
THE PROMPT MASTER

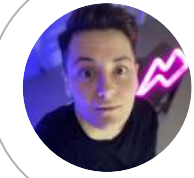
>>>>>

CHATGPT PER IL MARKETING



>>>>>

WWW.THEPROMPTMASTER.IT



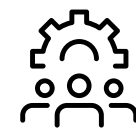
LE SKILLS NECESSARIE:



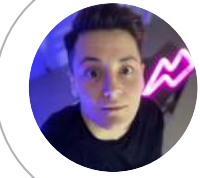
COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO



FORMULAZIONE DEL PROBLEMA



PENSIERO CRITICO



GLI INGREDIENTI SEGRETI



↗ Ruolo

Assegnare un ruolo al modello aiuta a circoscrivere lo scope di informazioni sulle quali andrà a lavorare rendendo l'output più coerente con la richiesta

↗ Task

Gli LLM generano testo. Specificare l'azione che si vuole che il modello compia lo aiuterà a prendere la direzione giusta nell'output generato

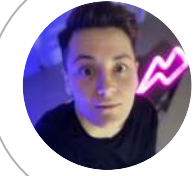
↗ Contesto

Fornire tutte le informazioni di contesto necessarie alla macchina la aiuta a generare risposte pertinenti e correlate alle nostre intenzioni iniziali



Ma prima vediamo un po' di

ERRORI COMUNI E COME EVITARLI



1 PROMPT VAGHI

2 CONTESTO SCARSO

2 CONTESTO SCARSO



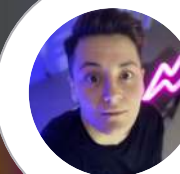
DOMANDE?



SCARICA LE SLIDE

Inquadra il QR CODE
e scarica le slide
per averle sempre a
portata di mano





BRAND & STRATEGIA



1

Sei un esperto di brand strategy.



Ricerca online informazioni approfondite sul brand Bottega Verde e prepara un Dossier Brand & Audience orientato al Black Friday contenente:

Pilastri di marca, tone of voice grid, no-go & compliance, audience map con i cluster principali, canali prioritari con ruolo di ciascuno, key proof points e insight stagionali utili.



2

Definisci goal misurabili per ciascun canale indicando:



- KPI primari/secondari, baseline ipotetica, target BF e finestra temporale.
- 3 ipotesi testabili
- Piano dati minimo da raccogliere per l'ottimizzazione.



3

[canvas]

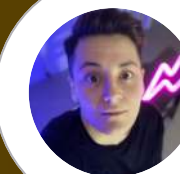


Trasforma il Dossier in un Brand Context Canvas con campi fissi:

Missione BF - Valori irrinunciabili - Promessa al cliente - Evidenze/RTB -

Segmenti & motivazioni - Messaggi tabu - Rischi reputazionali - Glossario

parole da usare/da evitare e tutta la successiva analisi effettuata sui canali



CONCEPT CREATIVO





1

Sei un esperto di creative director omnichannel per il settore beauty.



Sulla base del dossier in allegato, proponi 4 scope creativi per il Black Friday di Bottega Verde.

Per ciascuno indica tensione creativa (problema/insight - promessa BV), idea principale + 2 key-message, indice di coerenza con i valori e rischi reputazionali, applicabilità omnicanale e trigger comportamentali usati.



2

Seleziona i 2 scope più robusti e sviluppa per ciascuno una Concept Sheet
con:



Idea - Promessa - Tone & Mood - Customer Journey - Touchpoint prioritari -
Attivazioni influencer/micro-influencer - inclusioni visive consigliate
(descrittivo, non grafica) - vincoli legali/promozionali.



3

Conduci un Pre-Mortem creativo:

elenca i 7 rischi principali per ciascun concept e definisci per ognuno mitigazioni e piano di validazione rapida.



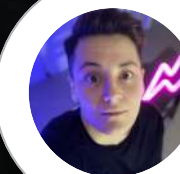


4

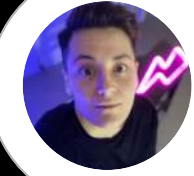
[canvas]

crea un documento descrittivo dei due concept che
include anche il pre mortem





CONTENT ARCHITECTURE



1

Sei un esperto di comunicazione omnicanale e CRM nel retail beauty.



Costruisci la gerarchia dei messaggi per i 2 concept in allegato distinguendo:

Idea guida - Messaggio primario - Supporting messages. Varianti per due segmenti: Clienti fedeli vs Nuovi clienti. CTA per canale e fase.



2

Redigi blocchi di copy riutilizzabili per gli asset chiave:

Email: 3 oggetti, preheader, body 2 versioni: valore/urgenza.

Social: 3 post brevi, descrizione visual, 2 caption lunghe.

E-commerce: hero headline, sub-headline, bullet valore.

In-store: headline vetrina, body breve.

Usa {SCONTO%}, {PRODOTTO}, {DATA}, {CODICE} come placeholder.





3

[canvas]



Genera ora 3 slogan per ciascuno dei 2 concept e chiudi con un Creative Brief sintetico che riassume obiettivi, target, segmenti, promise, tono, touchpoint, deliverable, KPI, vincoli.



INFLUENCER MARKETING



1

Sei un esperto di influencer marketing nel settore beauty & retail.

Sulla base dei materiali in allegato individua 10 profili ideali macro, micro e nano-influencer per una campagna Black Friday di Bottega Verde.

Per ciascuno definisci:

- Categoria (macro/micro/nano).
- Tipologia di contenuti realizzati
- KPI medi di settore





2

ricerca online 3 profili macro, micro e nano per ciascuna di queste 10 categorie di creator individuate in precedenza.



Per ciascuno indica Nome, Categoria (macro/micro/nano), Valori coerenti con il brand, Tipologia di contenuti realizzati, Perché funziona



3

Crea una Matrice di Selezione per valutare i profili.

Assi: Coerenza con i valori BV vs Potenziale di conversione.

Inserisci i 10 influencer nei quadranti. Evidenzia i 4 più strategici (high fit + high conversion).





4

[canvas]



Scrivi un Documento di raccomandazione con i 4 profili selezionati:

Indica perché sono la scelta giusta per il Black Friday, la tipologia di attivazione consigliata, i formati che massimizzano la conversione per la loro audience e i KPI da monitorare.



5

[canvas]



Scrivi ora un Influencer Brief standardizzato da inviare, che includa:

Obiettivi della campagna.

Linee guida sul tone of voice.

Hashtag obbligatori e menzioni brand.

Policy legali e di disclosure.



6

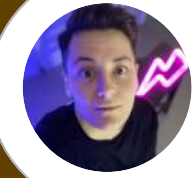
[canvas]



Disegna un Flow di attivazione influencer (timeline) che mostri:

- attività pre-lancio
- attività nel D-Day
- attività last call

Indica in quale fase attivare ciascun creator e in che modo farlo.



PAID MEDIA



1



Sei un social media strategist per brand beauty.

Integra i contenuti degli influencerin allegato in un calendario editoriale per i canali social di Bottega Verde.

Indicami possibili giornate di uscita contenuti influencer, post BV ufficiali complementari e formati di amplificazione (repost, stories con UGC, live co-branding).



2

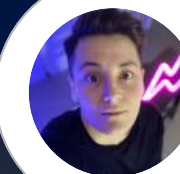
Crea un piano di Paid Boost per sostenere i contenuti migliori con criteri di scelta, segmenti target da colpire e budget split





3

Scrivi un protocollo di test per ottimizzare la campagna paid con 3 varianti di copy (urgenza vs valore, brand vs offerta diretta, etc), metriche di riferimento e decision rules. ↗



MECCANICHE PROMOZIONALI





1

Sei un esperto di retail promotion e customer loyalty nel settore beauty.



Analizza il brief in allegato e creami 5 idee di meccaniche promozionali per il Black Friday Bottega Verde, bilanciando:

- Convenienza diretta
- Valore aggiunto
- Gamification
- Omnicanalità



2

Valuta ciascuna idea con una scheda di scoring su:

- allineamento al brand
- attrattività per clienti fedeli vs nuovi
- fattibilità logistica
- potenziale di conversione





3

Seleziona le 2 meccaniche più efficaci e sviluppa un Promotional Concept Sheet per ciascuna con descrizione sintetica, customer journey, canali di attivazione, reward/benefit percepito e KPI da misurare.





4

crea ora un set di coupon digitali Black Friday per Bottega Verde con:

- 3 varianti di tipologia per clienti fedeli
- 3 varianti di tipologia per nuovi clienti
- formato coupon



5

Prepara un Coupon Distribution Flow che indichi la timeline di invio, i canali prioritari, la frequenza e le regole di esclusione

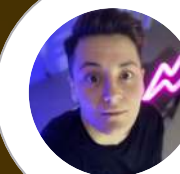




6

creami un documento riassuntivo di tutte le meccaniche
di coupon analizzate





LOCAL ACTIVATION





1

[canvas]



Sei un esperto di retail marketing.

Analizza il brief in allegato e prepara un documento che permetta ai franchisee di utilizzare in autonomia la campagna Black Friday.

Il documento deve spiegare come declinare i concept creativi a livello locale, suggerire testi personalizzabili da inserire in comunicazioni geolocalizzate, fornire indicazioni pratiche su come sfruttare i coupon e indicare quali canali locali possono risultare più efficaci.



2

[canvas]



Crea tre esempi concreti di mini-campagne locali già pronte: una campagna social geolocalizzata su Facebook, una newsletter dedicata ai clienti di un singolo punto vendita e una locandina stampabile con spazi lasciati aperti per inserire nome e dettagli del negozio.



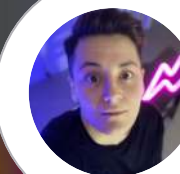
3

[canvas]



Prepara una checklist semplice che i franchisee possano seguire durante la settimana del Black Friday.

La checklist deve distinguere le attività da svolgere prima del lancio, quelle del giorno dell'evento e quelle successive, utili per mantenere vivo il rapporto con i clienti anche dopo la campagna.



VISUAL MERCHANDISING



1

Sei un esperto di visual merchandising per il settore beauty retail.

Sulla base del brief in allegato, prepara un elenco ragionato dei materiali in-store indispensabili per il Black Friday.





2

Scrivi i testi da utilizzare su questi materiali distinguendo tra headline brevi e incisive, micro-copy esplicativi e call to action semplici e dirette, adatte a spingere il cliente ad agire subito in negozio.





3

Definisci un piano operativo che indichi quando allestire i materiali, come suddividere i compiti tra store manager, staff e sede centrale, e in che modo assicurare che la comunicazione offline sia coerente con quella diffusa sui canali digitali.

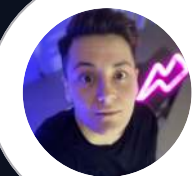




4

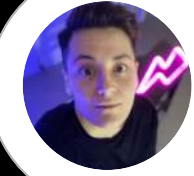
Crea un documento riassuntivo dei materiali in-store con testi da utilizzare
e piano operativo





CRISIS MANAGEMENT





1

Sei un esperto di crisis communication. Sulla base degli allegati, elenca i 5 scenari di crisi più probabili per la campagna Black Friday di Bottega Verde. Per ciascuno scenario descrivi il rischio per il brand, l'impatto operativo e il livello di urgenza di risposta.





2

[canvas]



Prepara un Crisis Playbook sintetico con le azioni immediate da intraprendere per ogni scenario, distinguendo tra comunicazione verso l'esterno e comunicazione interna.



3

Scrivi per ciascuno scenario di crisi un set di messaggi preimpostati per

- comunicazione social
- email ufficiale ai clienti coinvolti
- script per customer care





4

adatta questi messaggi in due versioni, una rivolta ai clienti fedeli e una per i nuovi clienti



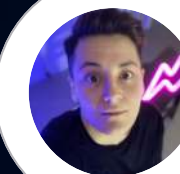


5

[canvas]



Prepara una guida rapida al Tone of Voice in situazioni di crisi, con esempi pratici di frasi da usare e da evitare.



COMUNICAZIONE INTERNA



1

[canvas]



Sei un esperto di internal communication.

Prepara un pacchetto di comunicazione interna che riassume gli obiettivi della campagna, il concept creativo, la gestione delle crisi e il ruolo di ciascun reparto.

Includi anche una sezione FAQ con risposte standard utili soprattutto per il customer care e una timeline condivisa che scandisca i momenti principali della campagna.



2

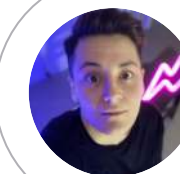
Scrivi il testo di un messaggio ufficiale della sede centrale da inviare a franchisee e team interni.

Il messaggio deve annunciare la campagna, spiegare brevemente gli obiettivi e indicare un referente per eventuali domande o dubbi.



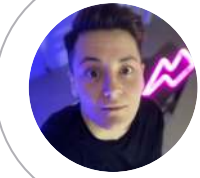


DOMANDE?



Ok, facciamo un

PROJECT WORK DI GRUPPO



+

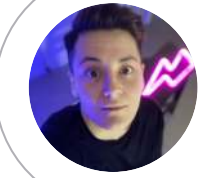
CREIAMO UNA CAMPAGNA ↗

Ad ogni gruppo verrà
assegnata una
stagionalità tra queste.

Il gruppo lavorerà
utilizzando ChatGPT per
realizzare la campagna.

Stagionalità:

- 🎄 Natale
- 🌸 Festa della Mamma
- ☀️ Estate & Solari
- 📚 Back to School
- ❤️ San Valentino



1 TASK **COMPRENDERE IL CONTESTO STAGIONALE**

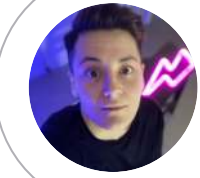


Obiettivo

analizzare il contesto aziendale, di mercato e i comportamenti dei consumatori legati alla stagionalità scelta.

Attività

con ChatGPT i gruppi raccolgono dati, trend e insight sul periodo (es. motivazioni d'acquisto, rischi, opportunità per il brand).



2

TASK

BRAINSTORMING E SCELTA DEL CONCEPT

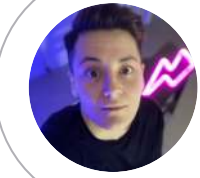


Obiettivo

generare idee creative e selezionare quella più forte e coerente con i valori di Bottega Verde per la stagionalità

Attività

i gruppi usano prompt di brainstorming per ottenere almeno 3–4 proposte di concept, poi discutono e scelgono la più convincente.



3

TASK

COSTRUZIONE DEL MESSAGGIO E DEL BRIEF

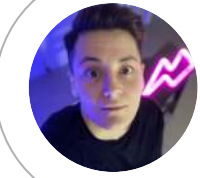


Obiettivo

tradurre il concept selezionato in precedenza in messaggi chiave e in un brief operativo dettagliato

Attività

i gruppi definiscono headline, micro-copy e call to action principali, e redigono un breve brief creativo con obiettivi, target, tono di voce e canali.



4 TASK SVILUPPO MECCANICA PROMOZIONALE

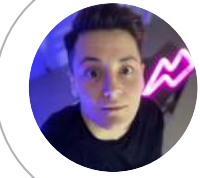


Obiettivo

ideare una promozione coerente con la stagionalità e il concept scelto per la campagna

Attività

ogni gruppo propone 2 possibili meccaniche promozionali e sceglie quella più adatta e ne descrive la customer journey.



5

TASK

SVILUPPO DEL PIANO DI CAMPAGNA

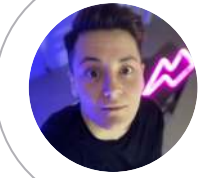


Obiettivo

tradurre il concept, i messaggi chiave e la meccanica promozionale in una vera e propria campagna con piano operativo

Attività

ogni gruppo sceglie un canale prioritario (es. social media, CRM, in-store) e sviluppa un mini piano di campagna, con contenuti, timing e KPI di monitoraggio.



+

PRESENTAZIONE FINALE



Ogni gruppo presenta la propria idea.

il gruppo racconterà l'idea in 5 minuti presentando informazioni su questi punti:

Punti:

- Contesto e insight
- Concept
- Messaggi chiave
- Meccanica Promozionale
- Piano Operativo



DOMANDE?



SCARICA LE SLIDE

Inquadra il QR CODE
e scarica le slide
per averle sempre a
portata di mano





MI TROVI QUI!

Linkedin:

Lucia Cenetempo

Instagram:

@the_prompt_master



GRAZIE