riservata	27
5. Catalogo moduli	27
5.1 Obiettivo del capitolo	27
5.2 Definizione di “modulo” in W4U	28
5.3 Posizionamento del catalogo nell’esperienza utente	28
5.3.1 Dove si trova	28
5.3.2 Quando viene mostrato	28
5.4 Struttura della pagina catalogo	29
5.4.1 Layout consigliato	29
5.4.2 Informazioni minime per card modulo	29
5.5 Stati del modulo: definizione e comportamento	29
5.5.1 Modulo attivo	29
5.5.3 Modulo disattivato o in manutenzione	30
5.6 Esperienza “istruzioni prima di iniziare”	30
5.7 Relazione tra modulo e progetto	31
5.8 Strategie di crescita del catalogo senza rifare tutto	31
6. Modulo “Scrivi libri”	31
6.1 Obiettivo	31
6.2 Entrata nel modulo: da dove si parte	32
6.3 Schermata iniziale del modulo: “Crea un nuovo libro”	32
6.4 Creazione progetto libro: impostazioni minime prima del pagamento	32

6.5 Pagamento prima delle domande	33
6.6 Dopo il pagamento: schermata “Prima di iniziare”	33
6.7 Questionario guidato: domande singole e risposte bloccate	34
6.7.1 Struttura del questionario	34
6.7.3 Domande tipiche che il sistema deve coprire	34
6.8 Fine questionario: riepilogo e unica finestra di modifica	35
6.8.1 Schermata riepilogo	35
6.9 Generazione dell’indice	35
6.9.1 Presentazione dell’indice	35
6.9.2 Gestione delle modifiche all’indice	36
6.10 Proposta dei titoli del libro	36
6.11 Scrittura dei capitoli uno alla volta	36
6.11.1 Principio	36
6.11.2 Schermata capitolo	37
6.12 Fine contenuti: impaginazione	37
6.14 Copertina	37
6.15 Consegna: download e salvataggio in libreria	38
7. Prezzo a pagine, checkout e regole commerciali	39
7.1 Obiettivo del capitolo	39
7.2 Regole base del pricing a pagine	39
7.2.1 Vincoli e scaglioni	39
7.3 Selettore pagine: esperienza utente	40
7.3.1 Layout consigliato	40
7.5 Checkout: flusso completo	41
7.5.1 Step del checkout	41
7.7 Arrotondamenti	42
7.8 Conteggio pagine durante il processo: esperienza utente	43
8. Flusso AI guidato	43
8.1 Obiettivo del capitolo	43
8.2 Principi di progettazione del flusso domande	44
8.2.1 Una domanda alla volta: regola e motivazione	44
8.2.2 Domande brevi, spiegazioni chiare	44
8.2.3 Progress bar e percezione di controllo	44
8.3 Interfaccia: chat o wizard	45

8.3.1 Formato chat	45
8.3.2 Formato wizard	45
8.4 Tipologie di domande e informazioni da raccogliere	45
8.4.1 Obiettivo del libro	46
8.4.2 Target e livello	46
8.4.3 Tono di voce e stile	46
8.4.4 Struttura e formati interni	46
8.4.5 Elemento distintivo dell'autore (facoltativo)	47
8.5 Controllo qualità delle risposte: evitare risposte povere	47
8.5.1 Il problema delle risposte "troppo corte"	47
8.7 Regola del primo round "bloccato" e percezione dell'utente	49
8.8 Salvataggio e ripresa del questionario	49
8.9 Anticipazione degli scenari critici della fase domande	49
8.9.1 Utente fornisce informazioni contraddittorie	49
9. Riepilogo e unica finestra modifiche	50
9.1 Obiettivo del capitolo	50
9.2 Perché serve il riepilogo	51
9.3 Struttura della pagina riepilogo	51
9.3.1 Caratteristiche indispensabili	51
9.3.2 Layout consigliato	51
9.4 Sezioni del riepilogo: quali blocchi mostrare	52
9.5 Modalità di modifica: una sola finestra ma davvero utile	52
9.7 Conferma definitiva: meccanismo forte e inattaccabile	54
9.7.1 Checkpoint obbligatorio	54
9.8 Scenari critici e gestione	54
9.8.1 Utente lascia risposte troppo vaghe	54
9.8.2 Utente inserisce contenuti incoerenti	54
9.8.4 Timeout o perdita connessione	55
9.9 Cosa succede dopo la conferma	55
10. Indice e titoli del libro	55
10.1 Obiettivo del capitolo	55
10.2 Step "Indice": perché è un punto critico	55
10.3 Schermata presentazione indice	56
10.3.1 Componenti della schermata	56

10.3.2 Visualizzazione indice: leggibilità prima di tutto	57
10.5 Approvazione indice: blocco definitivo	58
10.5.1 Conferma forte	58
10.5.2 Blocco indice dopo avvio capitoli	58
10.7 Schermata proposta titoli	58
10.7.1 Componenti della schermata	58
10.10 Coerenza indice-titolo: controllo automatico	60
11. Generazione capitoli, editor e approvazione	60
11.1 Obiettivo del capitolo	60
11.2 Sequenza dei capitoli: regole e stato del progetto	61
11.2.1 Ordine fisso	61
11.2.2 Stato del progetto durante la scrittura	61
11.3 Schermata capitolo: struttura consigliata	61
11.3.1 Elementi fissi	61
11.4 Editor: semplice, solido, senza frizioni	62
11.4.1 Obiettivo dell'editor	62
11.4.2 Funzioni minime indispensabili	62
11.4.3 Autosalvataggio e versioning	63
11.6 Richiesta modifiche al sistema: esperienza e controllo	63
11.6.1 Perché serve una funzione di modifica AI	63
11.6.3 Numero revisioni capitolo	64
11.7 Approvazione capitolo: punto di non ritorno	64
11.7.1 Regola fondamentale	64
11.7.2 Conferma forte prima di approvare	65
11.7.3 Post-approvazione	65
11.8 Coerenza tra capitoli: controlli e suggerimenti	65
11.9 Navigazione tra capitoli	65
11.10 Scenari critici	66
11.10.1 Utente abbandona a metà capitolo	66
11.10.2 Utente approva e poi si pente	66
12. Impaginazione e formati	66
12.1 Obiettivo del capitolo	66
12.2 Scelta del formato: standard unico o opzioni	67
12.2.1 Perché questa scelta è strategica	67

12.3 Struttura del manoscritto: elementi obbligatori	67
12.4 Schermata “Impaginazione”: esperienza utente	68
12.4.1 Momento di accesso	68
12.6 Controllo lunghezza e coerenza con pagine acquistate	68
12.7 Output file: PDF, ePub, png	69
12.7.1 Requisiti lato utente	69
12.7.2 Comportamento download	69
12.8 Revisione impaginazione: sì o no?	70
12.9 Salvataggio e tracciamento	70
13. Copertina	70
13.1 Obiettivo del capitolo	70
13.2 Quando si genera la copertina	71
13.3 Schermata “Copertina”: esperienza utente	71
13.3.1 Struttura della pagina	71
13.4 Raccolta preferenze: poche domande, ma decisive	71
13.5 Generazione copertina: feedback e tempi	72
13.6 Anteprima e valutazione: come presentare bene la copertina	72
13.6.1 Modalità di anteprima	72
13.7 Alternative e rigenerazioni: controllo e qualità	73
13.7.1 Perché servono alternative	73
13.7.2 Come chiedere alternative senza caos	73
13.7.3 Numero massimo alternative	74
13.8 Conformità Amazon: vincoli da applicare senza mostrarli	74
13.9 Conferma copertina: blocco definitivo	74
13.10 Output e integrazione con i file finali	75
13.11 Errori e casi limite	75
13.11.1 Copertina generata con testo errato	75
13.11.2 Contenuti sensibili o non adatti	75
14. Download finale, libreria e segnaposto upsell	75
14.1 Obiettivo del capitolo	75
14.2 Schermata “Il tuo libro è pronto”	76
14.2.1 Struttura consigliata	76
14.2.2 Approccio UX: zero frizione	76
14.3 Download e gestione dei file	77
	7

14.3.1 Disponibilità nel tempo	77
14.4 Libreria: funzione e percezione	77
14.5 Pagina libreria: struttura	77
14.5.1 Visualizzazione a card	77
14.5.2 Filtri e ricerca	78
14.6 Dettaglio libro in libreria	78
14.7 Sezione segnaposto “Come Pubblicare su Amazon/Kindle”	78
14.7.1 Contenuti di questo spazio	78
14.8 Retention: dopo il primo libro	79
15. Account utente, dashboard e gestione progetti	79
15.1 Obiettivo del capitolo	79
15.2 Dashboard: il centro di controllo	80
15.2.1 Funzione della dashboard	80
15.2.2 Struttura consigliata della dashboard	80
15.3 Gestione progetti: stati e continuità	80
15.3.1 Stati di un progetto libro	80
15.3.2 Ripresa dopo abbandono	81
15.4 Navigazione globale e menu	81
15.5 Profilo utente e impostazioni	82
15.5.1 Dati del profilo	82
15.6 Recupero password	82
15.6.1 Flusso base	82
15.6.2 Scenari critici	82
15.7 Email e notifiche essenziali	83
15.8 Supporto: ridurre attrito e richieste	83
16. Regole commerciali e pricing a pagine	83
16.2 Principio guida: l'utente compra un risultato, non un consumo	84
16.3 Regola base del prodotto libro	84
16.4 Schermata scelta pagine e prezzo: UX consigliata	84
16.4.1 Momento in cui appare	84
16.4.2 Struttura della schermata	85
18.5 Calcolo scaglioni: regole di presentazione	85
18.7 Controllo lunghezza durante il lavoro: come evitare sorprese	86
19. Messaggistica, microcopy e checkpoint	87
	8



19.1 Obiettivo del capitolo	87
19.2 Principi del microcopy di W4U	87
19.4 Pagamento: microcopy e assicurazione	88
19.5 Riepilogo e revisione unica: frasi obbligatorie	88
19.5.1 Messaggio principale	88
19.5.2 Regola della revisione unica	88
19.5.3 Motivazione	88
19.5.4 Pop-up finale	88
19.6 Indice: avvisi e conferma	89
19.7 Titolo: avvisi e scelta guidata	89
19.8 Capitoli: microcopy per revisione e approvazione	89
19.8.1 Prima della lettura	89
19.8.2 Per invito a personalizzare	89
19.8.3 Per richiesta modifiche	90
19.8.4 Approvazione irreversibile	90
19.9 Impaginazione: messaggi di fiducia	90
19.10 Copertina: messaggi di controllo e limite rigenerazioni	90
19.11 Download finale e segnaposto: tono celebrativo e guida	91
19.12 Errori: come scriverli per non far perdere fiducia	91
19.13 Messaggi di supporto: ridurre abbandono e ansia	92
20. Scenari limite e casi d'uso	92
20.1 Caso d'uso : utente ideale che completa tutto senza intoppi	92
20.3 Caso d'uso: utente abbandona e riprende più volte	93
20.3.1 Scenario	93
20.3.2 Passi	93
20.3.3 Requisiti funzionali impliciti	94
20.4 Caso d'uso: utente indeciso e "consuma" revisioni	94
20.4.1 Scenario	94
20.4.2 Passi	94
20.4.3 Comportamento atteso	95
20.4.4 Rischio da prevenire	95
20.5 Caso d'uso: utente aggiunge troppo testo manuale e sfiora pagine	95
20.5.1 Scenario	95
20.5.2 Passi	95

20.5.3 Comportamento atteso	95
20.6 Caso d'uso: errore durante impaginazione	95
20.8.1 Scenario	95
20.8.3 Comportamento atteso	95
20.9 Caso d'uso: errore durante copertina	96
A. Criteri per la generazione titoli	96
B. Prompt per scrittura contenuti	96
Prompt perfetto per scrivere libri con LLM	96
C. Criteri impaginazione	101
C. Criteri copertina Amazon	104

## **Introduzione: Descrizione del progetto, caratteristiche e funzionalità di W4U**

W4U, acronimo di Write 4 U, è una piattaforma web progettata per trasformare un'esigenza semplice in un documento completo, professionale e pronto all'uso, attraverso un'esperienza guidata basata su intelligenza artificiale. L'obiettivo è rendere accessibile a chiunque la produzione di contenuti strutturati e di alta qualità, senza richiedere competenze tecniche, competenze di scrittura avanzate o conoscenza dei meccanismi dell'AI.

W4U nasce come piattaforma contenitore modulare. **Al lancio mette a disposizione il primo modulo “Scrivi libro”**, pensato per consentire a un utente di creare un libro di nicchia completo in tempi rapidi e con un metodo ordinato. Successivamente la piattaforma potrà ospitare nuovi moduli verticali dedicati alla scrittura di documenti specifici, come ad esempio brief di marketing, manuali tecnici, capitolati, color book e altri documenti strutturati ad alto valore percepito. Ogni modulo viene progettato come un percorso guidato, con un chatbot istruito per quella finalità, capace di raccogliere requisiti, impostare la struttura corretta e produrre un output coerente con l'obiettivo.

Il cuore dell'esperienza W4U è un chatbot conversazionale che guida l'utente passo dopo passo. L'utente non deve conoscere prompt, token o regole di scrittura: deve solo dichiarare un obiettivo, anche in modo semplice. A partire da questo input iniziale, il sistema avvia una sequenza di domande mirate, una alla volta, per chiarire in modo progressivo il contenuto desiderato, il target, il tono e tutte le variabili necessarie a produrre un risultato realmente professionale.

Le risposte vengono raccolte in modo ordinato e, al termine del questionario, l'utente vede un riepilogo completo con la possibilità di effettuare una sessione di modifica. Questa scelta progettuale riduce in modo drastico la confusione, evita continui ripensamenti e garantisce coerenza al lavoro generato e un consumo contenuto di token per il titolare della piattaforma

Una volta confermate le informazioni, W4U procede con la generazione della struttura del documento. Nel caso del modulo "Scrivi libro", il sistema elabora e propone l'indice del libro, che l'utente può accettare o chiedere di modificare.

Dopo l'approvazione dell'indice, W4U propone una serie di titoli coerenti con i criteri editoriali scelti e guida l'utente alla selezione del titolo definitivo. L'utente può scegliere uno dei titoli proposti dalla AI oppure digitarne uno personalizzato.

A questo punto il sistema avvia la scrittura dei capitoli uno alla volta. Ogni capitolo viene prodotto, poi reso editabile: l'utente può personalizzare parti del testo, aggiungere contenuti propri o affinare la scrittura prima di approvarlo. L'approvazione del capitolo rende quel contenuto definitivo e non più modificabile.

Terminata la scrittura completa, W4U passa alle fasi di finalizzazione. Il sistema impagina il contenuto secondo criteri compatibili con gli standard Amazon (due criteri separati a seconda che si tratti di output destinato ad ebook o a cartaceo), con l'obiettivo di consegnare un manoscritto pronto per la pubblicazione e per la stampa. Successivamente viene generata la copertina seguendo regole specifiche (diverse per ebook e per cartaceo), in modo che risulti coerente con titolo, target, stile del libro, regole di stampa dettate da Amazon.

La produzione del libro termina con la generazione dei meta necessari per la pubblicazione su Amazon (descrizione seo in html, keywords, **da verificare** se possibile caricare categorie Amazon via api per consigliare all'utente le 3 categorie in cui pubblicare il proprio libro).

Al termine, l'utente può scaricare il progetto in formato PDF (copertina inclusa) oppure a scelta il testo in formato ePub e la copertina come file dedicato o anche il formato .doc per poter procedere ad una personalizzazione manuale.

W4U non si limita a generare contenuti, ma costruisce un ambiente ordinato di lavoro. Ogni utente ha un'area riservata con dashboard, libreria personale e storico dei propri progetti. I libri e i documenti generati restano sempre disponibili e scaricabili nel tempo (**verificare se conviene impostare un tempo max in caso di inutilizzo**), eliminando il rischio di perdita dei file.

La dashboard permette all'utente di entrare nella propria libreria e fruire dei propri lavori completati o riprendere in qualsiasi momento quelli incompleti, anche dopo giorni o settimane, ripartendo esattamente dallo step in cui l'utente si era fermato.

W4U non è soltanto uno strumento che scrive. È un contenitore di conoscenze operative costruito per guidare l'utente verso la realizzazione di un libro realmente pubblicabile e competitivo, non solo "bello da leggere". Dentro la piattaforma vengono codificate regole, criteri e best practice che normalmente si apprendono attraverso corsi a pagamento, consulenze o anni di tentativi.

Il valore distintivo sta proprio qui: W4U non genera contenuti in modo generico ma applica un metodo. La scrittura viene impostata secondo criteri editoriali e logiche di mercato già validate, integrando linee guida e accorgimenti che rendono un progetto coerente dall'inizio alla fine.

In concreto, W4U incorpora:

- Regole di impostazione e sviluppo dei contenuti, così da costruire un testo ordinato, leggibile e realmente utile per il target;
- Criteri per la costruzione di titoli efficaci, coerenti con la nicchia, con le aspettative del lettore e con le logiche di ricerca;
- Best practice per la definizione di keywords e metadati, con un approccio orientato alla reperibilità e al posizionamento;
- Linee guida per la scrittura della descrizione in formato compatibile con gli standard richiesti, con struttura pensata per presentare e vendere il libro in modo chiaro;
- Regole per la generazione della copertina, non come semplice immagine, ma come elemento strategico coerente con stile, target e categoria editoriale;
- Presidio dei requisiti tecnici richiesti da Amazon per la pubblicazione, così che il manoscritto e i suoi elementi accessori risultino compatibili con gli standard e pronti per l'inserimento in catalogo.

Questo approccio trasforma W4U in un sistema che “fa rispettare le regole” mentre produce l'opera. L'utente non deve conoscere ogni dettaglio tecnico o strategico perché la piattaforma lo guida e lo vincola a un percorso corretto, riducendo errori tipici del self publishing amatoriale e aumentando la probabilità di arrivare a un risultato concreto, professionale e pubblicabile.

Dal punto di vista commerciale, W4U è progettata per essere chiara e comprensibile per un target non tecnico. Il sistema evita il modello “crediti e token” e adotta una logica di prezzo basata sul numero di pagine del libro.

L'utente sceglie quante pagine desidera ottenere, vede un prezzo definito e paga prima di iniziare, senza sorprese, senza preoccuparsi se il credito sia sufficiente, se avanzerà un credito residuo, se in corso d'opera dovrà fare delle ricariche e senza dubbi su “quanto consuma” ogni modifica o implementazione. Questo approccio, basato sulla certezza del costo, riduce le obiezioni e aumenta la percezione di acquisto di un risultato concreto.

Infine, W4U prevede funzionalità di gestione interna attraverso un'area amministratore. L'amministratore può gestire utenti, ordini, moduli, contenuti informativi, testi di istruzioni, FAQ, segnalazioni e processi di supporto, mantenendo la piattaforma operativa e scalabile. La struttura modulare consente di espandere l'offerta nel tempo, trasformando W4U in un ecosistema in cui l'utente può tornare per generare nuovi libri e, progressivamente, documenti verticali sempre più specializzati.

W4U è quindi pensata come una piattaforma di produzione guidata di documenti, centrata su tre promesse fondamentali: semplicità d'uso, qualità percepita professionale e percorso ordinato fino al risultato finale.

## **1. Architettura informativa della piattaforma**

### **1.1 Obiettivo del capitolo**

In questo capitolo definiamo la struttura logica di W4U come piattaforma contenitore: cosa vede l'utente fuori dall'area riservata, cosa trova dopo l'accesso, come si organizzano i

moduli, come si gestiscono i progetti creati dall'utente e quali stati attraversano fino alla consegna del libro scaricabile.

L'obiettivo è realizzare una mappa chiara di:

- Pagine e sezioni da realizzare;
- Collegamenti tra le sezioni;
- Stati principali dei contenuti e delle azioni;
- Regole di navigazione e accesso.

## **1.2 Macro-aree della piattaforma**

W4U è divisa in due macro-ambienti.

### **1.2.1 Sito pubblico**

Area visitabile senza autenticazione, progettata con struttura a funnel. Serve a:

- Spiegare in modo semplice cosa fa W4U;
- Ridurre dubbi e obiezioni;
- Portare alla registrazione e all'acquisto del primo libro.

Include:

- Pagina home e pagine di approfondimento;
- Pricing a pagine con esempi;
- FAQ;
- Pagine legali;
- CTA persistenti verso registrazione o login.

### **1.2.2 Area riservata**

Accessibile solo agli utenti registrati e autenticati. Serve a:

- Mostrare catalogo moduli acquistabili o disponibili;
- Gestire i progetti dell'utente ;
- Eseguire la creazione guidata;
- Conservare i risultati in libreria;
- Consentire download e accesso alle risorse collegate.

Include:

- Dashboard;

- Libreria personale;
- Modulo “Scrivi libri” (nelle versioni successive al MVP, ci saranno altri moduli);
- Profilo e impostazioni;
- Storico ordini e pagamenti.

### **1.3 Architettura delle pagine: mappa funzionale**

Di seguito una mappa “navigazionale” ragionata, utile a capire l’insieme e le dipendenze.

#### **1.3.1 Mappa del sito pubblico (Prima bozza)**

- Home
- Come funziona
- Prezzi
- Esempi e casi d’uso
- FAQ
- Contatti / Supporto pre-vendita
- Termini e condizioni
- Privacy e cookie
- Login
- Registrazione
- Recupero password

Regola importante: dal sito pubblico deve essere sempre possibile arrivare alla CTA di registrazione in massimo 2 click.

#### **1.3.2 Mappa dell’area riservata**

- Dashboard
- Catalogo moduli
  - Scrivi libri (attivo)
  - Brief di marketing (in arrivo)
  - Colorbook su storia personalizzata (in arrivo)
  - Altri moduli (in arrivo)
- Libreria personale
  - Dettaglio libro/progetto
- Profilo e impostazioni

- Dati account
- Modifica Password
- Pagamenti e ordini
  - Storico acquisti
- Supporto
  - FAQ interne
  - Contatto assistenza

## **1.4 Oggetti principali del sistema**

Per progettare bene l'esperienza, la piattaforma deve ragionare su alcuni oggetti "centrali". Anche senza entrare nel tecnico, è fondamentale che siano chiari.

### **1.4.1 Utente**

È l'identità che accede, acquista e gestisce progetti. Dati minimi:

- Email e password;
- Nome e cognome o display name;
- Informazioni base di fatturazione solo se necessarie.

Scenari da prevedere:

- Utente privato;
- Utente con partita IVA;
- Utente che dimentica la password;
- Utente che chiede cancellazione account.

### **1.4.2 Amministratore**

#### **Gestione utenti e accessi**

- Visualizzare elenco utenti con ricerca e filtri (email, data iscrizione, ultimo accesso, stato);
- Visualizzare dettaglio utente con progetti, acquisti e download associati;
- Modificare dati essenziali utente (nome visualizzato, email solo con procedura controllata);
- Forzare reset password con invio email automatica;
- Sospendere o riattivare un account;
- Gestire ruoli interni (admin, supporto, content manager) e relativi permessi;
- Aggiungere note interne su un utente (visibili solo in admin);

**Gestione progetti e libreria utenti**

- Visualizzare tutti i progetti con filtri per stato (domande, indice, capitoli, impaginazione, copertina, completato);
- Forzare sblocco di un progetto bloccato su uno step;
- Riavviare una fase tecnica (impaginazione, generazione file, copertina) se fallita;
- Rigenerare PDF, ePub o copertina su richiesta o in caso di errore;
- Aggiungere note interne sul progetto per supporto e tracciamento;

**Gestione moduli e roadmap**

- Creare, modificare e disattivare un modulo (nome, descrizione breve, descrizione lunga);
- Impostare lo stato del modulo (disponibile, in arrivo, disattivato);
- Gestire l'ordine di visualizzazione dei moduli in catalogo;
- Pubblicare o nascondere moduli in arrivo;
- Gestire i contenuti "prima di iniziare" per ogni modulo;
- Aggiornare esempi di output e materiali dimostrativi del modulo;

**Gestione pricing e regole commerciali**

- Configurare listino "a pagine" per il modulo Scrivi libri (scaglioni, minimo pagine);
- Attivare o disattivare bundle e offerte (se previste);
- Gestire codici sconto e campagne promozionali (se previsti);
- Gestire regole e testi mostrati in checkout e nei checkpoint;

**Ordini, pagamenti e operazioni post-vendita**

- Visualizzare elenco ordini con ricerca e filtri (pagato, fallito, rimborsato);
- Visualizzare dettaglio ordine con collegamento al progetto generato;
- Verificare pagamenti "in sospeso" e forzare una risincronizzazione;
- Riassociare un ordine a un utente in caso di errore;
- Gestire rimborsi o note di rimborso;
- Esportare ordini in CSV per contabilità e reportistica;

**Gestione contenuti dinamici e comunicazione**

- Gestire contenuto del segnaposto finale "come pubblicare su Amazon" (titolo, testo, CTA, link);
- Gestire FAQ e guide interne;
- Gestire testi di microcopy
- Gestire template email transazionali (testo e oggetto) entro limiti predefinit

**Customer service**

- Visualizzare richieste;
- Rispondere alle richieste e chiuderle con uno storico;

**1.4.3 Modulo**

È una funzionalità verticale "finalizzata a un risultato", alla realizzazione di un elaborato di una determinata tipologia.

Nel MVP esiste il modulo "Scrivi libri" ma l'architettura deve già prevedere che il catalogo possa crescere.

Attributi principali:



- Nome e descrizione;
- Stato (attivo / in arrivo / disattivato);
- Regole di accesso (solo dopo acquisto);
- Risorse introduttive (istruzioni, video, testo).

Scenari da prevedere:

- Modulo attivo se acquistato;
- Modulo in arrivo ;
- Modulo disattivato per manutenzione.

### **1.4.3 Progetto libro**

È l'elemento più importante: ogni libro creato è un progetto con uno stato e dei contenuti.

Attributi principali:

- Titolo di lavoro (anche provvisorio);
- Pagine acquistate (50, 60, 70, ecc.);
- Risposte al questionario;
- Indice approvato;
- Titolo approvato;
- Capitoli;
- Impaginazione (ebook e cartacea);
- Copertina (ebook e cartacea);
- Descrizione Amazon in html;
- Keywords;
- Categorie (?)
- Output finali (PDF, ePub, jpg);

Scenari da prevedere:

- Progetto iniziato e non completato;
- Progetto completato e scaricato;
- Progetto completato ma non scaricato;
- Progetto in errore o bloccato in uno step.

## 1.5 Stati del progetto libro

Per evitare ambiguità, il libro deve attraversare stati chiari e visibili all'utente.

Proposta di stati principali:

- Pagato, pronto al questionario;
- Questionario in corso;
- Riepilogo risposte pronto, in attesa di conferma;
- Generazione indice;
- Proposta titoli;
- Titolo approvato;
- Generazione Introduzione;
- Introduzione in revisione e editing;
- Introduzione approvato;
- Generazione capitolo 1;
- Capitolo 1 in revisione e editing;
- Capitolo 1 approvato;
- ... ripetizione fino a ultimo capitolo;
- Impaginazione in corso;
- Impaginato
- Copertina in corso;
- Copertina OK
- Pronto da scaricare;
- Archiviato.

Scenari da prevedere:

- Utente abbandona a metà questionario;
- Utente non conferma il riepilogo delle risposte;
- Utente non approva un capitolo e lascia aperto il capitolo per la possibilità di editarlo personalmente;
- Interruzione tecnica durante generazione: stato "riprova".

## **1.6 Regole di navigazione e accesso**

### **1.6.1 Regole generali**

- Il sito pubblico è sempre accessibile;
- L'area riservata richiede login;
- Le funzioni del modulo "Scrivi libri" richiedono acquisto di un pacchetto pagine.

### **1.6.2 Regole di continuità**

L'utente deve poter:

- Uscire e rientrare senza perdere lo stato;
- Riprendere da dove era rimasto con un bottone "Continua progetto";
- Trovare sempre il suo libro in libreria anche se il processo non è terminato.

### **1.6.3 Regole sulle azioni irreversibili**

Ogni azione irreversibile deve:

- Essere anticipata da un testo chiaro;
- Richiedere conferma esplicita;
- Lasciare traccia nello storico del progetto.

Esempi:

- Conferma riepilogo risposte dopo la singola finestra modifica;
- Approva capitolo;
- Conferma titolo definitivo.

## **1.7 Elementi trasversali da prevedere**

### **1.7.1 Sistema di appendici**

Questo documento prevede appendici con criteri/template per la realizzazione perfetta di titoli, impaginazione, copertina. In piattaforma devono diventare:

- Configurazioni interne gestibili da admin;
- Linee guida visibili all'utente in modo semplificato.

### **1.7.2 "Segnaposto pubblicitario" nella sezione download**

È una sezione che deve esistere strutturalmente, anche se in prima release può essere vuota, con possibilità dell'admin di essere aggiornata senza interventi di sviluppo.

Questa sezione ospiterà un gancio pubblicitario per proporre all'utente che ha realizzato e sta per scaricare il libro, la possibilità di acquistare un materiale formativo (ancora non stabilito cosa e come) per apprendere come caricare il libro su Amazon senza errori (un video, un ebook, ancora da decidere).

## **2. Pagine pubbliche a funnel**

### **2.1 Obiettivo del capitolo**

Questo capitolo descrive come devono essere progettate le pagine pubbliche di W4U affinché l'utente:

- Capisca rapidamente cosa fa la piattaforma;
- Percepisca in modo chiaro il valore pratico;
- Si senta rassicurato su costi, processo e risultato;
- Arrivi alla registrazione e al pagamento senza frizioni.

Le pagine pubbliche non devono essere "solo informative". Devono essere un percorso guidato che accompagna l'utente dalla curiosità alla decisione, con contenuti che rispondono alle obiezioni prima ancora che si presentino.

### **2.2 Tipologie di utenti che arrivano sul sito**

Senza profilare in modo invasivo, dobbiamo prevedere diversi "modi" di atterrare sul sito, perché cambiano le domande mentali dell'utente.

- Utente curioso: "Che cos'è W4U?"
- Utente pratico: "Quanto costa? Riesco a farlo davvero?"
- Utente diffidente: "È la solita roba che spara testi inutili?"
- Utente motivato: "Voglio pubblicare su Amazon. Come si fa?"
- Utente tecnico: "Che modello usate? Come gestite privacy e diritti?"
- Utente con poco tempo: "Dimmi i passaggi e fammi partire."

Il funnel deve funzionare per tutti. Non serve una pagina diversa per ogni target, ma serve un'architettura che permetta a ciascuno di trovare subito la risposta che cerca.

### **2.3 Obiettivi comunicativi del funnel**

Le pagine pubbliche devono raggiungere questi obiettivi, in quest'ordine.

1. Chiarezza: far capire in 10 secondi cosa fa W4U.
2. Concreteness: mostrare esempi reali di output e percorso.

3. Controllo: far percepire che l'utente mantiene il controllo (indice, titoli, capitoli, editing).
4. Trasparenza prezzo: pagamento a pagine e scaglioni chiari, senza incognite.
5. Fiducia: spiegare perché il risultato è Amazon-ready e non un testo grezzo.
6. Azione: portare alla registrazione e alla scelta pagine.

## **2.4 Mappa delle pagine pubbliche consigliate**

Per una piattaforma come W4U servono poche pagine ma fatte bene. Queste sono le essenziali.

- Home (landing principale funnel).
- Come funziona (dettaglio del processo).
- Prezzi (a pagine e scaglioni).
- Esempi (output e casi d'uso).
- FAQ (obiezioni e chiarimenti).
- Pagine legali (termini, privacy, cookie).
- Accesso: login, registrazione, recupero password.
- Supporto pre vendita: contatto semplice o help center.

## **2.5 Home: struttura ideale e micro-obiettivi**

La home deve essere costruita come una pagina che “fa vedere” prima ancora di “spiegare”.

### **2.5.1 Hero iniziale**

Deve comunicare:

- “Cosa ottieni” in modo concreto: un libro pronto da scaricare;
- “Come lo ottieni” in modo rassicurante: guidato passo passo;
- “Quanto costa” con un gancio: prezzo in base alle pagine.

Elementi consigliati:

- Titolo forte;
- Sottotitolo che spiega il percorso;
- CTA primaria “Inizia ora”;

- CTA secondaria “Guarda come funziona”.

Scenari:

- Utente confuso: deve capire subito che non serve saper scrivere bene;
- Utente scettico: deve vedere un esempio già sopra la piega.

### **2.5.2 Sezione “Il percorso in 6 passaggi”**

Spiegare con icone o card:

- Domande guidate,
- Riepilogo e conferma,
- Indice,
- Titoli,
- Capitoli uno alla volta con editing,
- Impaginazione, copertina, download.

È importante non citare token o concetti tecnici. Solo “passaggi”.

### **2.5.3 Sezione “Cosa rende W4U diverso”**

Questa sezione deve smontare l’obiezione più pericolosa: “Sì vabbè, ma poi esce un testo mediocre”.

Punti da comunicare:

- Non è un testo unico sparato: è un processo guidato;
- Indice e titoli sono controllabili;
- Capitoli editabili;
- Impaginazione e copertina secondo standard Amazon.

### **2.5.4 Sezione “Pricing” anticipata**

Anche se c’è una pagina prezzi, in home serve un teaser:

- Minimo 50 pagine; x€
- Scaglioni ogni 10 pagine successive alle prime 50 y€;
- Selettore numero pagine con calcolatore prezzo;
- Link “Vedi i prezzi completi”.

### **2.5.5 Esempi rapidi**

Qui bastano:

- Screenshot di indice;
- Anteprima pagina impaginata;
- Esempio di copertina.

### **2.5.6 FAQ essenziali in home**

Solo 5-7 domande cruciali, ad esempio:

- Quanto ci metto?
- Serve saper scrivere?
- Posso modificare?
- Come funziona il prezzo?
- Il libro è pronto per Amazon?
- Posso scaricare PDF e ePub?

### **2.5.7 CTA finale**

Un invito chiaro:

- Registrati e scrivi il tuo libro in 30 minuti

## **2.6 Pagina “Come funziona”**

Questa pagina deve essere più analitica e didattica.

Struttura consigliata:

- Intro breve: “cosa farai tu, cosa farà W4U”;
- Step-by-step dettagliato con schermate o mockup;
- Evidenziare i momenti “definitivi”:
  - Conferma riepilogo risposte,
  - Approva capitolo.
  - Goal: pronto per la pubblicazione su Amazon
- “Non ti serve essere perfetto, ti guidiamo noi.”
- “Prima di confermare ti mostriamo tutto.”
- “Realizza il tuo best seller e inizia a guadagnare.”

## 2.7 Pagina “Prezzi”

Questa è la pagina più delicata perché contiene il momento della scelta.

Contenuti obbligatori:

- Regola: libro minimo 50 pagine lo paghi x€;
- Scaglioni ogni 10 pagine oltre le prime 50, paghi y€;
- Selettore pagine con calcolatore del prezzo
- Cosa include il prezzo:
  - domande guidate,
  - indice,
  - titoli,
  - capitoli editabili,
  - impaginazione,
  - copertina,
  - download PDF e ePub,
  - libreria personale,
  - Libro completo e perfetto in versione ebook e cartaceo, pronto da pubblicare su Amazon.

Scenari da prevedere:

- Utente che vuole “provare prima”: **ragionare se (ora o successive versioni) consentire di testare demo che produce indice più introduzione)**

Regola UX fondamentale:

- La pagina prezzi deve portare in modo naturale al passo successivo, che sarà:
  - registrazione,
  - o login se già registrato,
  - poi checkout e avvio.

## 2.8 Pagina “Esempi e casi d’uso”

Questa pagina serve a trasformare l’idea in qualcosa di tangibile.

Tipi di esempi utili:

- Indici di 3 nicchie diverse;



- Esempio di capitolo con stile diverso;
- Prima e dopo impaginazione;
- Copertine in 2-3 stili.

Scenari:

- L'utente vuole un libro di nicchia: deve vedere che è possibile;
- L'utente teme che l'AI faccia copia-incolla: la pagina deve mostrare personalizzazione e struttura.

## **2.9 FAQ: le domande che evitano i rimborsi**

La FAQ pubblica è anche una prevenzione delle contestazioni.

Domande da includere:

- Che cosa intendi per “pagine”?
- Il libro è davvero pronto per Amazon?
- Posso modificare indice e capitoli?
- Quante revisioni posso chiedere?
- Cosa succede se non completo il libro subito?
- Posso scaricare più volte?
- I miei contenuti restano salvati?
- Chi possiede i diritti del testo?
- Cosa succede se W4U un giorno chiude?

Per alcune di queste risposte serve ancora una decisione strategica ma la struttura deve esistere.

## **2.10 Call to action e continuità del funnel**

Le CTA devono essere coerenti.

CTA principali consigliate:

- “Inizia ora” → porta a registrazione o pricing.
- “Scegli le pagine” → porta a prezzi.
- “Accedi” → login.
- “Guarda esempi” → esempi.

### **3. Registrazione, login, recupero password, primo accesso**

#### **3.1 Obiettivo del capitolo**

Questo capitolo definisce l'esperienza di accesso a W4U in modo che:

- L'utente arrivi all'area riservata senza dubbi o frizioni;
- L'utente sia guidato nella prima entrata con chiarezza;
- I casi di errore più comuni siano gestiti senza generare abbandoni;
- La piattaforma mantenga coerenza tra funnel pubblico, acquisto e avvio del progetto libro.

In un prodotto come W4U, l'accesso non è un "dettaglio tecnico": è il primo punto in cui l'utente può bloccarsi. Quindi deve essere progettato come un percorso semplice, prevedibile e molto guidato.

#### **3.2 Regole generali del sistema di accesso**

W4U deve prevedere sempre queste tre azioni di base:

- Registrati;
- Accedi;
- Recupera password.

Inoltre, deve esistere un flusso chiaro per:

- Primo accesso (onboarding iniziale);
- Riconoscimento utente già registrato che torna.

Regola fondamentale: l'utente deve percepire che "non può sbagliare".

### **3.3 Registrazione**

#### **3.3.1 Obiettivo della registrazione**

Portare l'utente dall'interesse all'operatività nel modo più lineare possibile, riducendo al minimo:

- Campi da compilare;
- Decisioni da prendere;
- Possibilità di errore.

#### **3.3.2 Dati richiesti in registrazione**

Dati minimi consigliati:

- Email;
- Password;
- Conferma password;
- Accettazione termini e privacy.

Dati opzionali (consigliati solo se realmente necessari al funzionamento):

- Nome (anche solo per personalizzare l'esperienza);
- **Tipologia utente: privato o partita IVA.**

### **3.3.3 Conferma email**

Esperienza consigliata:

- Dopo registrazione, invio email di verifica con link;
- Schermata "Controlla la tua email" con pulsante "Reinvia".

### **3.3.4 Microcopy consigliato in registrazione**

Serve un tono rassicurante, non burocratico.

Esempi:

- "Ti servono solo 30 secondi."
- "Riceverai un link per entrare subito nella tua area personale."
- "Nessun tecnicismo: ti guidiamo noi."

## **3.4 Login**

### **3.4.1 Comportamento atteso**

Il login deve essere semplice e "prevedibile":

- Email + password;
- Ricorda accesso (opzionale);
- Link recupero password;
- Link registrazione.

### **3.4.2 Errori login: gestione senza frustrazione**

Scenari tipici:

- Password errata;
- Email non registrata;
- Account non confermato;
- Troppi tentativi.

Gestione consigliata:

- Messaggi non aggressivi;
- Suggerimento automatico “Vuoi recuperare la password?” dopo 2 errori;
- Limitazione tentativi per sicurezza con messaggio chiaro:
  - “Per sicurezza ti chiediamo di riprovare tra X minuti o recuperare la password.”

### **3.5 Recupero password**

#### **3.5.1 Flusso standard**

1. Inserisci email;
2. Ricevi link con scadenza;
3. Imposti nuova password;
4. Conferma riuscita.

#### **3.5.2 Scenari da prevedere**

- Link scaduto: “Richiedine uno nuovo”;
- Email non arriva: reinvia e suggerimenti;
- Utente inserisce email non registrata: messaggio neutro per privacy (“Se esiste un account, riceverai...”).

### **3.6 Primo accesso: onboarding e orientamento**

#### **3.6.1 Obiettivo del primo accesso**

Quando l’utente entra la prima volta, non deve sentirsi in una dashboard vuota. Deve:

- Capire dove si trova;
- Capire cosa deve fare adesso;
- Capire che è tutto guidato.

Quindi serve un onboarding leggero, in 3 elementi:

- Benvenuto;
- Spiegazione rapida del percorso;
- CTA immediata per iniziare (scelta modulo).

### **3.6.2 Schermata di benvenuto consigliata** (modulo libro)

Elementi:

- “Benvenuto in W4U”;
- Testo breve: “Qui creerai il tuo libro passo passo, con un processo guidato.”;
- Micro checklist:
  - “Scegli quante pagine vuoi”,
  - “Rispondi alle domande”,
  - “Approva indice e titoli”,
  - “Rivedi capitoli”,
  - “Scegli titolo e copertina”;
  - “Scarica PDF/ePub”.

CTA primaria:

- “Crea il tuo bestseller”.

CTA secondaria:

- “Guarda esempi” o “Come funziona”.

Scenari:

- Utente che non è pronto: deve poter esplorare prima di acquistare.

## **3.7 Navigazione post-login e continuità del flusso**

Una regola fondamentale per W4U: il sistema deve portare sempre l’utente nel punto giusto.

Esempi:

- Utente appena registrato senza acquisti: dashboard con CTA “Scegli pagine e inizia”.
- Utente che ha pagato ma non ha iniziato: dashboard con CTA “Inizia le domande”.
- Utente che è a metà questionario: dashboard con CTA “Riprendi questionario”.

- Utente che è ai capitoli: dashboard con CTA “Continua dal capitolo X”.
- Utente con libro completato: dashboard con CTA “Scarica” + “Crea nuovo libro”.

Questa continuità deve esistere anche se:

- L'utente chiude la pagina,
- Si disconnette,
- Torna dopo giorni.

### **3.8 Email obbligatorie e email consigliate**

#### **3.8.1 Obbligatorie**

- Conferma registrazione / verifica email;
- Link reset password.

#### **3.8.2 Consigliate (per ridurre abbandoni)**

- Email “Benvenuto” con link diretto alla dashboard;
- Email “Hai iniziato ma non hai completato” (dopo X ore o X giorni);
- Email “Libro pronto da scaricare” (in futuro).

Scenari:

- L'utente non deve ricevere troppe email.  
Serve una preferenza “ricevi promemoria” nel profilo.

### **3.9 Casi limite e scenari critici da prevedere**

#### **3.9.1 Utente che si registra e poi non entra mai**

Soluzione:

- Email di follow-up unica, non insistente;

#### **3.9.2 Utente che si registra con email errata**

Soluzione:

- Schermata “non hai ricevuto l'email?” con opzione “cambia email”.

#### **3.9.3 Utente che entra ma non capisce cosa fare**

Soluzione:

- Onboarding e CTA unica;
- Video o tutorial testuale breve (anche solo 60 secondi).

### **3.9.4 Utente che torna dopo mesi**

Soluzione:

- Dashboard che ricostruisce lo stato;
- Sezione “Dove eri rimasto”.

## **4. Area riservata e libreria personale**

### **4.1 Obiettivo del capitolo**

Questo capitolo descrive come deve funzionare l'area riservata di W4U, cioè il “cuore operativo” della piattaforma. Qui l'utente deve:

- Capire immediatamente qual è il prossimo passo;
- Vedere cosa ha acquistato e cosa può fare;
- Gestire i propri libri (in lavorazione e completati);
- Ritrovare in ogni momento i file finali scaricabili;
- Sentirsi accompagnato, non abbandonato in una dashboard vuota.

L'area riservata deve essere progettata come un “assistente silenzioso” che organizza il lavoro e riduce gli errori.

### **4.2 Struttura dell'area riservata**

Componenti principali:

- Dashboard (pagina di atterraggio post-login);
- Catalogo moduli (quali strumenti sono disponibili ora e quali in arrivo);
- Libreria personale (lista libri/progetti);
- Dettaglio libro (workspace specifico del singolo progetto);
- Profilo e impostazioni;
- Ordini e pagamenti (sezione consultiva);
- Supporto (FAQ interne + contatto).

Regola UX: il menu deve restare semplice, massimo 6-7 voci, con etichette chiare.

### **4.3 Dashboard: il “prossimo passo” sempre evidente**

#### **4.3.1 Funzione della dashboard**

La dashboard deve rispondere a una sola domanda:

“Cosa devo fare adesso?”

Per questo deve essere adattiva, mostrando:

- Stato attuale (nessun libro / libro in corso / libri completati);
- CTA principale coerente con lo stato;
- Accesso rapido alla libreria.

#### **4.3.2 Stati utente e comportamento della dashboard**

##### **Stato A: utente appena registrato, nessun acquisto**

- Messaggio: “Per iniziare, scegli quante pagine vuoi per il tuo libro.”
- CTA: “Scegli pagine e inizia”.
- Link secondario: “Guarda esempi” o “Come funziona”.

##### **Stato B: utente ha acquistato, non ha iniziato il questionario**

- Messaggio: “Hai tutto pronto. Inizia le domande guidate.”
- CTA: “Inizia le domande”.

##### **Stato C: utente ha questionario in corso**

- Messaggio: “Sei a metà. Riprendi da dove eri rimasto.”
- CTA: “Riprendi questionario”

##### **Stato D: riepilogo pronto, attesa conferma**

- Messaggio: “Controlla le tue risposte. Questa è l'unica finestra di modifica.”
- CTA: “Rivedi e conferma”.

##### **Stato E: indice in revisione**

- Messaggio: “Indice pronto. Approvalo per iniziare i capitoli.”
- CTA: “Apri indice”.

##### **Stato F: capitoli in corso**

- Messaggio: “Stai scrivendo il capitolo X. Dopo l'approvazione sarà definitivo.”
- CTA: “Continua capitolo X”.

##### **Stato G: impaginazione o copertina in corso**

- Messaggio: “Stiamo preparando la versione finale.”
- CTA: “Vedi avanzamento”.

##### **Stato H: libro pronto da scaricare**



- Messaggio: “Il tuo libro è pronto.”
- CTA: “Scarica PDF” e “Scarica ePub”.

**Stato I: più libri**

- Evidenziare l'ultimo libro attivo.
- CTA: “Continua ultimo progetto” e accesso alla libreria.

**4.3.3 Elementi consigliati in dashboard**

- Card “Il tuo prossimo passo” (sempre in alto);
- Box “I tuoi libri” con ultimi 3;
- Stato moduli: “Scrivi libri attivo”, altri “in arrivo”;
- Accesso a supporto.

**4.4 Libreria personale: lista libri/progetti****4.4.1 Funzione della libreria**

La libreria non è un archivio passivo: è il luogo in cui l'utente torna sempre a riprendere o scaricare.

Ogni libro deve essere mostrato come card o riga con:

- Titolo (anche provvisorio);
- Stato attuale;
- Data creazione;
- Azione principale coerente con lo stato;
- Menu azioni secondarie.

**4.4.2 Stati visibili in libreria**

Gli stati devono essere leggibili, non tecnici. Esempi:

- “Da iniziare” (pagato ma non avviato);
- “Domande in corso”;
- “In attesa di conferma risposte”;
- “Indice da approvare”;
- “Titolo da scegliere”;
- “Capitolo X da rivedere”;
- “Impaginazione in corso”;

- “Copertina in corso”;
- “Pronto da scaricare”;
- “Completato”.

Scenari:

- Utente con più libri: filtri “In corso / Completati / Archiviati”.

#### **4.4.3 Azioni possibili per ogni libro**

Azioni principali (dipendono dallo stato):

- Continua;
- Apri;
- Scarica.

### **4.5 Pagina dettaglio libro: il “workspace” del progetto**

#### **4.5.1 Funzione della pagina**

Il dettaglio libro deve contenere:

- Stato del progetto;
- Timeline dei passaggi;
- Accesso diretto allo step corrente;
- Storico delle conferme irreversibili;
- Strumenti utili (download, guida, supporto).

#### **4.5.2 Struttura consigliata del workspace**

- Titolo del progetto (modificabile finché non si conferma il titolo definitivo);
- Barra avanzamento (es. 6 step);
- Step corrente evidenziato;
- Pannello laterale “Cosa succede ora” (spiegazione breve);
- Area centrale con contenuto dello step.

Esempio di step:

- Step “Indice”: mostra indice con opzioni di revisione e approvazione;
- Step “Capitolo”: editor con blocco revisione e approvazione;
- Step “Download”: bottoni file + segnaposto upsell.

## **4.6 Funzioni di qualità e controllo**

### **4.6.1 Autosalvataggio e ripresa**

Scenari fondamentali:

- Utente perde connessione durante editing: non deve perdere testo;
- Utente chiude il browser: deve ritrovare lo stato identico.

Quindi l'esperienza deve prevedere:

- Indicatore "salvato" e "salvataggio in corso";
- Messaggi chiari in caso di conflitto (es. modifica da due dispositivi, scenario raro ma possibile).

## **4.7 Scenari critici da prevedere nella libreria e area riservata**

### **4.7.1 Progetto abbandonato**

Scenario:

- Utente paga, inizia, poi sparisce.

Comportamento:

- Il progetto resta salvato.
- La dashboard lo riporta in evidenza.
- Dopo un tempo X, inviare un promemoria email se autorizzato.

### **4.7.2 Utente che vuole "resettare"**

Scenario:

- Utente ha sbagliato risposte e vuole tornare indietro dopo conferma.

Comportamento:

- Non consentito, con messaggio chiaro.
- Alternativa: creare nuovo progetto.

### **4.7.3 Utente che chiede cancellazione libro o account**

Scenario:

- Richiesta di eliminazione dati.

Comportamento:

- Funzione "archivia" visibile;
- Funzione "elimina" con avviso e tempi di esecuzione, se prevista;

- Se cancella account, indicare cosa succede ai libri (da definire in policy).

#### **4.7.4 Utente che vuole scaricare più volte**

Scenario:

- Scarica oggi, tra un mese vuole ricaricare.

Comportamento:

- Download sempre disponibile dalla libreria.

#### **4.8 Supporto integrato nell'area riservata**

Non serve un help desk complesso nel MVP, ma serve:

- Una pagina supporto con FAQ interne;
- Un pulsante “Ho un problema” nel workspace libro;
- Un contatto essenziale.

Scenari:

- Problema pagamento;
- Generazione bloccata;
- File non scaricabile;
- Dubbio su come procedere.

### **5. Catalogo moduli**

#### **5.1 Obiettivo del capitolo**

Il catalogo moduli è la “vetrina interna” di W4U: l'utente deve capire cosa può fare oggi e cosa potrà fare domani. Anche se nel MVP esiste un solo modulo attivo (“Scrivi libri”), il catalogo deve essere progettato fin dall'inizio per:

- Scalare facilmente con nuovi moduli verticali;
- Evitare che l'utente percepisca “un sito vuoto”;
- Comunicare chiaramente cosa è disponibile e cosa no;
- Gestire la transizione da “una funzione” a “piattaforma contenitore”.

Il catalogo non è solo una lista: è uno strumento di organizzazione e di upselling futuro.

#### **5.2 Definizione di “modulo” in W4U**

Un modulo è una sezione verticale della piattaforma che:

- Ha un obiettivo unico e chiaro;
- Ha un flusso guidato (domande → output → revisione → consegna);
- Produce un risultato finale specifico (un documento o un artefatto);
- Può avere regole di prezzo dedicate.

Esempi:

- Modulo “Scrivi libri”: produce un libro completo;
- Modulo “Brief di marketing”: produrrà un brief strutturato;
- Modulo “Rendicontazione bando”: produrrà un documento conforme.
- Modulo Color Book (..)

### **5.3 Posizionamento del catalogo nell’esperienza utente**

#### **5.3.1 Dove si trova**

Il catalogo deve essere accessibile:

- Dal menu principale dell’area riservata;
- Dalla dashboard (card “Moduli disponibili”) della prima schermata .

#### **5.3.2 Quando viene mostrato**

Due momenti chiave:

- Primo accesso: il catalogo deve apparire come “W4U è una piattaforma” anche se ha un solo modulo;
- Ritorno: l’utente deve poter vedere novità e moduli in arrivo.

### **5.4 Struttura della pagina catalogo**

#### **5.4.1 Layout consigliato**

Lista di card, ognuna con:

- Nome modulo;
- Descrizione breve;
- Stato (attivo / in arrivo / disattivato);
- CTA coerente con lo stato;

- Badge “Novità” se serve.

Esempio CTA:

- Modulo attivo: “Crea nuovo” (per proseguire a lavorare su un progetto iniziato e non terminato, l’utente dovrà aprire il progetto dalla libreria e non dal modulo).
- Modulo in arrivo: “Avvisami quando è pronto”.
- Modulo disattivato: “In manutenzione”.

Regola UX: le card devono essere leggibili e subito comprensibili anche da mobile.

#### **5.4.2 Informazioni minime per card modulo**

- Obiettivo: cosa produce il modulo;
- Tempo stimato: indicazione orientativa;
- Livello di guida: “Guidato passo passo”;
- Output finale: cosa ottieni (esempio libro: un libro (pdf e epub) e la sua copertina, pronti per essere caricati su Amazon, sia come ebook che in versione cartacea. Avrai anche il contenuto in versione .doc, qualora volessi inserire sezioni personali nei capitoli) .

### **5.5 Stati del modulo: definizione e comportamento**

#### **5.5.1 Modulo attivo**

È utilizzabile. Deve avere:

- CTA “Usa ora”;
- Accesso alle istruzioni introduttive;
- Accesso diretto alla creazione di un nuovo progetto per quel modulo.

Nel MVP:

- Scrivi libri è attivo.

#### **5.5.2 Modulo in arrivo**

Non utilizzabile ma visibile. Serve a:

- Comunicare evoluzione futura;
- Raccogliere interesse (lista d’attesa);
- Aumentare percezione di valore della piattaforma.

Comportamenti consigliati:

- CTA “Avvisami quando è pronto”;

- Campo “Email già nota” precompilato;
- Messaggio “Stiamo lavorando a questo modulo”.

### **5.5.3 Modulo disattivato o in manutenzione**

Serve un comportamento diverso rispetto a “in arrivo”:

- È un modulo che esiste, ma momentaneamente non funzionante.

Comportamento:

- Badge “in manutenzione”;
- Messaggio “tornerà disponibile a breve”;
- Possibilità di ricevere notifica.

### **5.6 Esperienza “istruzioni prima di iniziare”**

Ogni modulo deve avere una sezione teorica introduttiva per evitare errori. Evitiamo:

- Il rischio di far perdere tempo all’utente;
- Il rischio di generare un libro di basso livello;
- Il rischio di incapacità dell’utente di andare avanti;
- Il rischio di contestazioni e refund.

Quindi ogni modulo deve avere una pagina (o una sezione) “Prima di iniziare” con:

- Regole principali;
- Esempi di risposte efficaci;
- Errori comuni e come evitarli;
- Pulsante “Ho capito, inizia”.

Scenari:

- Utente salta e poi si lamenta: prevedere micro conferma “Hai letto le istruzioni?”.

### **5.7 Relazione tra modulo e progetto**

Ogni utilizzo del modulo genera un “progetto” nella libreria.

Quindi:

- I libri sono progetti del modulo “Scrivi libri”;
- In futuro avremo “progetti brief”, “progetti rendicontazione”, ecc.

Immaginiamo una libreria unica con filtri/categorie per modulo, tipologia di documento

## 5.8 Strategie di crescita del catalogo senza rifare tutto

Per evitare di rifare UI e struttura ogni volta che aggiungi moduli, è utile progettare il catalogo con:

- Card standard con template;
- Sezione “In arrivo” in fondo (in ordine cronologico);
- Possibilità di ordinare moduli per priorità o promozione;
- Possibilità di mettere in evidenza un modulo “consigliato”.

Scenari:

- In futuro potremmo voler spingere un nuovo modulo con una promo. Il catalogo deve poterlo evidenziare senza interventi pesanti.

## 6. Modulo “Scrivi libri”

### 6.1 Obiettivo

Il modulo deve trasformare una richiesta semplice dell’utente (“voglio scrivere un libro su...”) in un libro completo, strutturato, coerente e pronto per la pubblicazione, grazie a un processo guidato e controllato.

In questo capitolo definiamo:

- Le schermate;
- I passaggi;
- Le azioni possibili;
- I punti di non ritorno;
- Gli scenari critici;
- La logica di continuità e recupero.

### 6.2 Entrata nel modulo: da dove si parte

L’utente può entrare nel modulo “Scrivi libri” da 3 punti:

- Dal sito pubblico (CTA “Inizia ora” → registrazione/login → prezzi → acquisto);
- Dal catalogo moduli in area riservata (card “Scrivi libri”);
- Dalla dashboard (CTA “Crea un nuovo libro” o “Continua progetto”).



Regola fondamentale: se l'utente ha già un progetto libro in corso, il sistema deve proporre:

- “Continua libro in corso” come azione primaria; (da verificare se fare così o consentire la modifica solo da libreria.)
- “Crea nuovo libro” come azione secondaria.

Così evitiamo che l'utente inizi mille progetti e poi si perda.

### **6.3 Schermata iniziale del modulo: “Crea un nuovo libro”**

Questa schermata serve a mettere ordine e creare un primo senso di controllo.

Contenuti consigliati:

- Titolo: “Crea il tuo libro con W4U”.
- Micro spiegazione: “Inizia scegliendo quante pagine vuoi. Poi ti guideremo con domande semplici.”
- Link “Come funziona”.
- CTA: “Scegli pagine e prosegui”.

### **6.4 Creazione progetto libro: impostazioni minime prima del pagamento**

Prima del pagamento, l'utente deve impostare solo ciò che serve.

Proposta dati minimi:

- Argomento del libro (campo libero, anche una riga);
- Numero di pagine (minimo 50, scaglioni ogni 10);
- Lingua del libro.

Nota: qui non facciamo ancora domande complesse. L'utente deve “partire” con pochi passaggi, altrimenti molla.

Scenari:

- Utente scrive un argomento troppo generico (“business”): la piattaforma deve mostrare un suggerimento “più specifico è meglio” con esempio.
- Utente non sa quantificare le pagine: micro guida “con 50 pagine ottieni un manuale breve; l'ideale è stare almeno sulle 150/170 pagine”.

### **6.5 Pagamento prima delle domande**

Il pagamento avviene prima dell'erogazione delle domande.

Quindi, dopo aver scelto pagine e inserito argomento:

- Schermata riepilogo ordine:
  - “Libro da X pagine”
  - “Argomento: ...”
  - “Prezzo: ...”
- Pulsante “Procedi al pagamento e iniziamo il tuo capolavoro!”.

Scenari:

- Registrazione contestuale al pagamento,
- Registrazione al momento 0, senza procedere con l'acquisto subito.

## **6.6 Dopo il pagamento: schermata “Prima di iniziare”**

Questa schermata è strategica perché riduce errori e contestazioni.

Contenuti essenziali:

- Spiegazione: “Ora ti faremo una serie di domande, una alla volta.”
- Regole:
  - “Dopo l'invio della singola risposta non potrai modificarla subito
  - Ma, tranquillo, alla termine delle domande ti verrà mostrato un riepilogo, con la possibilità di correggere tutto”
- Consigli:
  - “Risposte dettagliate = libro migliore.”
  - “Se non sai, scrivi ‘non so’ ma sappi che riduce la precisione.”
  - Prenditi il tempo che vuoi, puoi interrompere e tornare successivamente per completare il lavoro.

Meglio se i vari passaggi, in cui è richiesta un'azione dell'utente, siano accompagnati da icona “?” che al passaggio del mouse aprono un piccolo tooltip di spiegazione.

- CTA: “Inizia le domande”.

## **6.7 Questionario guidato: domande singole e risposte bloccate**

### **6.7.1 Struttura del questionario**

Il questionario avviene in una schermata a conversazione con una regola chiara:

- Una domanda alla volta;
- Campo risposta + invio (con warning);
- Progress bar (es. “Domanda 4 di 12”).

Ogni domanda deve avere:

- Un titolo breve (cosa mi stai chiedendo);
- Un testo esplicativo semplice;
- Un esempio di risposta “buona”.

Questo perché gli utenti non tecnici, se vedono solo un input, rispondono male e poi restano delusi del risultato.

### **6.7.2 Gestione della non modificabilità nel primo round**

Dopo “Invia risposta”:

- La risposta viene bloccata;
- Appare un indicatore “Risposta salvata, potrai ancora effettuare modifiche nel riepilogo finale”.

### **6.7.3 Domande tipiche che il sistema deve coprire**

Verificare se lasciare al prompt la libertà di stabilire quali domande fare oppure impostare delle domande fisse o ancora un mix, domande fisse + domande che scaturiscono in base all’argomento.

Esempio di domande fisse:

- Tipo di libro: manuale, guida pratica, racconto, ecc.;
- Obiettivo del libro: informare, vendere, posizionare, educare;
- Target: a chi è rivolto e livello (principiante, avanzato);
- Tono di voce: tecnico, colloquiale, motivazionale, ecc.;
- Struttura desiderata: capitoli brevi, lunghi, con esercizi, schede, checklist;
- Contenuti speciali: esempi, casi studio, storie, FAQ, glossario;
- Vincoli: cosa evitare, cosa non dire, cosa non includere;
- Elementi distintivi dell’autore: esperienza, storia, posizionamento da inserire a scelta nell’introduzione.

## **6.8 Fine questionario: riepilogo e unica finestra di modifica**

### **6.8.1 Schermata riepilogo**

Terminate le domande, ci sarà Il riepilogo di domande e risposte.

Per ogni risposta ci sarà un pulsante “Modifica”

Box evidente con avviso:

- “Questa è l’unica occasione per modificare. Dopo la conferma, queste informazioni diventeranno definitive.”

### **6.8.2 Conferma definitiva**

Prima di confermare, chiedere un’azione esplicita:

- Checkbox: “Confermo che le informazioni sono corrette e definitive.”
- Bottone: “Conferma e genera indice”.

Scenari:

- Utente prova a uscire: pop up “Se esci ora, potrai tornare qui. Non confermare finché non sei sicuro.”

## **6.9 Generazione dell’indice**

### **6.9.1 Presentazione dell’indice**

Dopo conferma riepilogo, il sistema genera l’indice e lo presenta in una schermata dedicata con:

- Titolo: “Ecco l’indice del tuo libro”
- Indice in forma leggibile (capitoli e sottocapitoli)
- CTA:
  - “Approva indice”
  - “Chiedi modifiche all’indice” (se prevista)

### **6.9.2 Gestione delle modifiche all’indice**

Qui serve una regola chiara perché è una fase delicata.

**Bisogna ragionare a fondo se consentire una modifica all’indice può essere un grande problema.**

Se permettiamo che

- l’utente chieda al sistema modifiche all’indice, questo cambierà la struttura del libro. Il sistema potrebbe stravolgere la tavola dei contenuti e l’utente potrebbe ancora non essere soddisfatto, senza trovare un punto di arrivo
- l’utente possa modificare manualmente singole voci dell’indice, potrebbe uscir fuori un caos senza senso.

Contemporaneamente, imporre un indice potrebbe essere un’azione forte.

## **6.10 Proposta dei titoli del libro**

Subito dopo l'indice approvato, il sistema propone possibili titoli basati sui criteri in appendice.

Schermata:

- “Scegli il titolo del tuo libro”
- Lista di 8-12 titoli proposti
- Campo “Titolo personalizzato”

Il “gruppo titolo” è composto da un titolo e da un sottotitolo.

Regole:

- Il titolo viene confermato dopo conferma dell'indice e prima di iniziare i capitoli.
- Dopo la conferma, diventa parte fissa del manoscritto.

## **6.11 Scrittura dei capitoli uno alla volta**

### **6.11.1 Principio**

I capitoli vengono scritti sulla base del prompt inserito in appendice e generati uno alla volta per garantire:

- Controllo qualità;
- Possibilità di intervento manuale dell'utente;
- Riduzione del rischio di un libro “sbagliato” in blocco.

### **6.11.2 Schermata capitolo**

La schermata del capitolo deve includere:

- Capitolo x - Titolo capitolo
- Testo generato;
- CTA principali:
  - “Approva capitolo”
  - “Rendi editabile”
- Messaggio di avviso:
  - “Quando approvi, il capitolo diventa definitivo.”

Scenari:

- Utente vuole inserire una sua sezione: deve poterlo fare in modo semplice, senza rompere formattazione.

- Utente tentato di approvare senza revisionare: warning prima dell'approvazione.

### **6.12 Fine contenuti: impaginazione**

Terminati tutti i capitoli:

- Schermata “Contenuto completo”
- CTA “Procedi a impaginazione”

Poi:

- Scelta formati: da decidere (standard Amazon o scelta tra 2-3 formati).
- Impaginazione automatica secondo criteri in appendice.
- Doppia impaginazione: ebook e cartaceo.

### **6.14 Copertina**

Dopo impaginazione:

- Schermata “Copertina”
- Raccolta parametri minimi (stile, mood, preferenze)
- Generazione copertina secondo criteri Amazon (appendice)
- Possibilità di alternative limitate (?)
- Conferma.

La copertina è la parte più delicata perché:

- specialmente su Amazon rappresenta un forte elemento di scelta da parte del lettore
- è più soggetta ad errori generativi sia nell'immagine che soprattutto nel testo
- quindi deve essere sottoposta ad accettazione ma non possiamo fare una revisione infinita.

### **6.15 Consegna: download e salvataggio in libreria**

Schermata finale:

- “Il tuo libro è pronto”
- Bottoni:
  - “Scarica PDF”
  - “Scarica ePub”
  - “Scarica copertina”

- “Scarica word”
- Stato libro: “Completato”
- Il libro resta sempre in libreria.

Scenari:

- Sono possibili Download ripetuti.
- Utente da mobile: suggerire “scarica da desktop” se file pesanti.

## **6.16 Area per pubblicizzare altro nostro servizio di formazione su pubblicazione Amazon/Kindle**

Sotto i download, sezione “Come pubblicarlo su Amazon”:

- può essere vuota o piena
- deve essere modificabile da admin
- contiene testo, link, CTA futura (corso, e-book, video).

Scenari:

- In futuro questa sezione diventerà un upsell. Ora deve solo essere prevista.

## **7. Prezzo a pagine, checkout e regole commerciali**

### **7.1 Obiettivo del capitolo**

Questo capitolo definisce come W4U deve far pagare il servizio in modo chiaro per utenti non tecnici e come deve gestire, lato esperienza utente, tutte le situazioni commerciali che possono verificarsi.

Il punto centrale è questo: l'utente non compra crediti, non compra token, non compra “consumi variabili”.

L'utente compra un risultato comprensibile:

- “Un libro da X pagine”.

Quindi il sistema deve:

- Rendere la scelta pagine semplicissima;
- Rendere il checkout lineare;
- Gestire la generazione in modo coerente con la lunghezza pagata.

## **7.2 Regole base del pricing a pagine**

### **7.2.1 Vincoli e scaglioni**

Regole già definite:

- Libro minimo 50 pagine;
- Oltre 50, incremento per scaglioni (es. ogni 10 pagine).

Quindi la selezione deve essere:

- 50, 60, 70, 80, 90, 100, ecc.

Il sistema deve rendere immediatamente evidente che:

- Non esistono libri da 37 pagine;
- Non esiste un “credito residuo”;
- Non esistono ricariche (esiste la realizzazione di un nuovo progetto).

### **7.2.2 Cosa include il prezzo**

Il prezzo deve includere in modo esplicito:

- Questionario guidato;
- Riepilogo e conferma;
- Generazione indice;
- Proposta titoli;
- Generazione capitoli uno alla volta;
- Editing utente;
- Impaginazione;
- Copertina;
- Download PDF, ePub, word, png;
- Salvataggio in libreria.

Questa lista deve essere ripetuta:

- Nella pagina prezzi pubblica;
- Nel riepilogo checkout;
- Nella conferma pagamento.

Perché riduce drasticamente le contestazioni.

## **7.3 Selettore pagine: esperienza utente**



### **7.3.1 Layout consigliato**

L'utente deve scegliere pagine con un'interfaccia semplice.

Due alternative:

- Slider con step (50,60,70...);
- Slider con step dà percezione "visuale" del costo crescente.

Elementi da mostrare in tempo reale:

- Numero pagine selezionate;
- Prezzo totale;
- Spiegazione "minimo 50 pagine, poi ogni 10".

### **7.3.2 Suggerimenti guidati**

Per aiutare l'utente che non sa quante pagine servono:

- Suggerimento "Consigliato" su 50 o 60;
- Micro tooltip:
  - "50 pagine: manuale breve e dritto al punto",
  - "100 pagine: guida più completa e ricca di esempi".
  - "170 pagine: standard di settore".

### **7.4 Concetto di "pagina": chiarimento obbligatorio**

Qui serve una decisione strategica che deve essere resa comprensibile:

La "pagina" non è un concetto assoluto, dipende da:

- Formato (A5 vs 6x9, ecc.);
- Font;
- Spaziatura;
- Margini.
- W4U definirà quindi un template unico che includa un solo formato, un solo font di una determinata dimensione, un tot di pagine (di contorno) non occupate da capitoli (come da template compatibile Amazon in appendice).

Questo consentirà di normalizzare e avere un formato di riferimento per il conteggio pagine e quindi per la quotazione.

L'utente deve capire cosa compra.

Messaggio: perché non è possibile scegliere il formato il font e le sue dimensioni? Perché vogliamo che tu paghi il giusto e modificando questi parametri si rischierebbe un aggravio del tuo prezzo.

## **7.5 Checkout: flusso completo**

### **7.5.1 Step del checkout**

Flusso consigliato:

1. Riepilogo acquisto:
  - Pagine scelte,
  - Prezzo,
  - Cosa include,
  - Argomento libro.
2. Dati (minimi):
  - Email già presente se loggato,
  - Dati fatturazione.
3. Pagamento:
  - Metodo di pagamento.
4. Conferma:
  - “Pagamento ricevuto”,
  - Mail transazionale
  - CTA “Inizia le domande”.

### **7.5.2 Stato ordine**

Dal punto di vista UX, l'utente deve vedere chiaramente:

- Ordine in attesa,
- Ordine pagato,
- Ordine fallito.

Se ordine pagato:

- Deve apparire in “Ordini e pagamenti”,
- Deve sbloccare lo step successivo nel progetto libro.

## **7.6 Collegamento ordine e progetto libro**

Una parte fondamentale: quando l'utente paga, deve essere sempre chiaro cosa ha acquistato e dove lo trova.

Regola:

- Il pagamento crea o attiva un progetto libro.

Quindi dopo pagamento:

- L'utente viene portato direttamente dentro il progetto, allo step "Prima di iniziare".

Se l'utente torna in dashboard:

- Vede la card del progetto e può riprendere.

## **7.7 Arrotondamenti**

Si imposterà il prompt in modo che :

- noto il numero di pagine di contorno
- scelto il numero di pagine pagato
- ottenuto il numero di capitoli che l'AI produrrà nell'indice,

ogni capitolo dovrà avere una lunghezza in pagine pari a (totale pagine – pagine di contorno)/numero capitoli.

**lascia che il libro vari leggermente ma resta vicino allo scaglione**

- Se l'utente compra 50, potrebbe uscire 48-52.

## **7.8 Conteggio pagine durante il processo: esperienza utente**

Grazie all'imposizione di un unico template, è possibile calcolare il numero di parole di una pagina standard e riportare tutte le elaborazioni ai limiti di pagine pagati.

Imposteremo quindi una serie di parametri per fare calcoli e rispettare la quantità acquistata

## **7.9 Conferme irreversibili e tutela commerciale**

Ogni conferma irreversibile è anche una tutela:

- Conferma riepilogo risposte,
- Approva indice,
- Approva capitolo,
- Conferma titolo,
- Conferma copertina.

L'utente deve sempre essere informato che:

- Sta approvando una versione definitiva,
- Non si torna indietro.

Questo riduce le richieste di rimborso “perché non mi piace”.

## 8. Flusso AI guidato

### 8.1 Obiettivo del capitolo

Il flusso AI guidato è il momento in cui W4U dimostra la sua “intelligenza” agli occhi dell'utente. Se questa fase è fatta bene:

- L'utente si sente accompagnato e competente anche se parte da zero;
- Le informazioni raccolte sono sufficienti per generare un libro di qualità;
- Si riducono drasticamente revisioni, lamentele e richieste di rimborso.

Se questa fase è fatta male:

- L'utente risponde con due parole;
- L'indice esce generico;
- I capitoli sono banali;
- L'utente perde fiducia e accusa la piattaforma di “fare fuffa”.

Quindi questo capitolo definisce come deve essere progettata l'esperienza delle domande, non il prompt in sé. Il prompt è un motore invisibile. L'esperienza è ciò che rende il motore utile.

### 8.2 Principi di progettazione del flusso domande

#### 8.2.1 Una domanda alla volta: regola e motivazione

W4U deve fare una domanda per volta per:

- Non confondere l'utente;
- Ottenere risposte più curate;
- Ridurre il rischio di salto di pezzi importanti;
- Creare un senso di progressione.

Se si mostrano 12 domande insieme, l'utente:

- Si spaventa;

- Compila male;
- Abbandona.

### **8.2.2 Domande brevi, spiegazioni chiare**

Ogni domanda deve avere due livelli:

- Domanda principale (breve);
- Spiegazione semplice (perché lo chiediamo);

Questo è decisivo per un target non tecnico.

### **8.2.3 Progress bar e percezione di controllo**

L'utente deve sempre vedere:

- Quante domande mancano;
- In che punto è.

Esempio:

- “Domanda 5 di 12”.

## **8.3 Interfaccia: chat o wizard**

### **8.3.1 Formato chat**

Pro:

- Naturale, sembra una conversazione;
- Coerente con l'idea di “chatbot”.

Contro:

- Rischio che l'utente scriva troppo “a ruota libera”;
- Può essere più difficile guidare.

### **8.3.2 Formato wizard**

Pro:

- Molto controllabile;
- Ogni domanda è una schermata pulita;
- Facilita esempi e suggerimenti.

Contro:

- Meno “magico” rispetto alla chat.

Soluzione consigliata per W4U:

- Un ibrido: interfaccia in stile conversazione, ma con blocchi strutturati.  
In pratica:
- La domanda appare come messaggio,
- La risposta viene inserita in un campo dedicato,

Così ottieni:

- La naturalezza della chat,
- Il controllo del wizard.

**Importante:**

Questa sezione deve dare la possibilità all’utente di fare l’upload di un file pdf o doc . Questo consente all’utente di fornire alla AI una bozza di manoscritto da cui prendere spunto oppure un file che raccoglie una serie di informazioni che la AI dovrà utilizzare nell’elaborare il contenuto.

## **8.4 Tipologie di domande e informazioni da raccogliere**

Per generare un libro serio, W4U deve raccogliere almeno queste categorie di informazioni.

### **8.4.1 Obiettivo del libro**

Esempi di obiettivo:

- Educare;
- Guidare passo passo;
- Posizionare l’autore come esperto;
- Risolvere un problema specifico;
- Motivare e ispirare.

Perché serve:

- Determina struttura e stile.

### **8.4.2 Target e livello**

Il sistema deve capire:

- A chi è rivolto;
- Che livello ha il lettore;
- Che linguaggio usare.

### **8.4.3 Tono di voce e stile**

La differenza tra:

- Manuale tecnico,
- Guida pratica colloquiale,
- Libro motivazionale,
- Libro “accademico”.

Il sistema può offrire:

- 5-6 opzioni di tono da selezionare.  
Esempio:
- “Pratico e diretto”,
- “Tecnico e rigoroso”,
- “Narrativo e coinvolgente”.

#### **8.4.4 Struttura e formati interni**

Qui W4U deve capire se l'utente vuole:

- Capitoli brevi;
- Schede e checklist;
- Esercizi;
- Casi studio;
- FAQ;
- Glossario;
- Riassunti di fine capitolo.

#### **8.4.5 Elemento distintivo dell'autore (facoltativo)**

Questa è una leva fondamentale per evitare il libro “generico”.

Il sistema deve chiedere:

- Esperienza dell'autore;
- Perché può parlare di questo tema;
- Una storia o un motivo personale.

Inseriamo anche l'opzione “non ho esperienza in materia”

#### **8.4.6 Vincoli e confini**

W4U deve chiedere:

- Cosa evitare;
- Che temi non trattare;
- Eventuali sensibilità;
- Linguaggio da non usare.

## **8.5 Controllo qualità delle risposte: evitare risposte povere**

### **8.5.1 Il problema delle risposte “troppo corte”**

Se l'utente risponde con:

- “Sì”,
- “Non lo so”,
- “Per tutti”,  
il libro sarà mediocre.

Quindi l'interfaccia deve “educare” l'utente a rispondere bene.

### **8.5.2 Meccanismi di miglioramento senza essere invadenti**

Tre strumenti utili:

- Suggerimento automatico:
  - “Più dettagli = risultato migliore. Vuoi aggiungere un esempio?”
- Minimo consigliato di testo:
  - non obbligatorio, ma consigliato.
- Opzioni precompilate:
  - quando l'utente non sa.

Esempio pratico:

Se l'utente scrive “target: tutti”:

- W4U risponde con una micro scelta:
  - “Scegli una di queste opzioni: principianti, intermedi, avanzati.”

Scenari:

- L'utente si irrita se lo blocchi troppo: per questo è “consiglio”, non “obbligo”, tranne nei casi in cui l'informazione è indispensabile.

## **8.6 Gestione del “non so” in modo intelligente**



L'utente spesso non ha idee chiare. Ma W4U deve trasformare questa incertezza in scelte semplici.

Strategia:

- Se l'utente scrive "non so", W4U propone:
  - 3 opzioni comuni,
  - con descrizione semplice,
  - e chiede di scegliere.

Questo evita di lasciare buchi nel prompt invisibile.

Esempio:

Domanda: "Che tono vuoi?"

Utente: "non so"

Sistema: "Scegli: pratico e diretto, motivazionale, tecnico. Se vuoi ti consiglio quello più adatto."

## **8.7 Regola del primo round "bloccato" e percezione dell'utente**

Abbiamo definito una regola forte:

- Nel primo round, dopo invio, non si modifica.

Questa regola è corretta per disciplina del flusso ma può generare ansia.

Quindi serve un framing perfetto:

- Prima di iniziare:
  - "Non preoccuparti: alla fine avrai un riepilogo completo e una sola finestra di modifica."
- Durante il flusso:
  - Dopo invio: "Risposta salvata. Potrai correggerla nel riepilogo finale."
- Alla fine:
  - "Questa è la tua unica possibilità di modifica. Controlla bene."

## **8.8 Salvataggio e ripresa del questionario**

Dato che il questionario può essere interrotto:

- Ogni risposta salvata deve essere persistente;
- L'utente deve poter riprendere da "domanda X" senza ricominciare.

Dashboard:

- “Riprendi questionario, sei alla domanda X di Y.”

Scenari:

- Utente cambia dispositivo: deve riprendere senza differenze.

## **8.9 Anticipazione degli scenari critici della fase domande**

### **8.9.1 Utente fornisce informazioni contraddittorie**

Esempio:

- Target principianti,
- Tono accademico avanzato.

Comportamento:

- Non bloccare, ma segnalare:
  - “Hai scelto principianti ma un tono molto tecnico. Vuoi confermare?”

Questa è una funzione di “controllo coerenza” che aumenta qualità e fiducia.

### **8.9.2 Utente vuole cambiare argomento a metà**

Scenario:

- Ha pagato e poi cambia idea.

Comportamento:

- Se è prima della conferma riepilogo, può tornare indietro e cambiare l'argomento. (ma non avrà più un nuovo riepilogo)
- Se è dopo conferma riepilogo, non consentito: serve nuovo progetto.

Questa regola deve essere esplicita.

### **8.9.3 Utente inserisce materiale sensibile o contenuti problematici**

Scenario:

- Testi che non possono essere elaborati.

Comportamento:

- Messaggio neutro: “Non possiamo elaborare questa richiesta. Modifica il contenuto.”
- Suggestire alternativa: “Riformula in modo...”.

## 9. Riepilogo e unica finestra modifiche

### 9.1 Obiettivo del capitolo

Questa è una delle fasi più delicate di tutta W4U perché è un “punto di controllo” che separa:

- La fase di raccolta informazioni,
- Dalla fase di generazione strutturata del libro.

Qui l'utente deve:

- Vedere con chiarezza tutto ciò che ha comunicato;
- Capire immediatamente se qualcosa non va;
- Avere la possibilità di correggere ma in modo disciplinato;
- Confermare in modo esplicito che da questo momento in poi le informazioni diventano definitive.

La regola della “unica finestra di modifica” è utile per:

- Evitare cicli infiniti;
- Tutelare la piattaforma da richieste “rifai tutto”;
- Rendere il processo veloce e controllabile;
- Controllare i costi.

Ma se questa fase è progettata male, l'utente percepisce una “trappola”.

Quindi deve essere progettata con attenzione massima, con microcopy chiaro e rassicurante.

### 9.2 Perché serve il riepilogo

Dal punto di vista dell'utente, il riepilogo risolve 3 problemi:

- L'utente non ricorda tutto ciò che ha scritto domanda per domanda;
- L'utente capisce davvero cosa sta per generare solo quando vede il quadro completo;
- L'utente può correggere errori che si è accorto troppo tardi di aver fatto.

Dal punto di vista della piattaforma, il riepilogo è anche:

- Un passaggio di trasparenza e fiducia;
- Una tutela contro contestazioni;
- Una base “contrattuale” interna: l'utente ha confermato dati e obiettivo.

## 9.3 Struttura della pagina riepilogo

### 9.3.1 Caratteristiche indispensabili

Il riepilogo deve essere:

- Leggibile come un documento;
- Organizzato per sezioni logiche;
- Facile da modificare per blocchi;
- Facile da scorrere anche da mobile.

Non deve sembrare un log tecnico o un elenco grezzo.

### 9.3.2 Layout consigliato

- Titolo: “Controlla prima di generare il tuo libro”.
- Testo guida: “Qui trovi il riepilogo di tutte le tue risposte. Puoi modificarle una sola volta. Dopo la conferma diventano definitive. Per questo presta molta attenzione a questa fase”
- Box evidenziato “Regola importante” con linguaggio chiaro.
- Corpo centrale: sezioni con card.
- Area conferma definitiva con checkbox e pulsante.

## 9.4 Sezioni del riepilogo: quali blocchi mostrare

Ogni sezione deve contenere:

- Titolo sezione (domanda);
- Testo risposta;
- Pulsante “Modifica sezione”.

Esempio di sezioni:

- Tema e obiettivo del libro;
- Tipo di libro e struttura desiderata;
- Target e livello del lettore;
- Tono di voce e stile;
- Elementi speciali (checklist, esercizi, casi studio);
- Vincoli e cose da evitare;

- Elemento distintivo autore (storia, esperienza, posizionamento);
- Preferenze su lunghezza capitoli.

Scenari:

- Se alcune sezioni sono vuote o “non so”, evidenziarle con un badge:
  - “Risposta poco dettagliata, potresti migliorare il risultato”.

Questo aiuta l'utente senza giudicarlo.

## **9.5 Modalità di modifica: una sola finestra ma davvero utile**

### **9.5.1 Come deve funzionare l'editing**

Quando l'utente preme “Modifica” su una sezione:

- Si apre un editor con il testo attuale;
- Pulsante salva la modifica.

Importante: l'utente può modificare le sezioni più volte, finché non preme il pulsante “Conferma finale”.

Un esempio di comportamento ideale:

- L'utente entra nel riepilogo;
- Modifica 1, 2, 3 sezioni;
- Non preme il pulsante “Conferma finale”, può rientrare a modificare di nuovo le singole sezioni già modificate ma se preme il pulsante di conferma finale non ha più possibilità di modifica.

Situazione da gestire: che succede se l'utente esce dalla sessione prima della pressione del pulsante di conferma finale?

### **9.5.2 Tracciamento della sessione**

Per rendere la regola chiara:

- All'ingresso nel riepilogo, lo stato è “Sessione di revisione aperta”.
- Dopo la conferma, lo stato diventa “Sessione di revisione chiusa”.

## **9.6 Messaggi e microcopy: come evitare la percezione di trappola**

Questa fase deve essere comunicata in modo:

- Diretto;
- Onesto;
- Rassicurante.

Messaggi consigliati:

- “Non preoccuparti: questa è la tua occasione per sistemare tutto prima di generare l’indice.”
- “Dopo la conferma, queste informazioni diventano definitive perché ci serviranno per costruire un libro coerente.”
- “Se ti accorgi dopo di voler cambiare completamente argomento, potrai creare un nuovo progetto.”

L’utente deve capire che la regola non è una punizione, è un modo per lavorare bene.

## **9.7 Conferma definitiva: meccanismo forte e inattaccabile**

### **9.7.1 Checkpoint obbligatorio**

Prima del bottone finale, inserire:

- Checkbox obbligatoria:
  - “Confermo che considero le informazioni corrette e definitive.”

Senza checkbox, niente conferma.

### **9.7.2 Doppia conferma (consigliata)**

Dopo click su “Conferma e genera indice”, mostrare un pop-up finale:

- Titolo: “Ultima conferma”
- Testo: “Dopo questo passaggio non potrai più modificare queste informazioni.”
- Pulsanti:
  - “Torna indietro”
  - “Sì, confermo”

Questo riduce enormemente i “non lo sapevo”.

## **9.8 Scenari critici e gestione**

### **9.8.1 Utente lascia risposte troppo vaghe**

Comportamento:

- Evidenziare con badge “Poco dettagliato”.
- Suggestire:

- “Vuoi aggiungere un esempio concreto?”

Non bloccare, ma guidare.

### **9.8.2 Utente inserisce contenuti incoerenti**

Esempio:

- “Target: bambini”
- “Tono: accademico universitario”  
Comportamento:
- Avviso: “Queste due scelte potrebbero essere incoerenti. Vuoi rivederle?”

### **9.8.4 Timeout o perdita connessione**

Comportamento:

- Autosalvataggio delle modifiche.
- Messaggio “Salvato” per ogni sezione.
- Se cade la connessione durante conferma finale, mostrare uno stato:
  - “Stiamo completando la conferma, non chiudere la pagina.”

## **9.9 Cosa succede dopo la conferma**

Dopo conferma:

- Lo step “Riepilogo” è completato e bloccato.
- Il sistema avvia la generazione dell'indice.
- L'utente vede un feedback “Stiamo costruendo l'indice”.

## **10. Indice e titoli del libro**

### **10.1 Obiettivo del capitolo**

Questa fase serve a trasformare le informazioni raccolte nel questionario in una struttura editoriale solida. È qui che l'utente capisce se W4U sta davvero producendo qualcosa di professionale, perché:

- L'indice è la prova che il libro ha una logica;
- L'indice permette all'utente di capire come si svilupperà il suo libro;
- I titoli proposti dimostrano qualità e posizionamento;

- Le scelte fatte qui determinano tutto il resto (capitoli, impaginazione, copertina).

Quindi l'esperienza deve essere:

- Chiara,
- Guidata,
- Controllata,
- Con pochi punti di decisione, ma decisivi.

## 10.2 Step "Indice": perché è un punto critico

L'indice è un patto implicito con l'utente:

- "Questo è il percorso del libro che stiamo per scrivere."

Se l'indice è generico, l'utente perde fiducia.

Se l'indice è troppo complesso, l'utente si spaventa.

Se l'indice è incoerente, il libro sarà incoerente.

Per questo W4U deve:

- Produrre un indice leggibile e ben titolato;
- Offrire un meccanismo di revisione controllato;
- Bloccare l'indice una volta iniziati i capitoli.

Anche l'indice è sottoposto ad approvazione da parte dell'utente.

L'utente però non potrà agire manualmente su una voce dell'indice, potrà chiedere alla AI di rielaborare interamente l'indice secondo sue indicazioni. Ad esempio "lascia inalterato tutto l'indice ma modifica l'argomento del capitolo 5 con xxxxyyyy". L'intelligenza artificiale ascolta la richiesta dell'utente ma effettuerà la modifica tenendo conto di tutti gli altri capitoli nell'indice, andando a fare una valutazione di coerenza prima di mantenere gli altri capitoli senza modifiche.

In pratica, la modifica di un solo capitolo nell'indice potrebbe creare un non senso nella struttura del libro.

## 10.3 Schermata presentazione indice

### 10.3.1 Componenti della schermata

- Titolo: "Ecco l'indice del tuo libro, l'anteprima del tuo capolavoro"
- Sottotitolo: "Controlla tutto con calma. Dopo l'approvazione l'indice sarà definitivo e inizieremo a scrivere i capitoli."
- Corpo: indice in forma chiara:
  - Capitolo 1, 2, 3...



- Paragrafi 1.1 , 1.2 ....
- Sezione “Cosa controllare” con checklist:
  - Coerenza con obiettivo,
  - Progressione logica,
  - Copertura degli argomenti,
  - Stile dei titoli.

CTA principale:

- “Approva indice”

CTA secondaria:

- “Salva e torna dopo”

### **10.3.2 Visualizzazione indice: leggibilità prima di tutto**

L'indice non deve essere presentato come un testo piatto.

Meglio:

- Lista strutturata,
- Card per capitolo,
- Espandibile per sottosezioni.
- Sull'output prodotto, l'indice dovrà essere cliccabile

## **10.4 Modifiche dell'indice: modello controllato**

### **10.4.1 Perché serve un controllo**

Senza controllo, succedono due cose:

- L'utente chiede modifiche infinite;
- Il sistema entra in un loop.

In un flusso a pagine, il controllo serve per:

- Tenere la promessa di velocità;
- Tenere il processo “disciplinato”;
- Soprattutto per mantenere la bozza di libro coerente.

### **10.4.2 Modalità “Chiedi modifiche”**

Quando l'utente sceglie "Chiedi modifiche", non deve scrivere a caso. Deve essere guidato.

Interfaccia consigliata:

- Domanda: "Che tipo di modifica vuoi?"
- Opzioni selezionabili:
  - "Aggiungi un capitolo su..."
  - "Rimuovi un capitolo"
  - "Riorganizza l'ordine"
  - "Rendi i titoli più pratici"
  - "Aggiungi esempi e casi studio"
  - "Rendi la struttura più breve"
- Campo testo libero: "Dettaglia qui cosa vuoi".

Questo evita richieste vaghe come:

- "Non mi piace"  
e migliora il risultato.

## **10.5 Approvazione indice: blocco definitivo**

### **10.5.1 Conferma forte**

Quando l'utente clicca "Approva indice", deve comparire una conferma:

- "Dopo l'approvazione, l'indice diventa definitivo e inizieremo a scrivere i capitoli."

Questo è un checkpoint simile a quello del riepilogo.

### **10.5.2 Blocco indice dopo avvio capitoli**

Regola UX:

- Una volta iniziato il Capitolo 1, l'indice non è più modificabile.

Motivo:

- Cambiare indice dopo aver scritto capitoli rompe la coerenza.

## **10.7 Schermata proposta titoli**

Le regole di realizzazione del titolo si trovano nell'appendice dedicata.

### **10.7.1 Componenti della schermata**

- Titolo: “Scegli il titolo del tuo libro”
- Testo guida: “Questi titoli sono progettati per essere chiari e attraenti per il lettore.”
- Lista titoli proposti (8-12)
- sezione sottotitolo:
  - per ogni Titolo sarà proposto un sottotitolo
- Campo “Titolo personalizzato”
- CTA:
  - “Conferma titolo”
  - “Genera altre proposte” (se previsto)

### **10.7.2 Come presentare i titoli proposti**

Ogni proposta dovrebbe mostrare:

- Titolo,
- Sottotitolo (se presente),
- Una micro spiegazione di 1 riga:
  - “Perché andrebbe scelto”
  - “Più tecnico”,
  - “Più motivazionale”,
  - “Più orientato alla soluzione”.

Questo aiuta l'utente a scegliere senza dubbi.

## **10.8 Rigenerazione titoli: controllo e qualità**

### **10.8.1 Quando serve rigenerare**

L'utente rigenera quando:

- Non si riconosce nel tono,
- Vuole un taglio più aggressivo o più soft,
- Vuole più nicchia.

Quindi prima di rigenerare, W4U deve chiedere:

- “Cosa vuoi cambiare nei titoli?”

Opzioni:

- “Più diretto”
- “Più elegante”
- “Più tecnico”
- “Più emotivo”
- “Più specifico di nicchia”
- Campo richiesta libera

Così la rigenerazione migliora, non è casuale.

### **10.8.2 Numero massimo rigenerazioni**

Anche qui la UX deve supportare un limite configurabile.

Mostrare:

- “Rigenerazioni disponibili: X”.

### **10.9 Conferma titolo: blocco definitivo**

Il titolo deve essere confermato prima di generare i capitoli, perché:

- Entra in copertina,
- Entra nel frontespizio,
- Influenza lo stile del testo.

Quindi la conferma deve includere:

- Checkbox “Confermo il titolo definitivo”.
- Pop-up finale di conferma (consigliato).

### **10.10 Coerenza indice-titolo: controllo automatico**

Scenario frequente:

- Titolo molto specifico,
- Indice troppo generico.

W4U può migliorare fiducia con un controllo leggero:

- “Hai scelto un titolo molto specifico. Vuoi che l’indice sia più orientato a...?”

Questo non deve bloccare, ma suggerire.

## **11. Generazione capitoli, editor e approvazione**

## **11.1 Obiettivo del capitolo**

Questa fase è il “momento della verità”: l’utente deve vedere che il libro prende forma davvero, capitolo dopo capitolo. È anche la fase dove si concentrano:

- La maggior parte del tempo speso dall’utente;
- Le possibilità di errore e ripensamento;
- Le contestazioni (perché qui l’utente giudica la qualità del contenuto).

Per questo W4U deve offrire:

- Un flusso ordinato e ripetibile;
- Un editor semplice e solido;
- Un sistema informato di approvazione irreversibile e chiaro;
- Una gestione controllata delle modifiche;
- Continuità e ripresa perfette.

## **11.2 Sequenza dei capitoli: regole e stato del progetto**

### **11.2.1 Ordine fisso**

I capitoli devono essere generati, uno alla volta, in ordine, dall’introduzione fino all’ultimo capitolo.

Motivo:

- Evita incoerenze,
- Evita che l’utente salti,
- Mantiene la logica del percorso.

### **11.2.2 Stato del progetto durante la scrittura**

Il progetto deve avere uno stato “scrittura in corso” e, ogni capitolo deve avere uno stato proprio:

- “Da generare”;
- “Generato, da rivedere”;
- “In editing”;
- “Approvato”;

## **11.3 Schermata capitolo: struttura consigliata**

### **11.3.1 Elementi fissi**

Ogni schermata capitolo deve includere:

- Titolo del capitolo e numero (es. “Capitolo 3: ...”);
- Indicatori:
  - “Capitolo 3 di 12”,
  - stato “Da rivedere” o “Approvato”;
- Area contenuto (testo del capitolo);
- Strumenti principali:
  - Modifica manuale,
  - Richiedi modifica al sistema,
  - Approva capitolo.

### **11.3.2 Pannello di guida laterale**

Molti utenti non sanno “come si revisiona un testo”. Quindi serve un box “Cosa fare ora”:

- “Leggi velocemente la struttura”
- “Controlla coerenza con capitoli precedenti”
- “Aggiungi eventuali esempi personali”
- “Approva solo quando sei soddisfatto”

Questo box riduce scelte sbagliate e richieste di rifacimento.

## **11.4 Editor: semplice, solido, senza frizioni**

### **11.4.1 Obiettivo dell’editor**

L’editor deve permettere:

- Modifiche rapide,
- Inserimenti di paragrafi,
- Correzioni di tono,
- Aggiunta di esempi.

Non deve sembrare un software complesso. Deve sembrare una pagina dove puoi “ritoccare”.

### **11.4.2 Funzioni minime indispensabili**

- Grassetto, corsivo (*qualora la AI fosse in grado di capire quando enfatizzare con grassetto frasi dei capitoli, anche l’utente dovrà avere un editor wysiwyg; altrimenti se la AI non srà in grado di scrivere in grassetto anche l’utente non potrà farlo* );

- **No assolutamente Titoli e sottotitoli** perché non ci sarebbe più corrispondenza con l'indice
- Elenchi puntati;
- Annulla/ripristina;
- Pulsante di invio delle modifiche
- Indicatore "salvato".

Anche se l'utente rompe la formattazione, la impaginazione finale sistemerà tutto.

### 11.4.3 Autosalvataggio e versioning

Funzioni essenziali:

- Autosave ogni X secondi;
- "Ultimo salvataggio alle...";
- Ripristino versione precedente del capitolo ( l'utente salva per errore una modifica fatta male o non terminata deve poter tornare alla versione precedente **ragioniamoci**).

### 11.5 Inserimenti manuali dell'utente: regole e avvisi

Il sistema prevede che l'utente possa inserire sezioni personali. Questo è un vantaggio enorme perché:

- Rende il libro unico,
- Aumenta senso di proprietà,
- Riduce percezione "testo generico".

Ma va governato.

Regole UX consigliate:

- L'utente può inserire testo liberamente nel capitolo. (**ma vogliamo/possiamo provare ad inserire una fase di controllo di congruità fatto dalla AI dopo l'invio della modifica manuale?**)
- Il controllo deve in ogni caso verificare che le modifiche apportate dall'utente non mettano a rischio la lunghezza del libro, andando oltre il numero di pagine pagato.
- Se inserisce testo molto lungo, W4U può avvisare:
  - "Hai aggiunto molto contenuto. Questo fa aumentare il libro di tot pagine." **Da decidere se lo sfioramento è bloccato o è richiesta un'integrazione economica all'utente**

## **11.6 Richiesta modifiche al sistema: esperienza e controllo**

### **11.6.1 Perché serve una funzione di modifica AI**

Molti utenti non vogliono o non sanno editare bene. Quindi serve una funzione “Chiedi modifica” per:

- Aumentare qualità percepita;
- Ridurre fatica dell'utente;
- Mantenere coerenza.

### **11.6.2 Modalità di richiesta modifica**

L'utente non deve scrivere “rifallo” e basta. Deve essere guidato.

Interfaccia consigliata:

- “Cosa vuoi migliorare in questo capitolo?”
- Opzioni:
  - “Rendi più pratico”
  - “Aggiungi esempi”
  - “Accorcia”
  - “Approfondisci”
  - “Rendi più tecnico”
  - “Rendi più semplice”
  - “Aggiungi checklist”
- Campo libero: “Dettaglia qui”.

Questo permette al sistema di intervenire in modo mirato.

### **11.6.3 Numero revisioni capitolo**

Anche qui serve un limite configurabile.

Mostrare:

- “Revisioni disponibili per questo capitolo: X”.

Scenari:

- Utente esaurisce revisioni: suggerire di intervenire manualmente.
- Dopo aver “inviato” il capitolo, non si può più cambiare (paragrafo successivo).

## **11.7 Approvazione capitolo: punto di non ritorno**



### 11.7.1 Regola fondamentale

Quando l'utente approva un capitolo:

- Il capitolo diventa definitivo.
- Non può più essere rigenerato o modificato.

Questa regola deve essere ripetuta con chiarezza, perché è la base del flusso disciplinato.

### 11.7.2 Conferma forte prima di approvare

Prima dell'approvazione, inserire:

- Checkbox "Ho controllato e approvo questo capitolo".
- Pop-up finale:
  - "Dopo l'approvazione non potrai più modificarlo."

Scenari:

- Utente frettoloso approva senza pensarci troppo: serve una micro barriera, altrimenti poi si lamenta.

### 11.7.3 Post-approvazione

Dopo approvazione:

- Il capitolo diventa non editabile.
- Si mostra uno stato "Approvato".
- Si attiva CTA "Genera capitolo successivo".

## 11.8 Coerenza tra capitoli: controlli e suggerimenti

Il rischio principale nei libri generati a pezzi è la coerenza.

W4U deve prevedere:

- Un controllo di coerenza di base tra capitolo corrente e precedente.  
Esempio:
- "Nel capitolo 2 hai detto X, qui stai dicendo Y."

Non serve un controllo perfetto, ma un controllo leggero aumenta qualità percepita.

Scenari:

- Ripetizioni: il sistema può suggerire "Vuoi evitare ripetizioni con il capitolo precedente?"

## **11.9 Navigazione tra capitoli**

L'utente deve poter:

- Tornare a leggere capitoli precedenti (solo lettura);
- Vedere una lista capitoli con stato.

Ma non deve poter:

- Modificarli dopo approvazione.

Quindi serve una sidebar "Capitoli" con:

- Capitolo 1: approvato,
- Capitolo 2: approvato,
- Capitolo 3: da rivedere (attivo).

## **11.10 Scenari critici**

### **11.10.1 Utente abbandona a metà capitolo**

Comportamento:

- Autosave,
- Stato "In editing",
- Ripresa da dashboard.

### **11.10.2 Utente approva e poi si pente**

Comportamento:

- Non consentire modifica,
- Messaggio chiaro,
- Suggestire nuovo progetto se vuole rifare oppure procedere con l'elaborazione e poi esportare file docx in modo da poter correggere a mano.

## **12. Impaginazione e formati**

### **12.1 Obiettivo del capitolo**

Questa fase trasforma il contenuto "testuale" in un manoscritto pronto da scaricare e potenzialmente pubblicabile. È un passaggio tecnico dietro le quinte ma, lato esperienza utente, deve apparire come:

- Un servizio professionale incluso,
- Un risultato "da libro vero",

- Un momento in cui l'utente percepisce qualità e cura.

L'utente non deve impazzire con formati, margini e standard. Deve solo:

- Capire cosa sta succedendo,
- Essere informato sull'unico formato che sarà applicato,
- Essere informato che l'output avrà una versione ebook e una versione libro cartaceo
- Attendere la generazione,
- Scaricare i file finali.

## **12.2 Scelta del formato: standard unico o opzioni**

### **12.2.1 Perché questa scelta è strategica**

La scelta tra:

- formato unico imposto,
- più formati selezionabili,

ha effetti sulla semplicità del prodotto, sul rischio di contestazioni (pagine pagate vs. pagine ottenute), sulla complessità del lavoro e, dato il modello di prezzo a pagine è indispensabile dare un Formato standard unico compatibile Amazon.

Così:

- l'utente non deve decidere,
- la piattaforma controlla sempre le pagine,
- si riducono problemi.

## **12.3 Struttura del manoscritto: elementi obbligatori**

W4U deve definire una struttura standard del manoscritto. Anche se non entriamo nel dettaglio tecnico, dobbiamo indicare gli elementi che il sistema deve comporre.

Elementi tipici:

- Frontespizio:
  - Titolo,
  - Sottotitolo (se presente),
  - Autore.
- Pagina copyright o note (se prevista, anche minimal).
- Indice (se generato come pagina interna).

- Introduzione.
- Capitoli.
- Eventuali sezioni extra:
  - FAQ,
  - Glossario,
  - Risorse,
  - Checklist finali.

Approfondiamo tutte le regole nell'appendice dedicata

## **12.4 Schermata “Impaginazione”: esperienza utente**

### **12.4.1 Momento di accesso**

Dopo l'approvazione dell'ultimo capitolo:

- Schermata “Contenuto completato”.
- CTA: “Procedi a impaginazione”.

L'utente deve percepire che:

- ha finito la scrittura,
- ora entra in una fase di “rifinitura professionale”.

### **12.4.2 Feedback durante la generazione**

Quando l'utente avvia l'impaginazione:

- Mostrare uno stato:
  - “Stiamo impaginando il tuo libro”.
- Progress indicator:
  - anche solo una barra o step.
- Messaggio rassicurante:
  - “Non chiudere la pagina, ti avviseremo quando è pronto.”

Scenari:

- Impaginazione lenta: prevedere “ti avviseremo anche via email” se utile e autorizzato.

## **12.6 Controllo lunghezza e coerenza con pagine acquistate**

Qui entra il nodo commerciale del modello “pagine”.

W4U deve fare un controllo interno:

- Dopo impaginazione, verificare quante pagine risultano.

Se il risultato è coerente con quanto acquistato:

- Proseguire senza stress.

Se il risultato non è coerente:

- Serve una strategia definita.

Esperienza utente consigliata nel MVP (senza upgrade sorpresa):

- W4U ottimizza automaticamente per rientrare nello scaglione acquistato,  
+
- Entro un certo margine di incremento lunghezza, il residuo è omaggio (max 9 pagine in più)
- Per sforamenti sopra le 10 pagine va chiesto un contributo.

Scenario:

- Utente ha aggiunto molto testo manuale: potrebbe rendere impossibile rientrare nel numero di pagine, senza tagli drastici.  
In quel caso bisogna prevedere una decisione futura: **upselling o altro**.

## **12.7 Output file: PDF, ePub, png**

### **12.7.1 Requisiti lato utente**

L'utente deve poter scaricare:

- PDF (senza copertina) con impaginazione per stampa cartacea,
- PDF (con copertina) per stampa "amatoriale",
- ePub (senza copertina) con impaginazione per eBook.
- png della copertina per ebook
- png della copertina per stampa cartacea
- docx per consentire modifiche manuali all'autore.

La pagina download deve essere semplicissima.

### **12.7.2 Comportamento download**

- File generati e disponibili in libreria.
- Download ripetibile.

Scenari:

- Utente da mobile: se file pesanti, messaggio “Consigliato scaricare da desktop”.

### **12.8 Revisione impaginazione: sì o no?**

No, impaginazione standard automatica senza revisioni.

L'utente deve percepire:

- “È uno standard professionale già pronto”.

Se proprio vuoi modificare avrai l'output in docx.

### **12.9 Salvataggio e tracciamento**

Quando l'impaginazione è completata:

- Stato progetto: “Impaginazione completata”.
- Log interno: data e versione.
- Il file PDF/ePub/png/docx viene associato al progetto.

## **13. Copertina**

### **13.1 Obiettivo del capitolo**

La copertina è il secondo “momento della verità” dopo l'indice. Anche se l'utente potrebbe pubblicare il libro senza essere un grafico, la copertina è ciò che:

- Fa percepire subito se il lavoro è professionale,
- Determina la credibilità del libro,
- Influenza il desiderio dell'utente di pubblicare e condividere.

In W4U la copertina deve essere:

- Generata in modo guidato,
- Coerente con titolo, target e tono,
- Conforme ai criteri Amazon,
- Facile da approvare senza entrare in dettagli tecnici.

### **13.2 Quando si genera la copertina**

La copertina deve essere generata dopo:

- Titolo definitivo,
- Indice definitivo,
- Capitoli completati,
- Impaginazione completata.

Motivo:

- La copertina deve riflettere la natura del libro,
- Deve usare dimensioni coerenti con formato e pagine finali (in ottica Amazon).

Quindi, nel flusso:

- Step 1: Contenuto,
- Step 2: Impaginazione,
- Step 3: Copertina,
- Step 4: Download.

### 13.3 Schermata “Copertina”: esperienza utente

#### 13.3.1 Struttura della pagina

- Titolo: “Creiamo la copertina del tuo libro”
- Sottotitolo: “Ti facciamo alcune domande rapide per scegliere lo stile giusto.”
- Step breve (3-5 domande massimo) **attenzione che le risposte dell'utente non contraddicano best practice tecniche che imposteremo.**
- Anteprima copertina generata
- CTA:
  - “Approva copertina”
  - “Genera alternativa” **verifichiamo il costo a noi di realizzazione della copertina**
  - “Personalizza preferenze”

### 13.4 Raccolta preferenze: poche domande, ma decisive

Qui serve una mini-intervista, molto più breve del questionario libro.

Obiettivo:

- Dare direzione creativa,

- Evitare copertine fuori tono.

Domande consigliate:

- Stile generale:
  - “Moderno”, “Classico”, “Minimal”, “D’impatto”, “Elegante”.
- Mood:
  - “Professionale”, “Ispirazionale”, “Tecnico”, “Narrativo”.
- Colori preferiti o da evitare:
  - scelta semplice (2-3 opzioni) o campo libero.
- Immagine sì/no:
  - “Preferisci una copertina con immagine o solo tipografica?”
- Elemento centrale:
  - “Simbolo”, “Illustrazione”, “Foto”, “Pattern astratto”.

### **13.5 Generazione copertina: feedback e tempi**

Dopo raccolta preferenze:

- Bottone “Genera copertina”.

Durante la generazione:

- Stato “Stiamo creando la copertina”.
- Eventuale avanzamento
- Messaggio rassicurante:
  - “Se non ti convince, potrai generare alcune alternative.”

### **13.6 Anteprima e valutazione: come presentare bene la copertina**

#### **13.6.1 Modalità di anteprima**

Mostrare almeno:

- Copertina frontale in alta qualità,
- Spiegare i motivi delle scelte, basandosi su best practice applicate
- **Mockup semplice (copertina su libro) per percezione realistica.**

L’utente deve capire subito:



- Se titolo è leggibile,
- Se il design è coerente col tema,
- Se la copertina è “da Amazon”.

### **13.6.2 Checklist guidata**

Inserire una mini checklist accanto all’anteprima:

- Titolo leggibile,
- Coerente col contenuto,
- Adatta al target,
- Non troppo confusa.

Questo aiuta l’utente non esperto a valutare.

## **13.7 Alternative e rigenerazioni: controllo e qualità**

### **13.7.1 Perché servono alternative**

La copertina è soggettiva (ma non può esserlo del tutto, altrimenti non vende). Quindi:

- Una sola proposta rischia di non piacere,
- E aumenta refund e frustrazione.

W4U deve offrire:

- Possibilità di generare alternative. **Verifichiamo costo a noi**

### **13.7.2 Come chiedere alternative senza caos**

Non deve essere un “rigenera” casuale.

Meglio un flusso guidato:

- “Cosa vuoi cambiare?”
  - “Colori”
  - “Stile più minimal”
  - “Stile più d’impatto”
  - “Più professionale”
  - “Più caldo”
- Campo libero “Note”.

Poi:

- “Genera alternativa”.

### **13.7.3 Numero massimo alternative**

Serve un limite configurabile per prevenire abuso.

Mostrare:

- “Alternative disponibili: X”.

### **13.8 Conformità Amazon: vincoli da applicare senza mostrarli**

W4U deve rispettare i criteri di Amazon ma l'utente non deve gestire questi dettagli. (vedi appendice)

Quindi:

- W4U applica automaticamente:
  - dimensioni corrette,
  - safe area per testo,
  - risoluzione,
  - eventuale spazio dorso (se cartaceo),
  - posizionamento titolo e autore.

Lato utente:

- Mostrare solo “Copertina compatibile Amazon”.

### **13.9 Conferma copertina: blocco definitivo**

Quando l'utente approva:

- La copertina viene fissata come definitiva.
- Non si torna indietro.

Quindi serve:

- Checkbox “Confermo la copertina definitiva”.
- Pop-up di conferma:
  - “Dopo l'approvazione non potrai più rigenerarla in questo progetto.”

### **13.10 Output e integrazione con i file finali**

Dopo approvazione:

- Il sistema associa la copertina al progetto.
- La rende scaricabile separatamente

### **13.11 Errori e casi limite**

#### **13.11.1 Copertina generata con testo errato**

Scenario:

- Titolo sbagliato perché l'utente ha modificato titolo? Nel flusso non può, quindi dovrebbe essere impossibile.  
Inseriamo un controllo di errori in fase titolo, così che, in fase copertina questo errore non possa avvenire.

#### **13.11.2 Contenuti sensibili o non adatti**

Scenario:

- Tema delicato, immagini inappropriate.

Comportamento:

- W4U evita proposte problematiche,
- Se l'utente chiede immagini non ammissibili, blocco con messaggio neutro.

## **14. Download finale, libreria e segnaposto upsell**

### **14.1 Obiettivo del capitolo**

Questa è la fase in cui W4U consegna il risultato e, nello stesso momento, costruisce due cose:

- Fiducia: "Ho in mano un libro vero, completo, scaricabile, ordinato."
- Prossimo passo: "Ora che ho questo libro, cosa faccio?"

Quindi la schermata finale deve essere:

- Semplice e chiara,
- Orgogliosa del risultato,
- Orientata al completamento,
- Pronta ad accompagnare l'utente verso ciò che viene dopo.

E deve garantire una cosa fondamentale:

- Il libro resta disponibile, sempre, dentro la libreria dell'utente.

### **14.2 Schermata "Il tuo libro è pronto"**

#### **14.2.1 Struttura consigliata**

Componenti essenziali:

- Titolo: “Il tuo capolavoro è pronto”
- Sottotitolo: “Puoi scaricarlo ora oppure trovarlo sempre nella tua libreria.”

Sezione “Download”:

- Pulsante “Scarica PDF” (spiegazione, quando è utile)
- Pulsante “Scarica ePub” (spiegazione, quando è utile)
- Pulsante “Scarica Docx” (spiegazione, quando è utile)
- Pulsante “Scarica copertina” (spiegazione, perché separata)

Sezione “Dettagli”:

- Titolo del libro,
- Numero pagine,
- Data completamento,
- Stato progetto: “Completato”.

Sezione “Salvataggio”:

- Messaggio: “Il libro è stato salvato nella tua libreria.”

CTA secondarie:

- “Crea un nuovo libro”
- “Torna alla dashboard”

### 14.2.2 Approccio UX: zero frizione

L'utente non deve:

- cercare il file,
- capire formati,
- fare passaggi extra.

Scarica e basta.

Se serve spiegazione:

- Tooltip breve:
  - “PDF: ideale per stampa”
  - “ePub: ideale per eBook”

## 14.3 Download e gestione dei file

### 14.3.1 Disponibilità nel tempo

W4U deve garantire che:

- I file restino scaricabili nel tempo. **valutare modello di business per ripagarsi del costo dello storage (per esempio ti teniamo la libreria attiva per un annose realizzi almeno due libri l'anno, altrimenti ti avvisiamo che il tuo account verrà chiuso e con lui tutti i file contenuti).**

### 14.4 Libreria: funzione e percezione

La libreria non è solo un archivio. È:

- la casa dei risultati,
- la prova del valore,
- un elemento che aumenta retention.

L'utente deve percepire:

- “Qui ho i miei libri, è un asset.”

### 14.5 Pagina libreria: struttura

#### 14.5.1 Visualizzazione a card

Ogni libro come card con:

- Titolo,
- Stato (Completato, In corso),
- Data creazione,
- CTA:
  - “Apri”
  - “Scarica”

#### 14.5.2 Filtri e ricerca

Anche se probabilmente un utente non avrà mai molti libri in libreria, la libreria deve prevedere:

- Ricerca per titolo,
- Filtri per stato.

Perché, se un utente crea più libri, altrimenti si perde.

## 14.6 Dettaglio libro in libreria

Cliccando su un libro, l'utente entra nella pagina dettaglio che mostra:

- Titolo e sottotitolo,
- Indice (solo lettura),
- Stato,
- Download
- Continua a modificare (qualora non fosse terminato)

## 14.7 Sezione segnaposto “Come Pubblicare su Amazon/Kindle”

Nella pagina in cui verrà fatto il download del libro, va previsto uno spazio che:

- Può essere vuoto o ospitare “qualcosa”,
- Questo qualcosa sarà modificabile da admin,
- È destinato ad essere un punto di upselling.

Questa sezione deve essere posizionata:

- subito sotto i pulsanti di download,
- perché è il momento in cui l'utente è più ricettivo.

### 14.7.1 Contenuti di questo spazio

Attualmente non abbiamo il contenuto ma in quest'area sarà promosso attraverso banner/testo/link:

- un e-book,

oppure

- un mini corso on line,
- una consulenza
- un servizio
- (..)

qualcosa, in vendita, utile a:

- trasferire all'utente tutta la conoscenza per imparare a pubblicare efficacemente su Amazon.
- Pubblicizzare (campagne Meta o campagne su Amazon) il libro caricato
- Servizi di T4U

Probabilmente si tratterà di un banner che pubblicizza un ebook e linka alla pagina di acquisto.

Il documento UX deve solo garantire che:

- l'admin possa inserire testo, immagine, link e CTA,
- e che la sezione possa essere aggiornata senza sviluppo.

### **14.8 Retention: dopo il primo libro**

La schermata finale e la libreria devono invitare l'utente a:

- Creare un nuovo libro,
- Tornare a usare la piattaforma.

CTA consigliate:

- “Crea un nuovo libro”
- “Scopri i moduli in arrivo”

Questa seconda CTA è importante perché, anche se oggi c'è solo “Scrivi libri”, devi costruire l'aspettativa di crescita della piattaforma.

## **15. Account utente, dashboard e gestione progetti**

### **15.1 Obiettivo del capitolo**

Questo capitolo descrive tutto ciò che riguarda la vita dell'utente dentro W4U al di fuori del singolo modulo “Scrivi libri”. In particolare:

- La dashboard come centro di controllo;
- La gestione dell'account;
- La gestione dei progetti in corso e completati;
- Le notifiche essenziali via email;
- Il recupero password;
- La ripresa dei lavori dopo abbandono;
- Gli scenari tipici che generano confusione o richieste di supporto.

Qui si costruisce la sensazione di ordine. Se l'utente si sente “perso”, non usa W4U, non finisce il libro, non torna.

### **15.2 Dashboard: il centro di controllo**

### **15.2.1 Funzione della dashboard**

La dashboard deve rispondere immediatamente a 3 domande dell'utente:

- Dove sono arrivato.
- Cosa devo fare adesso.
- Dove trovo i miei risultati.

Quindi la dashboard non deve essere un pannello “decorativo”. Deve essere operativa, con CTA chiare e priorità logiche.

### **15.2.2 Struttura consigliata della dashboard**

Sezioni consigliate in ordine di importanza:

- Sezione “Riprendi” con il progetto attivo più recente;
- Sezione “I tuoi libri” con gli ultimi 3 progetti e link alla libreria;
- Sezione “Crea” con CTA “Crea un nuovo libro”;
- Sezione “Moduli” con catalogo moduli presenti e futuri;
- Sezione “Supporto” con link rapido a FAQ e contatto.

Elementi da mettere sempre in evidenza:

- Stato progetto, esempio “Sei alla domanda 7 di 12” oppure “Capitolo 3 da approvare”.
- Prossima azione, esempio “Continua questionario” oppure “Rivedi capitolo 3”.

## **15.3 Gestione progetti: stati e continuità**

### **15.3.1 Stati di un progetto libro**

L'utente non deve vedere stati tecnici. Deve vedere stati comprensibili. Esempi:

- “Da iniziare.”
- “Domande in corso.”
- “Riepilogo da confermare.”
- “Indice da approvare.”
- “Titolo da scegliere.”
- “Capitoli in corso.”
- “Impaginazione in corso.”
- “Copertina da approvare.”



- “Completato.”

Ogni stato deve avere una CTA unica e coerente. La regola è: una schermata deve suggerire una sola azione principale.

### **15.3.2 Ripresa dopo abbandono**

Scenari tipici:

- L'utente chiude durante il questionario.
- L'utente chiude mentre edita un capitolo.
- L'utente chiude durante impaginazione o copertina.

Comportamento desiderato:

- Alla riapertura, la dashboard propone “Riprendi” esattamente dal punto in cui era.
- Il progetto mostra chiaramente l'ultimo step completato e il successivo.

Meccanismi minimi indispensabili:

- Autosalvataggio delle risposte del questionario ad ogni invio.
- Autosalvataggio dell'editor capitolo.
- Stato persistente delle fasi “in lavorazione” con messaggio rassicurante.

## **15.4 Navigazione globale e menu**

Per evitare che l'utente “si perda”, il menu deve essere essenziale e stabile.

Voci consigliate:

- Dashboard.
- Libreria.
- Moduli.
- Ordini e pagamenti.
- Profilo.
- Supporto.

Regola: il menu non deve cambiare a seconda della fase, al massimo può evidenziare la voce pertinente.

## **15.5 Profilo utente e impostazioni**

### **15.5.1 Dati del profilo**

Dati minimi utili:

- Nome e cognome o nome visualizzato.
- Email.
- Password e gestione sicurezza.
- Preferenze di lingua, se previste.

Evita di chiedere dati non necessari, perché aumentano frizione e abbandono.

## **15.6 Recupero password**

### **15.6.1 Flusso base**

Schermata “Hai dimenticato la password”:

- Campo email.
- CTA “Invia link di recupero”.

Email:

- Link valido per un tempo definito.
- CTA “Imposta nuova password”.

Pagina impostazione password:

- Nuova password.
- Conferma password.
- CTA “Salva”.

### **15.6.2 Scenari critici**

- Email non arriva: mostrare “Controlla spam” e “Reinvia”.
- Email inesistente: per sicurezza non dire “non esiste”, dire “Se esiste un account, ti invieremo un’email”.
- Link scaduto: pulsante “Genera nuovo link”.

## **15.7 Email e notifiche essenziali**

W4U deve usare l’email in modo utile, senza diventare invasiva.

Notifiche essenziali consigliate:

- Conferma registrazione o primo accesso.
- Conferma acquisto e ricevuta ordine.
- Promemoria ripresa progetto dopo inattività, se previsto.

- Notifica “Libro pronto” se l’utente ha chiuso durante impaginazione o copertina.
- Notifica di sicurezza, esempio cambio password.

### **15.8 Supporto: ridurre attrito e richieste**

- FAQ con le domande più comuni.
- Mini guida “Come ottenere un libro migliore”.
- Pulsante “Contatta supporto” con form strutturato.

Form supporto: campi consigliati:

- Categoria problema, esempio accesso, pagamento, contenuti, file.
- Progetto associato, selezionabile dalla libreria.
- Descrizione.
- Allegato facoltativo.

Questo evita email generiche e accelera la gestione.

## **16.Regole commerciali e pricing a pagine**

### **16.1 Obiettivo del capitolo**

Questo capitolo definisce come W4U deve far comprendere e gestire il modello di pagamento “a pagine”. È un punto decisivo perché:

- Il target non vuole sentir parlare di token o crediti;
- L’utente vuole certezza sul prezzo prima di iniziare;
- La piattaforma deve evitare contestazioni su pagine, lunghezze e aspettative.

Quindi l’esperienza deve essere:

- Semplice,
- Trasparente,
- Difendibile,
- Coerente in ogni step del flusso.

### **16.2 Principio guida: l’utente compra un risultato, non un consumo**

La logica non deve essere:

- “Paghi per usare l’AI”.

La logica deve essere:

- “Paghi per ottenere un libro completo di X pagine”.

Questo cambia totalmente la percezione:

- L’utente acquista un prodotto finito, non un processo incerto.

### **16.3 Regola base del prodotto libro**

Regole commerciali definite:

- Il libro ha un minimo di 50 pagine.
- Oltre le 50 pagine, il prezzo cresce per scaglioni (es. ogni 10 pagine).
- Il pagamento avviene prima dell’erogazione delle domande.
- Con il pagamento, l’utente acquisisce il diritto alla generazione di un libro di quella lunghezza.

Questo deve essere comunicato chiaramente già nelle pagine pubbliche.

### **16.4 Schermata scelta pagine e prezzo: UX consigliata**

#### **16.4.1 Momento in cui appare**

Prima di entrare nel questionario del libro, l’utente deve:

- scegliere il pacchetto pagine,
- vedere il prezzo,
- pagare.

Solo dopo può iniziare la fase domande.

Questo è coerente con:

- riduzione abbandoni,
- certezza commerciale,
- disciplina del flusso.

#### **16.4.2 Struttura della schermata**

Componenti consigliati:

- Titolo: “Scegli quante pagine vuoi per il tuo libro”
- Testo guida: “Il prezzo è chiaro e definitivo. Nessun token, nessuna ricarica, nessuna sorpresa.”
- Slider o card scaglioni (prezzi ipotetici):
  - 50 pagine 40€,

- 60 pagine +5€,
- 70 pagine +5€,
- 80 pagine +5€,
- ecc.

Per ogni scaglione mostrare:

- prezzo finale,
- cosa include,
- un esempio di “tipologia libro” che ci sta dentro.

CTA:

- “Procedi al pagamento”.

### 18.5 Calcolo scaglioni: regole di presentazione

Prima ipotesi tabella prezzi e tariffe di lancio

Pagine	+5 ogni 10 pagine	+5 ogni 20 pagine
50	30	30
60	35	nd
70	40	35
80	45	nd
90	50	40
100	55	nd
110	60	nd
120	65	45
130	70	nd
140	75	50
150	80	nd
160	85	55
170	90	nd
180	95	60
190	100	nd
200	105	65

Potremmo immaginare la prima colonna come politica commerciale a regime (+5€ ogni 10 pagine oltre le 50 base) e la seconda come politica di lancio (+5€ ogni 20 pagine oltre le 50 base)

Nel periodo di lancio, un libro completo di 200 pagine verrebbe a costare 65€.

## **18.6 Cosa significa “pagina” per W4U**

Questo è il punto più delicato, perché l'utente non ragiona in pagine tecniche.

Quindi W4U deve definire:

- la pagina è quella risultante dall'impaginazione standard W4U.

Questa frase è fondamentale e va ripetuta in modo chiaro:

- “Il numero di pagine è calcolato sulla base del formato standard W4U compatibile Amazon.”

## **18.7 Controllo lunghezza durante il lavoro: come evitare sorprese**

Anche se l'utente ha acquistato un numero pagine, durante la scrittura potrebbero accadere che l'utente aggiunga contenuto manuale nei capitoli.

**Questo è uno scenario su cui ragionare per affrontare le varie casistiche.**

In ogni caso sarà utile inserire nell'editor manuale un indicatore di numero di parole cumulate già utilizzate, rapportate al numero totale stimato di parole presenti su un libro della lunghezza acquistata. Con dei messaggi che appaiono in base al valore dell'indicatore:

- “in linea con il pacchetto scelto.”  
Oppure:
- “Attenzione, stai superando il numero di pagine acquistate.”

## **19. Messaggistica, microcopy e checkpoint**

### **19.1 Obiettivo del capitolo**

W4U è una piattaforma che chiede all'utente di prendere decisioni definitive in più punti. Se la comunicazione è debole, succedono due cose:

- L'utente approva senza capire e poi si arrabbia;
- L'utente ha paura di sbagliare e si blocca.

Quindi serve un “sistema di microcopy” coerente che:

- Spieghi le regole senza sembrare una minaccia;
- Renda chiari i punti di non ritorno;
- Mantenga sempre un tono semplice e rassicurante;
- Riduca contestazioni e richieste al supporto.

Questo capitolo definisce:

- Dove servono checkpoint,

- Che tipo di messaggio serve,
- Come devono essere scritti.

## **19.2 Principi del microcopy di W4U**

Regole fondamentali:

- Linguaggio semplice, niente tecnicismi.
- Frasi brevi.
- Una regola per volta, mai paragrafi lunghi.
- Se c'è un vincolo, spiegare sempre il motivo.
- Evitare tono punitivo.
- Chiarezza prima di tutto: meglio ripetere che lasciare dubbi.

## **19.3 Mappa dei checkpoint obbligatori**

Checkpoint principali del flusso “Scrivi libri”:

- Pagamento prima delle domande.
- Riepilogo e sessione unica di revisione.
- Approvazione indice.
- Conferma titolo.
- Approvazione capitolo.
- Avvio impaginazione.
- Approvazione copertina.
- Download finale.

In ognuno di questi punti devono esistere:

- un messaggio principale,
- un “perché” breve,
- una conferma esplicita (checkbox o pop-up).

## **19.4 Pagamento: microcopy e assicurazione**

Obiettivo: ridurre paura di pagare prima di vedere qualcosa.

Messaggi consigliati:

- “Prima di iniziare scegli quante pagine vuoi.”
- “Il prezzo è chiaro e definitivo.”
- “Dopo il pagamento inizierai il questionario guidato per costruire il tuo libro.”

Avviso utile:

- “Ti consigliamo di avere già chiaro l’argomento del libro prima di iniziare.”

## **19.5 Riepilogo e revisione unica: frasi obbligatorie**

### **19.5.1 Messaggio principale**

- “Controlla con calma: queste informazioni saranno la base del tuo libro.”

### **19.5.2 Regola della revisione unica**

- “Puoi modificare le risposte una sola volta, in questa fase.”

### **19.5.3 Motivazione**

- “Serve a mantenere il processo veloce e coerente.”

### **19.5.4 Pop-up finale**

- “Dopo la conferma non potrai più modificare queste informazioni in questo progetto.”

Checkbox:

- “Confermo che le informazioni sono corrette.”

## **19.6 Indice: avvisi e conferma**

Obiettivo: far capire che l’indice è la struttura definitiva.

Messaggi consigliati:

- “Questo è il percorso del tuo libro.”
- “Controlla se l’ordine è corretto e se copre tutto ciò che vuoi trattare.”

Avviso regola:

- “Dopo l’approvazione inizieremo a scrivere i capitoli e l’indice diventerà definitivo.”

Pop-up:

- “Confermi l’indice definitivo?”

## **19.7 Titolo: avvisi e scelta guidata**



Obiettivo: far percepire che il titolo è importante e viene usato ovunque.

Messaggi consigliati:

- “Il titolo è la promessa del tuo libro.”
- “Lo useremo nella copertina e nel manoscritto.”

Avviso regola:

- “Dopo la conferma il titolo sarà definitivo per questo progetto.”

Checkbox:

- “Confermo il titolo definitivo.”

## **19.8 Capitoli: microcopy per revisione e approvazione**

### **19.8.1 Prima della lettura**

- “Leggi il capitolo e controlla che sia coerente con quello che vuoi comunicare.”

### **19.8.2 Per invito a personalizzare**

- “Se vuoi rendere il libro più tuo, aggiungi esempi o dettagli personali prima di approvare.”

### **19.8.3 Per richiesta modifiche**

- “Chiedi una modifica solo se sai cosa vuoi migliorare: più pratico, più tecnico, più breve o più approfondito.”

### **19.8.4 Approvazione irreversibile**

Messaggio principale:

- “Quando approvi, questo capitolo diventa definitivo.”

Motivazione:

- “Così manteniamo coerenza e velocità.”

Pop-up:

- “Dopo l’approvazione non potrai più modificarlo. Vuoi procedere?”

Checkbox:

- “Ho letto e approvo questo capitolo.”

## **19.9 Impaginazione: messaggi di fiducia**

Obiettivo: far percepire che è una rifinitura professionale.

Messaggi consigliati:

- “Ora trasformiamo il testo in un manoscritto pronto da scaricare.”
- “Applichiamo un formato standard compatibile Amazon.”

Se ci sono tempi:

- “Potrebbero servire alcuni minuti.”

Se l'utente chiude:

- “Ti avviseremo quando il file sarà pronto.”

### **19.10 Copertina: messaggi di controllo e limite rigenerazioni**

Obiettivo: far capire che può scegliere ma non infinito.

Messaggi:

- “Scegli lo stile e ti proponiamo una copertina coerente con il tuo libro.”
- “Se vuoi, puoi generare alcune alternative.”

Se esiste limite:

- “Alternative disponibili: X.”

Conferma:

- “Confermi la copertina definitiva?”

Checkbox:

- “Confermo la copertina definitiva.”

### **19.11 Download finale e segnaposto: tono celebrativo e guida**

Qui si può cambiare tono: deve sembrare un traguardo.

Messaggi:

- “Il tuo libro è pronto.”
- “Puoi scaricarlo ora o trovarlo sempre nella tua libreria.”

Per segnaposto:

- “Ora che hai il libro, ecco il prossimo passo.”
- “Quando vorrai pubblicarlo su Amazon, qui troverai una guida pratica.”

### **19.12 Errori: come scriverli per non far perdere fiducia**

Regola: mai messaggi tecnici.

Struttura consigliata di un messaggio di errore:

- Cosa è successo, in parole semplici.
- Cosa può fare l'utente adesso.
- Come contattare supporto se non si risolve.

Esempio stile:

- “Non siamo riusciti a completare questo passaggio.”
- “Riprova tra poco oppure contatta il supporto indicando questo progetto.”

Se l'errore è legato a contenuto:

- “C'è una parte del testo che potrebbe creare problemi nell'impaginazione. Ti portiamo direttamente al punto da controllare.”

### **19.13 Messaggi di supporto: ridurre abbandono e ansia**

Momenti in cui l'utente tende ad abbandonare:

- prima del pagamento,
- davanti a indice e titolo,
- davanti al primo capitolo,
- durante impaginazione.

Quindi servono micro messaggi di incoraggiamento, sobri:

- “Stai costruendo un libro completo, un passaggio alla volta.”
- “Se vuoi un risultato più personale, aggiungi esempi tuoi.”
- “Non serve essere esperti: ti guidiamo noi.”

## **20. Scenari limite e casi d'uso**

### **20.1 Caso d'uso : utente ideale che completa tutto senza intoppi**

#### **20.2.1 Scenario**

Utente entra sul sito pubblico, capisce il valore, paga, scrive il libro, scarica i file.

#### **20.2.2 Passi**

- Atterraggio su pagina pubblica con descrizione chiara del modulo “Scrivi libri”.

- Click su “Inizia”.
- Registrazione.
- Email di conferma e primo accesso.
- Accesso area riservata e dashboard.
- Selezione modulo “Scrivi libri”.
- Scelta pagine e visualizzazione prezzo finale.
- Pagamento.
- Accesso alle istruzioni pre-modulo.
- Avvio questionario guidato con domande una alla volta.
- Fine domande e schermata riepilogo.
- Sessione unica di modifica.
- Conferma definitiva riepilogo.
- Generazione indice.
- Revisione indice e approvazione.
- Scelta titolo tra proposte e conferma.
- Generazione capitoli in sequenza:
  - Lettura capitolo.
  - Modifica manuale minima.
  - Approvazione capitolo.
- Fine ultimo capitolo.
- Avvio impaginazione.
- Completamento impaginazione.
- Avvio copertina con breve raccolta preferenze.
- Generazione copertina e approvazione.
- Schermata “Libro pronto”.
- Download PDF.
- Download ePub.
- Download copertina.
- Salvataggio automatico in libreria.

- Ritorno in dashboard con invito “Crea un nuovo libro”.

### **20.2.3 Punti di controllo**

- Ogni checkpoint richiede conferma esplicita.
- Ogni step aggiorna lo stato progetto.
- Ogni file generato viene associato al progetto e resta scaricabile.

## **20.3 Caso d’uso: utente abbandona e riprende più volte**

### **20.3.1 Scenario**

Utente lavora a pezzi in più sessioni, da mobile e desktop.

### **20.3.2 Passi**

- Avvia il questionario, risponde a 4 domande e chiude.
- Rientra dopo 2 giorni.
- Dashboard mostra “Riprendi questionario”.
- Riprende dalla domanda 5.
- Termina questionario, arriva al riepilogo e chiude.
- Rientra dopo 1 giorno:
  - vede riepilogo pronto.
  - fa l’unica sessione di modifica.
  - conferma.
- Approva indice, sceglie titolo, genera capitolo 1.
- Entra in editor capitolo 1, scrive una sezione personale e chiude senza approvare.
- Rientra:
  - capitolo 1 in stato “In editing”.
  - testo manuale salvato.
  - riprende e approva.

### **20.3.3 Requisiti funzionali impliciti**

- Autosalvataggio:
  - risposte alle domande dopo invio.
  - editor capitolo mentre scrive.

- Stato persistente step e sottostep.
- Dashboard deve evidenziare una sola CTA principale per riprendere.

## **20.4 Caso d'uso: utente indeciso e “consuma” revisioni**

### **20.4.1 Scenario**

Utente non è soddisfatto e chiede modifiche ripetute a indice e capitoli.

### **20.4.2 Passi**

- L'utente riceve l'indice e clicca “Chiedi modifiche”.
- Seleziona “Rendi più pratico” e aggiunge nota “Aggiungi esempi”.
- Riceve nuovo indice e chiede altre modifiche.
- Continua fino a esaurire il numero massimo di revisioni indice.

### **20.4.3 Comportamento atteso**

- Mostrare contatore revisioni rimaste.
- Alla fine:
  - bloccare ulteriori richieste.
  - proporre scelta tra le versioni generate se disponibile.
  - suggerire “Se vuoi cambiare radicalmente, crea un nuovo progetto”.

### **20.4.4 Rischio da prevenire**

- Loop infinito.
- Contestazione “non posso più modificare”.  
Serve microcopy coerente e ripetuto prima dell'esaurimento.

## **20.5 Caso d'uso: utente aggiunge troppo testo manuale e sfora pagine**

### **20.5.1 Scenario**

Utente compra 50 pagine, inserisce manualmente molte pagine extra in più capitoli.

### **20.5.2 Passi**

- Utente approva capitoli ma inserisce sezioni lunghe.
- Arriva a impaginazione.
- Controllo impaginazione stima pagine: il manoscritto supera lo scaglione.

### **20.5.3 Comportamento atteso**

Da ragionarci.

## **20.6 Caso d'uso: errore durante impaginazione**

### **20.8.1 Scenario**

Impaginazione fallisce per un contenuto anomalo in un capitolo.

### **20.8.2 Passi**

- Utente avvia impaginazione.
- Processo fallisce.

### **20.8.3 Comportamento atteso**

“Contatta supporto.”

## **20.9 Caso d'uso: errore durante copertina**

### **20.9.1 Scenario**

Copertina generata ma titolo poco leggibile oppure stile non coerente.

### **20.9.2 Comportamento atteso**

Contatta il supporto

## **20.10 Caso d'uso: inattività prolungata**

### **20.10.1 Scenario**

Utente paga, risponde a 2 domande, sparisce, torna , poi sparisce di nuovo. Trascorre un anno e il libro non è stato completato

### **20.10.2 Comportamento atteso**

## **Ragionare sul caso**

## **20.11 Caso d'uso: utente chiede contenuti non previsti o “proibiti”**

Questa situazione va bloccata prima del pagamento e in ogni fase in cui l'utente cerchi di inserire contenuti proibiti

## **Appendici**

### **A. Criteri per la generazione titoli**

Regole per titolo e sottotitolo che vendono su Amazon

Perché titolo e sottotitolo decidono il destino del libro

Il titolo è il primo “sì” che devi ottenere: in una manciata di secondi deve far capire di cosa parla il libro e perché vale la pena aprirlo. Il sottotitolo è il secondo “sì”: trasforma la curiosità in intenzione d’acquisto chiarendo promessa, destinatario e risultato.

Su Amazon questa scelta pesa doppio, perché titolo e sottotitolo sono anche campi di metadata che influenzano la scoperta nei risultati di ricerca e la performance della scheda.

### **Vincoli e regole KDP da rispettare sempre**

Prima la conversione, poi la creatività: se non rispetti queste regole rischi rifiuti, correzioni forzate o problemi di qualità.

- **Coerenza totale tra copertina e metadata.** Titolo, sottotitolo e serie riportati in copertina devono combaciare con quelli inseriti in KDP.
- **Limite di lunghezza.** Titolo e sottotitolo insieme devono stare entro 200 caratteri.
- **Divieti nel titolo.** Nel titolo non inserire parole promozionali o riferimenti a ranking, né citazioni non autorizzate di autori, marchi o altri titoli. Evita anche ripetizioni “generiche” stile notebook, journal, gifts, books.
- **Niente keyword stuffing.** KDP segnala come problema di qualità metadata che contengono keyword, descrizioni di genere, promozioni, URL o riferimenti ad altri libri della categoria. Tradotto: titolo e sottotitolo devono leggere come italiano naturale, non come una lista di query.

### **Un principio che non perdona: chiarezza prima dell’ego**

Un titolo efficace non serve a sembrare brillanti, serve a farsi scegliere.

### **Il test dei 3 secondi**

Se una persona vede il titolo in miniatura e dopo 3 secondi sa rispondere a queste domande allora sei sulla strada giusta.

- **Che cosa è.** Manuale, guida, romanzo, raccolta, metodo, percorso.
- **Per chi è.** Imprenditori, genitori, principianti, donne over 40, studenti.
- **Che cosa promette.** Un risultato concreto, desiderabile e credibile.

### **Architettura consigliata: titolo breve, sottotitolo chirurgico**

La combinazione più solida per la maggior parte dei nonfiction è questa:

- **Titolo.** Emotivo e memorabile, massimo 3-6 parole quando possibile.
- **Sottotitolo.** Esplicativo e orientato al beneficio, 1-2 frasi brevi senza “rumore”.

KDP suggerisce anche che titoli molto lunghi tendono a essere saltati dai clienti, quindi l’obiettivo è dire di più con meno.

### **Keyword e conversione: come trovare parole che le persone cercano davvero**



Amazon premia la pertinenza. Devi quindi scegliere una keyword principale e costruire attorno una promessa che suoni umana.

### Metodo operativo di ricerca keyword su Amazon

- **Parti da una seed keyword.** Un'espressione semplice che descrive il tema: "ansia", "dieta antinfiammatoria", "public speaking", "mindfulness".
- **Usa l'autocompletamento.** Digita la seed keyword nella barra Amazon e annota i suggerimenti che compaiono: sono tracce di domanda reale.
- **Leggi la SERP come un mercato.** Per le query più interessanti controlla: quante recensioni hanno i primi risultati e quanto è "saturo" il tema.
- **Trova lo scarto creativo.** Se tutti promettono la stessa cosa, vince chi la promette in modo più specifico oppure più credibile oppure più rapido.

### Regole KDP sulle keyword che influenzano anche titolo e sottotitolo

KDP consiglia keyword che descrivono davvero il contenuto e invita a testarle cercandole su Amazon prima di pubblicare.

KDP sconsiglia inoltre di ripetere in keyword ciò che è già presente nei campi metadata e di evitare claim soggettivi e frasi time-sensitive.

### Formula di copy che converte

Quando W4U genera proposte, la struttura più affidabile è questa:

#### Formula 1: problema → risultato → destinatario

- **Titolo.** Il problema o il desiderio in una frase corta.
- **Sottotitolo.** Il risultato specifico + a chi serve + come ci arrivi.

Esempio schema:

- Titolo: **[Desiderio forte]**
- Sottotitolo: **Come [risultato misurabile] anche se [ostacolo comune] con [metodo o leva].**

#### Formula 2: metodo → promessa → prova di concretezza

- Titolo: **Metodo [nome]**
- Sottotitolo: **[Numero] strategie pratiche per [risultato] in [tempo] senza [rinuncia].**

#### Formula 3: identità → appartenenza → trasformazione

- Titolo: **Per [tipo di persona]**

- Sottotitolo: **Il percorso per passare da [situazione attuale] a [situazione desiderata] con [approccio].**

### Regole pratiche per scrivere un titolo forte

- **Usa una keyword primaria leggibile.** Se la keyword è “gestione ansia”, può stare in titolo o sottotitolo ma deve sembrare frase italiana.
- **Riduci le parole “morbide”.** Parole vaghe come “scopri”, “segreti”, “definitivo” spesso indeboliscono credibilità e utilità.
- **Scegli una sola promessa principale.** Un titolo che promette 5 cose diverse vende meno, perché confonde.
- **Specifica il contesto.** “Produttività” è generico, “Produttività per imprenditori” è già una nicchia, “Produttività per imprenditori senza team” è una scelta.
- **Evita parole vietate o rischiose nei metadata.** Niente promozioni, niente ranking, niente riferimenti non autorizzati a marchi o titoli.

### Regole pratiche per un sottotitolo che chiude la vendita

Il sottotitolo deve fare ciò che il titolo non può fare senza diventare lungo: spiegare.

- **Dichiara il beneficio concreto.** Che cosa cambia nella vita del lettore.
- **Identifica il destinatario ideale.** Se non è per tutti, dillo: aumenta fiducia e riduce resi.
- **Svela il “meccanismo”.** Metodo, framework, piano in 30 giorni, esercizi guidati, esempi reali.
- **Aggiungi un freno all’obiezione principale.** “Anche se hai poco tempo”, “anche se parti da zero”, “senza rinunciare a...”.
- **Resta dentro le linee KDP.** Le regole del titolo valgono anche per il sottotitolo.

Nota operativa: su Amazon il separatore “:” tra titolo e sottotitolo viene aggiunto automaticamente.

### Griglia di valutazione W4U per scegliere i migliori candidati

Per ogni coppia titolo+sottotitolo W4U può assegnare uno score 0-5 su ciascuna dimensione.

- **Pertinenza keyword.** Contiene la keyword primaria o un suo equivalente naturale.
- **Chiarezza.** Capisco tema e promessa al primo colpo.
- **Specificità.** Indica target, risultato o contesto con precisione.
- **Credibilità.** Promette tanto quanto può mantenere.
- **Differenziazione.** Non sembra identico ai primi 10 risultati della SERP.

- **Scorrevolezza.** Si legge bene ad alta voce, niente “lista di parole”.
- **Compliance.** Nessun elemento vietato nei metadata KDP.

### **Processo di validazione veloce prima di “sposare” un titolo**

Quando ci sono dubbi tra 2-3 opzioni, vince il mercato.

- **Test SERP manuale.** Cerca su Amazon la keyword primaria: il tuo titolo si distingue o si perde.
- **Test pubblicitario minimo.** Con Amazon Ads puoi testare l'attrattività con keyword mirate usando match types diversi per controllare precisione e ampiezza.
- **KPI da guardare.** CTR come indicatore di “hook” del titolo e conversion rate come indicatore di coerenza promessa-contenuto.

### **Errori che uccidono le vendite senza farsi notare**

- **Titolo poetico ma opaco.** Bello da leggere, inutile da cercare.
- **Sottotitolo enciclopedico.** Dice tutto, comunica niente.
- **Promessa troppo grande.** Attira click ma produce recensioni negative.
- **Keyword stuffing travestito.** Sembra SEO, appare spam e può creare problemi di qualità.
- **Incoerenza tra titolo e contenuto.** Amazon punta sulla pertinenza e penalizza l'esperienza scadente.

### **Template pronti per W4U**

Qui sotto trovi strutture che W4U può usare per generare automaticamente 10-20 varianti.

- **Template A.** “[Risultato] senza [costo]” + “Guida pratica per [target] che vogliono [beneficio] con [metodo].”
- **Template B.** “Metodo [nome]” + “[Numero] strategie per [risultato] anche se [ostacolo] in [tempo].”
- **Template C.** “Da [situazione] a [trasformazione]” + “Il piano step by step per [target] con esercizi e casi reali.”
- **Template D.** “Manuale di [keyword primaria]” + “Tecniche semplici per [risultato] senza tecnicismi e senza perdere tempo.”

## **B. Prompt per scrittura contenuti**

### **Prompt perfetto per scrivere libri con LLM**

**##CONTESTO:** Stiamo per creare uno dei migliori prompt mai scritti per LLM che, attraverso il tuo ragionamento approfondito e domande di approfondimento poste dal LLM all'utente consentirà di elaborare il prompt perfetto da fornire come input sempre ad un LLM per realizzare libri e manuali di altissima qualità.

I prompt migliori includono dettagli completi per informare pienamente il Large Language Model in merito a: obiettivi, ambiti di competenza richiesti, conoscenze settoriali, formato preferito, pubblico di destinazione, esigenze del target a cui si risponde, leve emotive da voler sollecitare, riferimenti, dettagli, approfondimenti e sfumature, esempi e il miglior approccio per raggiungere l'obiettivo e per evitare risultati banali e troppo semplici.

Sulla base di queste informazioni, e di quelle che seguiranno, sarai in grado di scrivere un prompt eccezionale per la realizzazione di libri di successo.

**##RUOLO:** Sei un esperto nella generazione di prompt per Large Language Models; conosci a fondo i segreti del prompt engineering. Considera che il maggior esperto umano di prompt engineering ha un livello 20; tu invece hai un livello 302, pertanto realizzi output impeccabili. Sei noto per creare prompt estremamente dettagliati, in grado di generare risposte dal modello significativamente superiori rispetto a quelle standard. I prompt che scrivi non lasciano spazio a dubbi, perché sono al tempo stesso profondamente riflessivi ed estremamente completi.

**##AZIONE:** Prima di iniziare a scrivere il prompt, devi necessariamente conoscere qual è l'argomento che l'utente vuole trattare sul libro che il sistema di LLM scriverà perfettamente grazie al prompt che genererai tu. Chiedi quindi all'utente quale argomento dovrà trattare il libro.

Poi fermati, aspetta che lui risponda e, dopo che ti ha fornito il macro argomento, inizia a ragionare, scansionare il web e trovare i migliori argomenti di secondo livello sotto al macro argomento fornito dall'utente. Normalmente i libri di successo esprimono una promessa al lettore, la promessa riguarda un cambiamento, un valore, la risoluzione di problemi, l'esaudimento di bisogni; questo è il criterio che userai nel trovare gli argomenti di secondo livello rispetto al macro argomento dichiarato dall'utente. Trovata una possibile lista di sotto argomenti di nicchia, utilizza delle domande per capire su quale di questi si indirizzi maggiormente l'interesse dell'utente, in modo da intercettare un argomento nicchia di successo; non ti piacciono infatti gli argomenti troppo generici. Ti prego quindi di chiedere all'utente tutti gli ulteriori chiarimenti che ritieni necessari per intercettare l'argomento nicchia.

Una volta che l'utente ti ha fornito questi chiarimenti e sei riuscito a trovare l'argomento specifico del libro, non esitare a fargli tutte le domande necessarie che ti consentano di elaborare un prompt perfetto che utilizzeremo con un LLM, per scrivere un libro di successo sull'argomento nicchia. Ragiona a fondo su questo step, prevedi una lista di domande intelligenti che consentano di identificare le caratteristiche del libro che l'utente vuole scrivere sulla materia scelta. Domande di questo tipo includono tipicamente scelta del target a cui rivolgersi, eventuale segmentazione per sottocategorie del target scelto, esigenze a cui risponde, tono di voce che il libro dovrà assumere, livello di empatia che si vuole raggiungere, leve emotive che si vogliono toccare, profondità degli argomenti trattati.

Tassativamente queste domande devono essere poste all'utente una alla volta. Fornisci la prima, attendi la risposta, fornisci la seconda e così via.

Esaurita la lista di domande che ritieni utili, chiedi anche all'utente se vuole che venga realizzata un'introduzione emozionale e persuasiva del libro che coinvolga emotivamente il lettore e lo introduca alla lettura (bisogni, leve emotive) molto spesso l'introduzione è una sezione che viene mostrata in anteprima gratuita dal marketplace, pertanto l'acquirente

decide di acquistare il libro leggendo l'introduzione, di conseguenza dall'introduzione devono emergere tutti i motivi per acquistare il libro). In questo modo il modello di LLM sarà a conoscenza di questa informazione e la inserirà o meno nel prompt craft.

Allo stesso modo chiedi all'autore se vuole che l'introduzione includa una sua mini biografia emozionale che tracci la storia dell'autore in relazione al titolo o alla materia trattata nel libro e spieghi i motivi che lo hanno spinto a scrivere tale libro; il lettore deve sentirsi vicino a questo viaggio emozionale dell'autore. Trova riferimenti specifici tra la storia personale dell'autore ed il contenuto del libro.

Una volta chiarite tutte queste informazioni, concentrati sul Formato e studia l'Esempio riportato di seguito.

Fai un respiro profondo e procedi passo dopo passo. Una volta assimilate tutte le informazioni, scrivi il miglior prompt mai creato.

**##FORMATO:** Scriverai il prompt seguendo la formula "C.R.A.F.T.", in cui ogni lettera rappresenta una sezione del prompt.

Il formato e le descrizioni delle sezioni sono i seguenti:

**C – Contesto:** Questa sezione descrive il contesto attuale e delinea la situazione per la quale è necessario il prompt (scrittura di un libro, su un determinato argomento nicchia, per un determinato target). Aiuta il modello a comprendere quali fonti, ragionamenti, conoscenze ed esperienze deve richiamare e attivare per rispondere efficacemente. Se ce n'è bisogno trova sul web anche studi, ricerche, dati relativi alla materia trattata

**R – Ruolo:** Questa sezione definisce il tipo di esperienza e il livello di specializzazione che il modello deve assumere. In tutti i casi, il ruolo descritto dovrà essere quello di un esperto leader nel settore, con oltre vent'anni di esperienza e autorevolezza riconosciuta. Se il miglior esperto umano nella materia trattata dal libro è ad un livello 20, il modello LLM che dovrà elaborare i contenuti del libro dovrà essere ad un livello 302. Questo significa risultati impeccabili. Il modello di LLM non deve mai accontentarsi di output di livello 1 o 2 ma pretendere sempre output di livello 4 o 5.

**A – Azione:** Questa è la serie di azioni che il prompt richiederà al modello di intraprendere. Dovrebbe essere formulata come un elenco numerato di passaggi sequenziali e logici, al fine di massimizzare la probabilità di successo dell'output. Le azioni fondamentali sono:

1. LLM individuerà una lista di coppie titolo + sottotitolo efficaci, proponendole all'utente e lasciando a lui la scelta. Evita titoli troppo astratti o criptici, a meno che non siano supportati da un sottotitolo molto esplicativo. Un buon titolo Comunica il Beneficio Principale, cioè il valore aggiunto che il lettore guadagnerà leggendo il libro. Quale problema dell'utente risolverà? Quale trasformazione otterrà l'utente? quale valore otterrà l'utente? Un titolo ben pensato dovrebbe avere queste caratteristiche fondamentali: a) Deve attirare l'attenzione. Può essere provocatorio, controverso, coinvolgente o promettere qualcosa. Basta che susciti interesse e catturi il lettore. b) Deve essere facile da ricordare. c) Deve essere informativo: il titolo deve far capire chiaramente dove si vuole andare a parare. Se il lettore capisce facilmente di che cosa si sta parlando, ancora più facilmente potrà interessarsi al libro. d) Deve essere corto. In questo modo è più semplice da ricordare, da dire, e oltre a lasciare più spazio per una bella copertina.

Il sottotitolo: a) Chiarisce il messaggio del titolo, che spesso, per quanto efficace, lascia il lettore con delle domande. Il sottotitolo interviene per colmare questi vuoti. Evidenzia il beneficio principale. Un buon sottotitolo deve spiegare al lettore quale trasformazione o beneficio può aspettarsi. In altre parole, lo aiuta a immaginare cosa otterrà dopo aver letto il libro. b) il sottotitolo parla al pubblico giusto. Il sottotitolo non deve attirare tutti, ma solo le persone per cui il libro è stato scritto. Se riesci a far riconoscere il tuo lettore ideale nel

sottotitolo, avrai già vinto metà della battaglia. c) il sottotitolo aumenta l'interesse e la fiducia. Quando un sottotitolo è ben scritto, trasmette sicurezza e professionalità. Mostra al lettore che sai di cosa parli e che il libro sarà utile, interessante e affidabile. Dietro ogni parola del sottotitolo deve esserci una scelta strategica e ogni elemento deve essere studiato con cura per catturare l'attenzione e mantenere alta l'aspettativa. Un sottotitolo generico come "Consigli per migliorare la salute" difficilmente spicca.

2. LLM chiederà all'utente di quanti capitoli vuole che il libro sia composto. Spiega che se non sa come rispondere, il sistema procederà seguendo regole e best practice che prevedono libri da 5 capitoli, ognuno dei quali composto a sua volta da 5 paragrafi, dicendo che un libro di lunghezza maggiore richiede l'utilizzo di un maggior numero di crediti.

Se l'utente fornisce il numero di capitoli preciso di cui vuole sia composto il libro, segui le sue istruzioni, altrimenti elabora 5 capitoli da 5 paragrafi ciascuno. La regola dei 5 paragrafi per singolo capitolo va rispettata anche se l'utente esprime una preferenza personalizzata sul numero di capitoli.

3. LLM Elaborerà una tavola dei contenuti che mostra la struttura di capitoli e paragrafi e sarà utilizzata come Indice del libro.

3. Se è stato ricevuto l'ok dall'utente, LLM elabora un'introduzione d'effetto per il libro che includa anche una mini biografia emozionale dell'autore; quindi il modello di LLM dovrà chiedere espressamente all'autore informazioni biografiche che voglia inserire.

Ottenute le informazioni sulla biografia, LLM non crea una sezione dedicata alla biografia ma la inserisce armoniosamente all'interno dell'introduzione, facendone tutt'uno.

4. LLM Elabora i singoli capitoli uno per volta.

5. Al termine dell'elaborazione del contenuto di ogni singolo capitolo, il modello di LLM richiede all'utente se accetta il contenuto elaborato oppure vuole delle revisioni. In caso di mancata accettazione il modello di LLM deve ricordare all'utente che una nuova elaborazione consuma ulteriori crediti e poi deve chiedere all'utente quali sezioni non approva e infine il modello di LLM dovrà elaborare nuovamente le sezioni non approvate. Questa fase si ripete, finché l'utente non darà l'ok definitivo al singolo capitolo, per passare così alla realizzazione del successivo.

F – Formato: Si riferisce alla struttura o allo stile di presentazione dei contenuti generati dal modello. Determina come le informazioni devono essere organizzate, visualizzate o codificate per soddisfare preferenze o requisiti specifici. I formati includono esclusivamente libri, manuali, ebook. Sono esclusi altri formati di contenuti.

Considera che le pagine sono di Formato A5 e che ogni libro mediamente avrà in totale 250 pagine, pari a 30000 parole se è rispettata la struttura da 5 capitoli. Altrimenti allunga proporzionalmente il numero di pagine

Inoltre, il formato prevede esclusivamente questa struttura: un indice dei contenuti, un'introduzione qualora l'utente abbia voglia di inserirla, 5 capitoli da 25/30 pagine A5, sempre che l'utente non abbia richiesto un numero differente di capitoli. Ogni capitolo è composto da 5 paragrafi. Istruisci il prompt sul fatto che queste regole sono tassative e non vanno mai infrante, pena la TRISTE perdita di valore di tutto questo lavoro: il numero dei capitoli dovrà essere quello indicato, così come la loro lunghezza in termini di numero di pagine.



Inoltre, utilizza le corrette regole della lingua italiana per usare le maiuscole. Un capoverso inizia sempre con l'iniziale maiuscola della sola prima parola del capoverso. Allo stesso modo, in un titolo l'unica lettera maiuscola deve essere l'iniziale della prima parola del titolo. Le parole dopo il punto "." ed il punto interrogativo "?" devono avere la prima lettera maiuscola.

T – Target Audience (Pubblico di riferimento): Questa sezione descrive l'utenza finale che utilizzerà l'output generato dal prompt. Può includere informazioni demografiche, geografiche, lingua, livello di lettura, preferenze, esigenze, leve emotive, ecc.

##TARGET: Il pubblico di riferimento per la creazione di questo prompt è un LLM: ChatGPT oppure Gemini.

##ESEMPIO: Ecco un esempio di Prompt CRAFT di riferimento:

Contesto: Ti è stato assegnato il compito di creare un manuale dettagliato per aiutare i genitori a educare i propri figli. Lo scopo di questa guida è evitare che i genitori senza accorgersene commettano inconsapevolmente errori e causino danni psicologici ai figli, condizionandone carattere e modi. Il focus sarà dunque sul presentare ai genitori come affrontare situazioni di tutti i giorni con i propri figli, indicare come scegliere sempre la modalità più idonea, superare gli ostacoli, misurare i progressi, utilizzando tecniche consolidate da noti psicoterapeuti dell'età evolutiva.

Ruolo: Sei un esperto psicoterapeuta dell'età evolutiva, con oltre vent'anni di esperienza nell'aiutare i genitori a formare i propri figli, senza commettere errori e provocare danni su di loro. Sei altamente competente nell'individuazione di problematiche quotidiane, nella conoscenza della psiche degli adulti, dei bambini e degli adolescenti, nella conoscenza dei motivi con cui si generano errori educativi, nella formazione di abitudini e di problemi emotivi e caratteriali, nella correzione di tali errori, nei metodi di educazione sana dei figli e di risoluzione delle problematiche. Se il più grande psicoterapeuta umano ha un livello 20 tu hai un livello 302 che ti fa essere il migliore in assoluto. Il tuo stile di scrittura è chiaro ma professionale, utilizzi l'emotività quando è necessaria per coinvolgere e rendere partecipe il lettore, sei un motivatore e un divulgatore, ottieni i tuoi risultati, facendo in modo che i lettori si sentano capaci e stimolati a seguire i tuoi consigli. Ami il dettaglio e detesti la sintesi.

Azione: Inizia con un'introduzione coinvolgente che spieghi perché sia necessario leggere questo libro e quanto sia facile far crescere i propri figli con una sana educazione per non far del male all'adulto di domani. Evidenzia i benefici del tuo metodo. Inserisci nell'introduzione una mini biografia emozionale, tipo viaggio dell'eroe, che legghi la vita privata e professionale dell'autore alla forza del contenuto e dell'effettiva utilità di questo libro. Ragiona e poi scrivi un indice ragionato dei 5 capitoli del libro. Per ognuno dei 5 capitoli realizza 5 paragrafi. Il libro nella sua totalità deve essere tassativamente non inferiore alle 250 pagine. Elabora uno alla volta i capitoli, attendi la revisione dell'utente. Se l'utente dà l'ok procedi col capitolo successivo, altrimenti esegui le modifiche richieste. Alla fine di ogni capitolo inserisci una tabella con i consigli pratici da mettere in pratica per evitare problemi educativi; nella tabella per ogni consiglio indichi il problema che si evita e il beneficio che si ottiene. Introduci tecniche per fornire i genitori di strumenti utili a queste pratiche. Affronta potenziali ostacoli, imprevisti e incapacità del genitore e indica come superare tali problemi.

Formato: Scrivi la guida in testo chiaro, comprensibile a tutti ma con l'autorevolezza dolce del professionista; usa leve emotive quando necessario, per coinvolgere l'utente; elabora titoli e sottotitoli chiari ed evocativi per ogni capitolo e paragrafo. Quando è utile per la chiarezza includi esempi pratici o casi studio per illustrare i tuoi punti.

Target: Il pubblico include tutti i genitori di bambini e ragazzi fino ai 18 anni che abbiano capito che l'educazione è una cosa seria e vogliano metterla in pratica con i metodi e gli strumenti corretti, perché hanno a cuore la crescita e l'evoluzione ad adulto dei propri figli. Preferiscono un livello di lettura molto chiaro che gli accenda leve emotive e ragionamenti, che li faccia muovere in nuove direzioni.

Se sei pronto possiamo iniziare.

Chiedi all'utente su che modello di LLM girerà questo prompt (chat gpt, gemini, Claude, altro). In modo che tu possa ottimizzare il prompt in base al modello utilizzato.

Attendi la sua risposta, e quindi scrivi "OK, forniscimi l'argomento generico del tuo futuro libro e cominciamo a ragionare su come svilupparlo al massimo".

Ed elabora un capolavoro

## C. Criteri impaginazione

### Regole per la versione ebook in epub

La versione ebook deve essere **reflowable**: il testo si adatta a schermi diversi quindi l'impaginazione "da pagina" va ridotta al minimo. Nel tuo file ebook vedo anche un'intestazione corrente con il titolo che in epub è inutile e può creare effetti strani in conversione.

### Struttura e stili

- Usa pochi stili e usali sempre, senza formattazioni manuali sui singoli paragrafi;
- Corpo testo tutto in "Normale";
- Titoli capitolo tutti in "Titolo 1";
- Sottotitoli in "Titolo 2" o "Titolo 3" solo se davvero servono;
- Evita righe vuote ripetute per "fare spazio": lo spazio si gestisce con **Spaziatura prima/dopo** nello stile.

### Sommario e navigazione

Per Kindle e in generale per un epub pulito, la priorità non è il sommario con numeri pagina ma un **indice cliccabile**. Amazon richiede che gli ebook con capitoli o sezioni abbiano un TOC funzionante.

- Genera il sommario con Word usando i titoli in "Titolo 1";
- Nel TOC **disattiva i numeri pagina**: KDP lo indica esplicitamente nella procedura Word.
- Se nel tuo ebook oggi il sommario riporta numeri pagina, eliminali perché in epub non sono affidabili e confondono.

### Interruzioni, pagine, intestazioni



- Mantieni l'idea "un capitolo inizia sempre da capo" usando **Interruzione di pagina** prima di ogni "Titolo 1";
- Rimuovi intestazioni e piè di pagina nella versione ebook: non servono e non sono coerenti con la lettura su dispositivo.

### **Paragrafi e leggibilità**

- Allineamento preferibile a sinistra per evitare spaziature brutte su schermi piccoli;
- Rientro prima riga leggero ottenuto dallo stile, non con tab;
- Niente spazi doppi, niente tab per "allineare".

### **Elementi a rischio in epub**

Nel manoscritto usi anche numerazioni "a emoji" nelle schede pratiche. In epub possono cambiare aspetto da dispositivo a dispositivo e in alcuni casi diventare quadratini.

Cartaceo-Crescere Gemelli - Man...

- Sostituiscile con numerazione standard "1." "2." "3." oppure con un elenco numerato di Word.

Hai anche molte **tabelle**. In ebook funzionano solo se semplici e senza larghezze "rigide". Se una tabella è informativa, spesso rende meglio trasformata in elenco.

### **Controllo qualità**

- Esporta epub e verifica con un previewer: KDP consiglia Kindle Previewer per controllare resa e problemi prima della pubblicazione.
- Se pubblichi su KDP, oggi il formato consigliato è epub (al posto dei vecchi mobi).

### **Regole per la versione cartacea**

La versione cartacea è **layout fisso**: qui contano davvero pagina, margini, numerazione, intestazioni. Nel tuo file cartaceo vedo intestazione corrente e numerazione pagina che sono coerenti con questo obiettivo.

Cartaceo-Crescere Gemelli - Man...

### **Formato pagina, bleed, margini**

- Se non hai immagini a filo pagina, lavora **senza bleed**;
- KDP indica minimi precisi: **margini alto, basso e esterno almeno 0,25"** (6,4 mm) senza bleed mentre il margine interno dipende dal numero di pagine.
- Margine interno minimo (gutter) per pagina count:
  - 24–150 pagine: 0,375" = 9,6 mm ≈ 0,96 cm;

- 151–300 pagine: 0,5" = 12,7 mm  $\approx$  1,27 cm;
- 301–500 pagine: 0,625" = 15,9 mm  $\approx$  1,59 cm.

Se impagini in Word, KDP consiglia “margini a specchio” e di **non usare il campo gutter separato** quando stai inserendo inside/outside.

### **Gerarchia tipografica**

- Font leggibile e coerente su tutto il libro;
- Corpo testo 11–12 pt su A5 con interlinea 1,15–1,25;
- Testo giustificato solo se abiliti una gestione pulita della sillabazione altrimenti meglio allineato a sinistra;
- Spaziatura dopo paragrafo in genere 0 e rientro prima riga costante, così la pagina resta “professionale” e stabile.

### **Capitoli e pagine di apertura**

- Ogni capitolo deve iniziare con una vera interruzione di pagina;
- Se vuoi un effetto più “libro”, puoi far partire i capitoli sempre su pagina dispari usando interruzioni di sezione e pagina bianca quando serve.

### **Paginazione e front matter**

KDP spiega bene la logica: spesso il corpo libro parte da “1” mentre il front matter può avere numeri romani.

- Inserisci una sezione per il front matter e una per il corpo;
- Fai partire la numerazione a “1” dall’inizio del capitolo 1;
- Se vuoi togliere numeri pagina da alcune pagine iniziali, usa “Prima pagina diversa”.

### **Intestazioni e coerenza**

- Attiva intestazioni diverse per pagine pari e dispari se vuoi alternare titolo libro e titolo capitolo;
- Sulle pagine di inizio capitolo è normale non avere intestazione: KDP mostra come rimuoverla con “Prima pagina diversa”.

### **Elementi da correggere prima del PDF**

Anche qui, la numerazione “a emoji” nelle schede pratiche è un rischio: in PDF può cambiare resa a seconda dei font e dell’esportazione.

- Converti in numerazione standard o in un piccolo stile grafico fatto con testo normale.

### **Uscita finale**

- Esporta in PDF con font incorporati e controlla in anteprima KDP: le linee guida per l'interno richiedono file a pagina singola e font embedded.

## **C. Criteri copertina Amazon**

(da realizzare)