
THE PROMPT MASTER

>>>>

IL POTERE DELL'AI GENERATIVA



>>>>

WWW.THEPROMPTMASTER.IT

Partiamo da una domanda.

Quanti credono che
l'AI Generativa
SIA IL FUTURO?



IONO

Non è il futuro, è il presente.

STA SUCCEDENDO ORA.

Ma quindi...

Si tratta di una bolla destinata
AD ESPLODERE?

Mettiamola così:
stiamo vivendo la 4^a
RIVOLUZIONE INDUSTRIALE

Si tratta di qualcosa di più potente dell'avvento di internet.

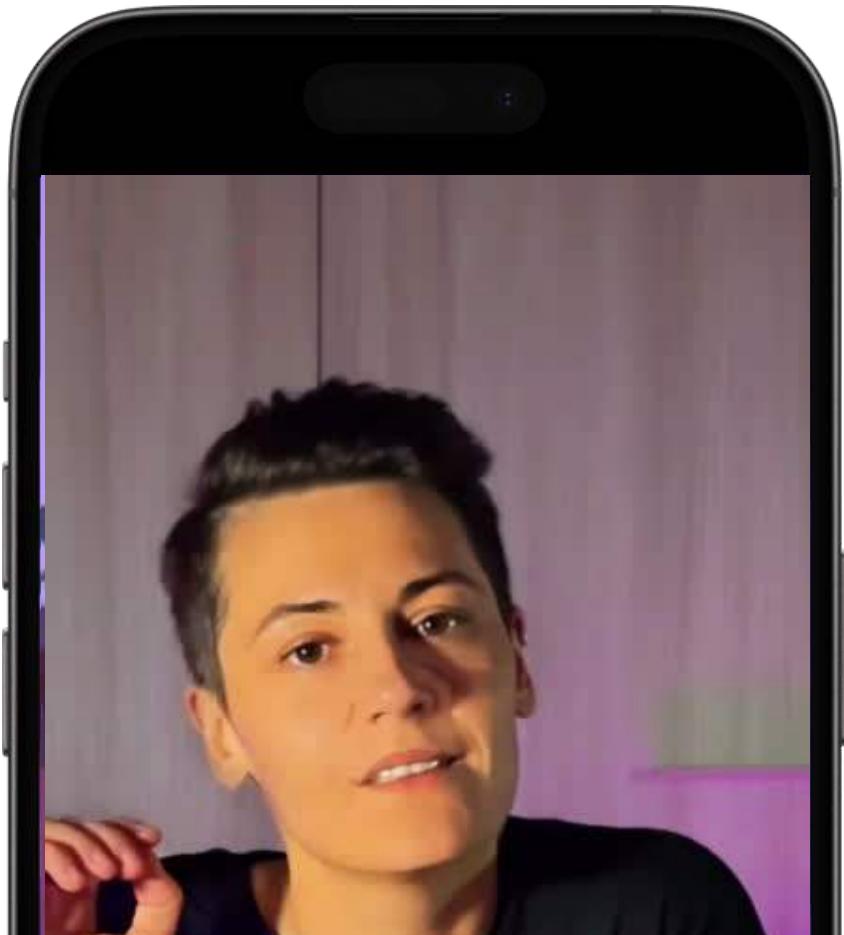
SONO

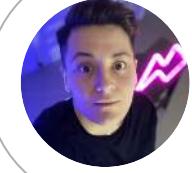
LUCIA CENETIEMPO

 @the_prompt_master

 @luciacenetiempo

Mi sono specializzata nel campo dell'AI generativa con una missione:
rendere l'AI accessibile e comprensibile a tutti.





Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert

COME LO FACCIO?

 @the_prompt_master

 @luciacenetiempo

**Dimostro come questa tecnologia può
aumentare la produttività e
ottimizzare gran parte dei processi aziendali.**

Attraverso il mio profilo Instagram **The Prompt Master**, i corsi su **AIPPlay**, speech ad eventi come l'**AIWeek** e collaborazioni con aziende leader guidate da imprenditori e professionisti nel mondo dell'AI.

SCARICA LE SLIDE

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





La vera domanda oggi è:

**Quanto posso permettermi
di restarne fuori?**



Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert

Ogni minuto che passa

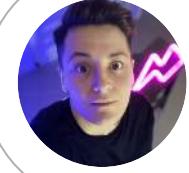
5 aziende Europee adottano
L'AI GENERATIVA

Fonte: AWS – Unlocking Europe's AI Potential 2025



Oltre il 90% di queste ha già
sperimentato impatto diretto su
PRODUTTIVITÀ E RICAVI

Fonte: AWS – Unlocking Europe's AI Potential 2025



Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert

UN PO' DI DATI

↗ **~19,5 miliardi di dollari
di valore di mercato**

per l'AI generativa in Europa
con **crescita annua del 33%**.

↗ **il 41% delle grandi
aziende in Europa**

usa già a pieno l'AI generativa,
contro **11% delle PMI**.

↗ **il 53% delle grandi
aziende Italiane**

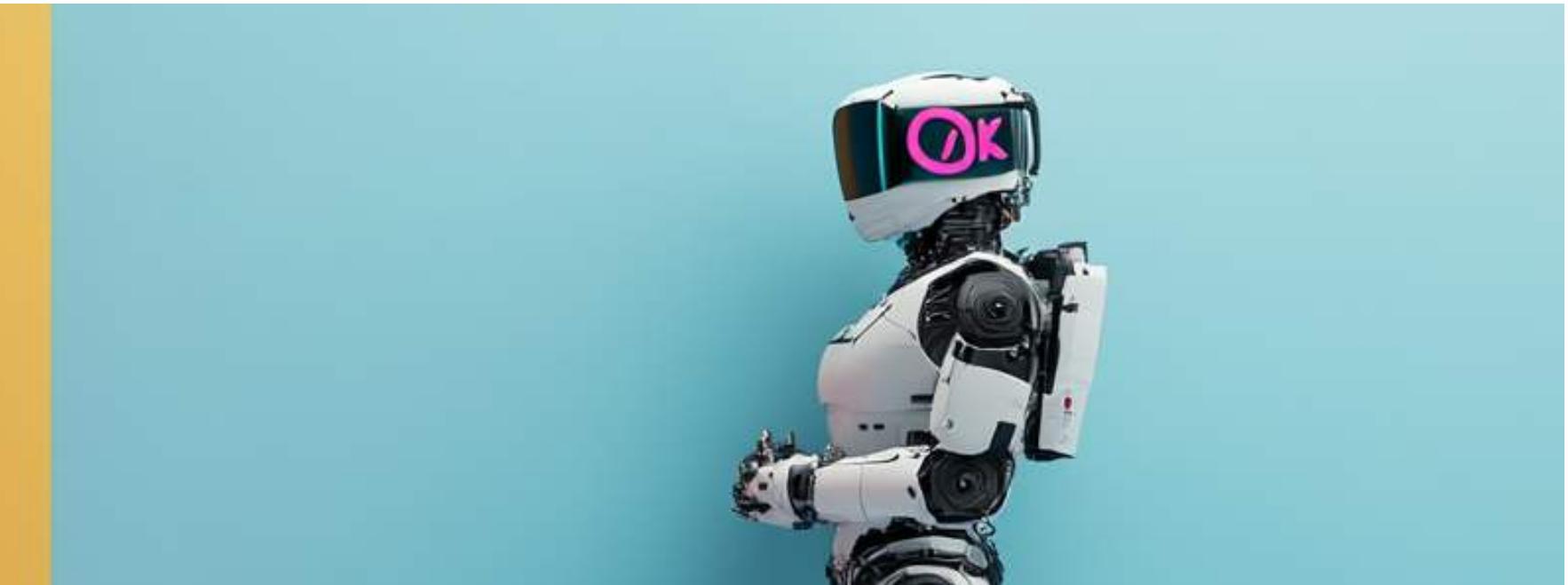
usa la Gen AI contro **42% Francia e 45% Germania**

Fonte: Eurostat 2024 – Use of AI in Enterprises



**Perché tutto questo interesse?
La risposta è
IL TEMPO**

UN LAVORATORE CON PIÙ TEMPO LIBERO SARÀ PIÙ CREATIVO, STRATEGICO E PRODUTTIVO

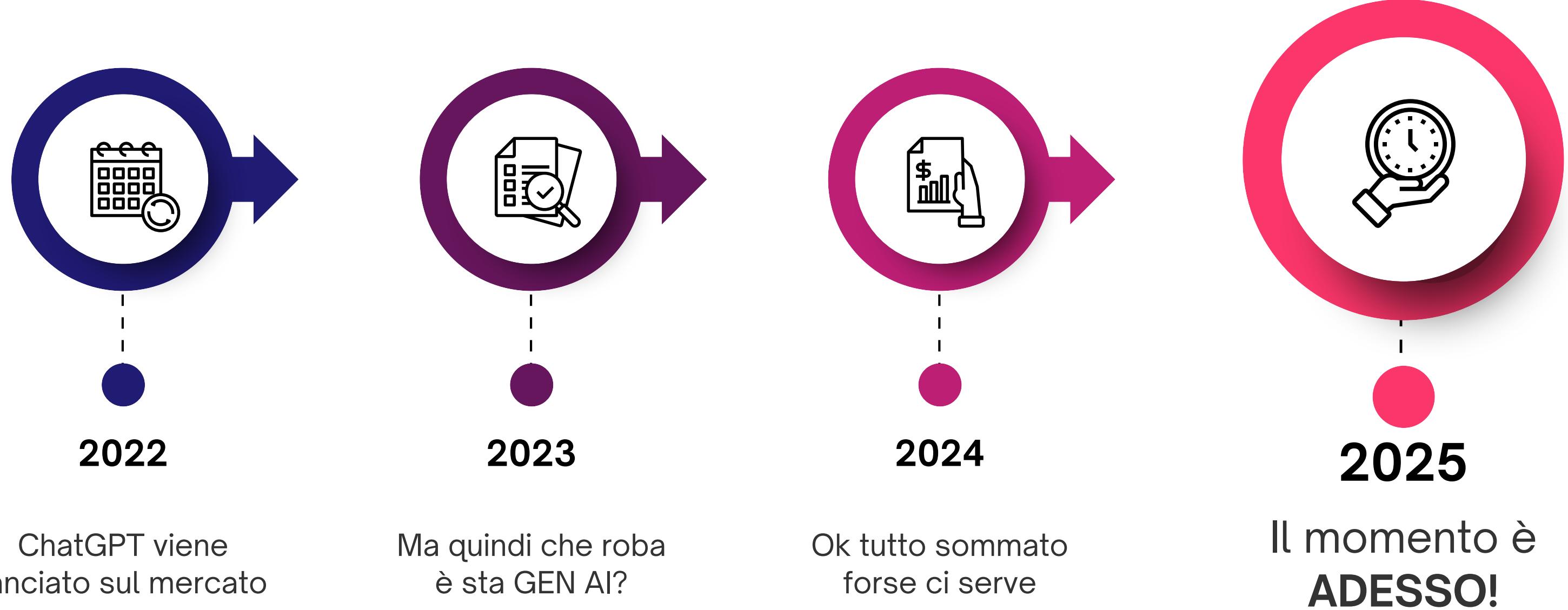


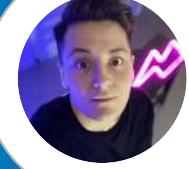
↗ **Attenzione però.**

Più tempo non significa più lavoro.

Prova ad utilizzare quel tempo per migliorare skills E performance ad alto valore umano.

Ma quindi...
**perchè iniziare
OGGI?**





Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert

L'AI NON È UNA SCATOLA MAGICA

Non basta premere un bottone...
Richiede sempre degli input umani!

Si tratta del più grande esempio di garbage in, garbage out: se diamo input scadenti, otterremo risultati scadenti.

QUALI SONO I MODELLI?

↗ **TEXT
TO
TEXT**

Es. ChatGPT

↗ **TEXT
TO
IMAGE**

Es. Midjourney

↗ **TEXT
TO
VIDEO**

Es. Runway

↗ **TEXT
TO
AUDIO**

Es. Suno

Cosa possiamo fare con i modelli

**TEXT
TO
IMAGE**

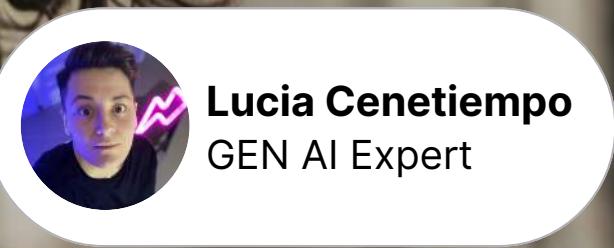
Con i modelli di immagini, possiamo:

- Generare concept visivi
- Creare moodboard
- Costruire storyboard visivi per progetti

Esempi di applicazioni:

Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion.

QUESTE PERSONE NON ESISTONO



Cosa possiamo fare con i modelli

**TEXT
TO
VIDEO**

Con i modelli di video, possiamo:

- Creare video a partire da immagini
- Creare video a partire da testo
- Costruire mini video promozionali

Esempi di applicazioni:

Runway, Pictory, Sora



Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert

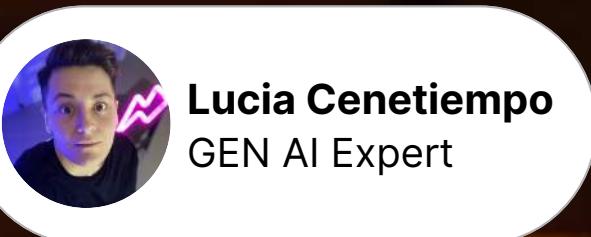
OCCHIO ALLE MANI ➡





Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert





↗

Cosa possiamo fare con i modelli

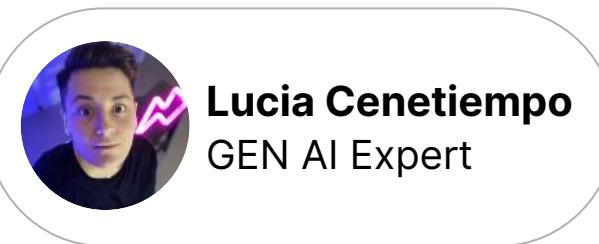
TEXT
TO
AUDIO

Con i modelli di audio, possiamo:

- Creare podcast o doppiaggi per video
- Generare canzoni personalizzate.
- Clonare voci

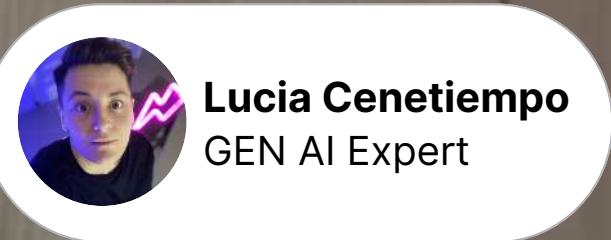
Esempi di applicazioni:

Suno, HeyGen, ElevenLab



V3





Ok.

COS'È DAVERO CHATGPT?

MODELLO TEXT TO TEXT



I modelli text to text vengono addestrati per imparare la struttura del linguaggio umano e generare risposte coerenti e contestualmente appropriate



**Addestrato su
una mole
gigantesca di dati**

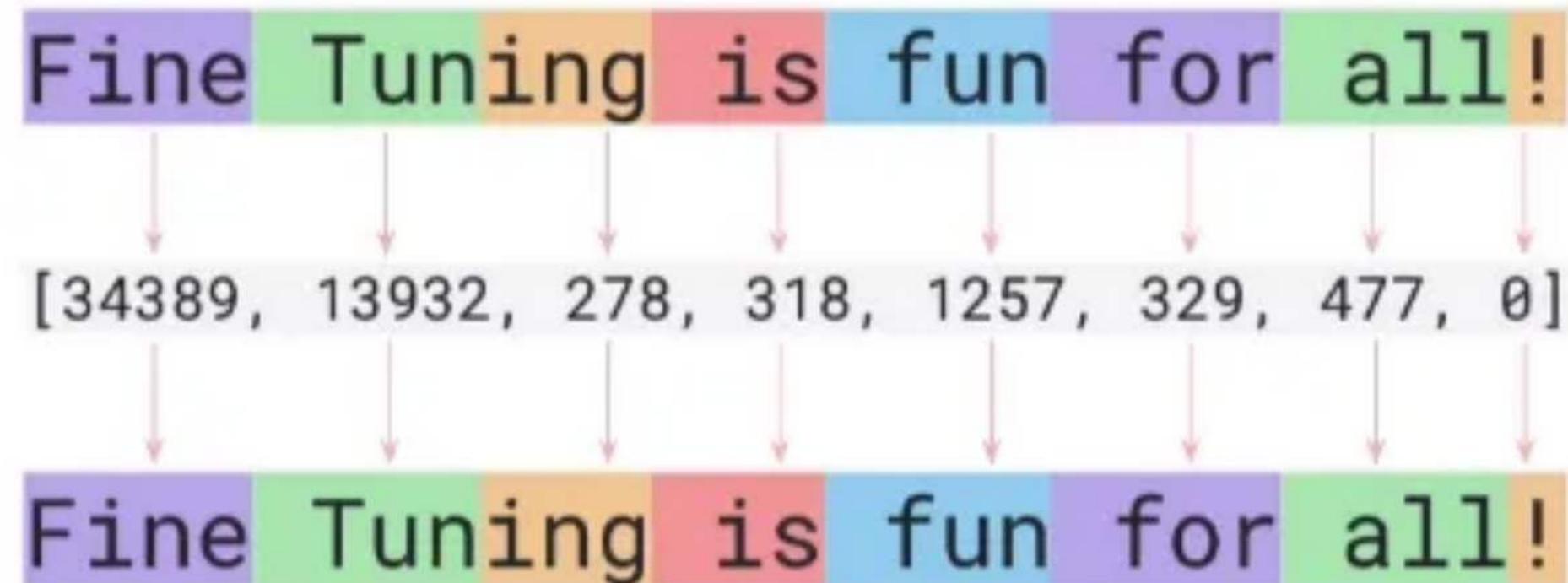


**Interpreta i pattern
del linguaggio
umano e li riproduce**



**Ha funzioni extra
come analisi dei dati
e ricerca web**

COME FUNZIONA?



I token

Il processo di generazione del testo inizia con l'input, che viene convertito in token.

I token possono essere parole intere, parti di esse o singoli caratteri, a seconda del modello di tokenizzazione adottato.

COME FUNZIONA?



↗ Tokenizzazione

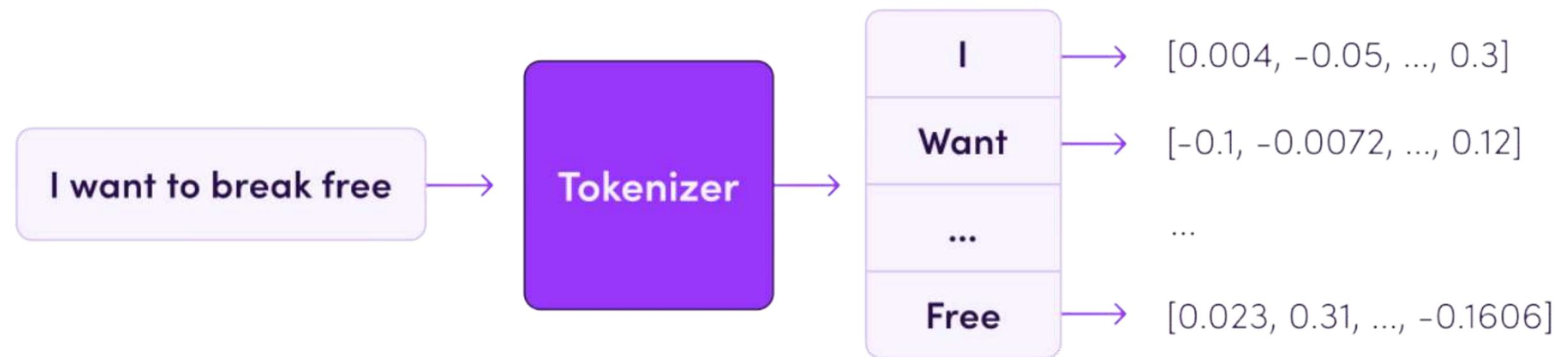
Il modello prende l'input testuale e lo scomponete in unità più piccole.

↗ Vettorializzazione

Ogni token viene mappato in uno spazio vettoriale e viene convertito in numero.

↗ Generazione output

Ogni vettore viene usato per prevedere la parola successiva nel contesto.



Parliamo ora di

PROMPT ENGINEERING

ZERO SHOT PROMPTING

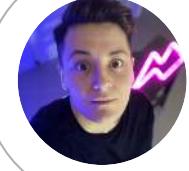


Prompt semplice basato su una descrizione del compito.

Il modello utilizza la sua conoscenza generale per fornirci una risposta adeguata e pertinente senza partire da esempi forniti da noi.

Quando serve?

Quando vuoi ottenere una risposta o un output diretto senza fornire esempi specifici o una guida dettagliata su come ti aspetti che risponda.



Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert

ZERO SHOT PROMPTING



Scenario

Un utente ha bisogno di tradurre rapidamente una frase da una lingua all'altra senza configurare manualmente la lingua di destinazione.

Prompt

Traduci in italiano: 'Where is the nearest train station?'

Risultato

Il modello fornisce la traduzione corretta "Dov'è la stazione dei treni più vicina?" senza ulteriori dettagli.

ZERO SHOT PROMPTING



+ Vantaggi

- **Efficienza:** non è necessario fornire troppi dettagli e informazioni al modello, risparmiando tempo e risorse
- **Versatilità:** permette di utilizzare il modello subito in contesti diversi senza ulteriori personalizzazioni

- Svantaggi

- **Precisione variabile:** la mancanza di esempi specifici può portare a risposte meno accurate o dettagliate
- **Chiarezza necessaria:** un prompt poco chiaro porta risposte vaghe, quindi si deve essere molto chiari

FEW SHOT PROMPTING



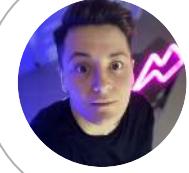
Prompt arricchito con alcuni esempi specifici che illustrano al modello come dovrebbe rispondere a compiti simili.

Il modello utilizza questi esempi per generare una risposta più accurata, basandosi su un pattern riconosciuto.

Quando serve?

Quando desideri una risposta specifica e accurata, soprattutto in casi in cui il contesto o lo stile di risposta è importante.

Fornendo esempi, puoi assicurarti che il modello segua un pattern riconosciuto.



FEW SHOT PROMPTING



Scenario

Un utente vuole creare descrizioni di prodotto per un e-commerce, utilizzando uno stile specifico già impiegato in precedenza.

Prompt

**Esempio: 'Elegante giacca in pelle nera, perfetta per le serate più fresche.
Realizzata con materiali di alta qualità, offre comfort e stile in un unico capo.'"
Descrivi questo prodotto: 'Schermo da 6,5 pollici, fotocamera da 48 MP, memoria interna da 128 GB.'**

Risultato

Il modello fornisce una descrizione come "Smartphone di ultima generazione con ampio schermo da 6,5 pollici per un'esperienza visiva immersiva. Fotocamera da 48 MP, cattura ogni dettaglio delle tue foto."

FEW SHOT PROMPTING



+ Vantaggi

- **Maggiore accuratezza:** fornendo al modello degli esempi specifici, si ottiene un output più preciso e pertinente, riducendo le ambiguità
- **Adattabilità:** il modello viene guidato verso una specifica modalità di risposta, adattandosi meglio alle esigenze del contesto

- Svantaggi

- **Richiede più risorse:** per creare un prompt efficace, è necessario dedicare più tempo a fornire esempi pertinenti e ben strutturati
- **Meno efficienza:** Il processo di prompting potrebbe risultare meno immediato in situazioni dove la rapidità è fondamentale

CHAIN-OF-THOUGHT

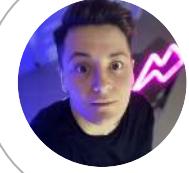


Prompt che indica al modello di seguire una sequenza di pensieri o passi logici per arrivare alla risposta finale.

Questo approccio aiuta il modello a strutturare il ragionamento in modo più chiaro e dettagliato.

Quando serve?

**Quando il task richiede il superamento di un problema complesso.
Questo metodo è particolarmente efficace in situazioni dove è importante comprendere i passaggi logici che portano alla risposta finale.**



Lucia Cenetiempo
GEN AI Expert

CHAIN-OF-THOUGHT



Scenario

Un utente vuole verificare il processo di ragionamento utilizzato dalla macchina per arrivare alla soluzione finale di un problema matematico

Prompt

Risolvi il seguente problema matematico, descrivi il tuo ragionamento step by step. Problema: Se Maria ha 15 mele e ne dà 7 a Carlo, quante mele le restano?

Risultato

I modello risponde con una sequenza di pensieri: "Maria inizia con 15 mele. Se ne dà 7 a Carlo, dobbiamo sottrarre 7 da 15. 15 meno 7 fa 8, quindi Maria ha 8 mele rimaste."

CHAIN-OF-THOUGHT



+ Vantaggi

- **Migliore comprensione:** favorisce un'elaborazione più approfondita del problema, migliorando la qualità della risposta
- **Trasparenza:** permette di vedere il processo logico del modello, facilitando la verifica e la comprensione delle risposte

- Svantaggi

- **Maggiore complessità:** richiede un prompt più articolato e dettagliato, il che può richiedere più tempo per la configurazione
- **Risposte più lunghe:** il modello elabora il suo ragionamento, quindi le risposte possono risultare più verbose e complesse

Niente paura,

NON SERVE IMPARARLI TUTTI

Adesso

VI FACCIO VEDERE
QUANTO È FACILE

LE SKILLS NECESSARIE:



COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO



FORMULAZIONE DEL PROBLEMA



PENSIERO CRITICO

Ma prima vediamo un po' di

ERRORI COMUNI E COME EVITARLI

1

PROMPT VAGHI



✗ Invece di:

Dammi un suggerimento
per la mia strategia di
marketing.

✓ Prova con:

**Quali strategie social funzionano
meglio per un e-commerce di
cosmetici naturali?**

2

CONTESTO SCARSO



✗ Invece di:

Scrivimi un post linkedin sul
mondo dell'intelligenza
artificiale

✓ Prova con:

**Scrivi un post LinkedIn per
professionisti su come l'AI può
aumentare la produttività.**

3

TROPPOA LIBERTÀ



✗ Invece di:

Scrivimi un post per il mio blog su come usare l'AI generativa

✓ Prova con:

Scrivi un articolo ottimizzato SEO su come usare l'AI, includendo titolo, sottotitoli ed esempi pratici

Tocca a te.

PROVA A MIGLIORARE
QUESTI PROMPT...

1

PROMPT VAGHI



 Invece di:

Aiutami a capire perchè
l'engagement rate dei miei
post è basso

 Prova con:

1

PROMPT VAGHI



 Invece di:

Aiutami a capire perchè
l'engagement rate dei miei
post è basso

 Prova con:

**Spiegami perchè l'engagement
rate dei miei post è basso
basandoti sui dati in allegato**

2

CONTESTO SCARSO



 Invece di:

Scrivimi una mail per
vendere il mio prodotto

 Prova con:

2

CONTESTO SCARSO



✗ Invece di:

Scrivimi una mail per
vendere il mio prodotto

✓ Prova con:

**Scrivi una mail utilizzando il mio
tone of voice per presentare il
mio prodotto descritto sotto...**

3

TROPPOA LIBERTÀ



✗ Invece di:

Proponimi un itinerario di
viaggio in Spagna

✓ Prova con:

3

TROPPOA LIBERTÀ



✗ Invece di:

Proponimi un itinerario di
viaggio in Spagna

✓ Prova con:

**Scrivi un itinerario per un viaggio
in Spagna di 7 giorni in primavera
con arrivo a Barcellona**

Ok, ci siamo?

**BENE,
TI SPIEGO
UN TRUCCO.**

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

IL PROMPT PERFETTO

Ecco gli ingredienti magici.

Sei un esperto in...

[creazione di campagne di marketing, scrittura contratti di collaborazione, sviluppo di nuovi prodotti, creazioni di presentazioni efficaci, etc.]

Queste sono le informazioni su cui basarti:

[target della campagna, argomento e informazioni sul contratto, descrizione del prodotto, topic della presentazione e punti fondamentali]

Il tuo compito è aiutarmi a...

[creare una campagna di marketing efficace, scrivere un nuovo contratto per..., sviluppare l'idea per un prodotto di..., creare una presentazione su...]



Approfondiamo
IL RUOLO

IL RUOLO

A cosa serve?

Facciamo un test live:

Prompt

Creami la struttura di una presentazione sulla Grecia.

IL RUOLO

A cosa serve?

Adesso aggiungiamo il ruolo:



Prompt

Sei un esperto in storia dell'arte.

Creami la struttura di una presentazione sulla Grecia.

IL RUOLO

A cosa serve?

Vediamo un altro esempio:



Prompt

Sei un esperto venditore di pacchetti turistici.

Creami la struttura di una presentazione sulla Grecia.

Approfondiamo
IL CONTESTO

IL CONTESTO

A cosa serve?

Proviamo ad aggiungerlo al nostro prompt:



Prompt

Sei un esperto venditore di pacchetti turistici.

Creami la struttura di una presentazione sulla Grecia.

Queste sono le informazioni su cui basarti: prezzo 2300€, dedicato a famiglie con bambini, periodo di inizio primavera.

**Ma c'è un modo migliore per creare
IL CONTESTO**

IL CONTESTO

A cosa serve?

Proviamo ad aggiungerlo al nostro prompt:



Prompt

Sei un esperto venditore di pacchetti turistici.

Creami la struttura di una presentazione sulla Grecia.

Queste sono le informazioni su cui basarti: prezzo 2300€, dedicato a famiglie con bambini, periodo di inizio primavera.

Prima di iniziare, fammi 5 domande necessarie per approfondire il contesto della richiesta.

E quindi?

COME PUOI PORTARLO NEL TUO BUSINESS?

FACCIAMO UN GIOCO.



Prova a chiedere a ChatGPT:

“ Sei un esperto [titolo]
nel settore [settore].

Indicami 20 modi in cui
utilizzeresti ChatGPT
per migliorare il tuo lavoro

ANALISI DI MERCATO

1

ANALISI DI MERCATO



Sei un esperto di digital marketing.

Analizza i principali trend attuali nel settore [es. e-commerce di prodotti sostenibili] a livello globale. Utilizza fonti aggiornate e restituisci un elenco con i 5 trend più rilevanti e descritti brevemente.

2

ANALISI DI MERCATO



Approfondisci il trend [uno dei trend], spiegando come sta cambiando le abitudini di consumo online e indicando 3 esempi reali di brand che stanno cavalcando questa tendenza.

3

ANALISI DI MERCATO



In base al trend selezionato, suggerisci 2 opportunità strategiche non ancora esplorate a fondo nel mercato digitale e come un brand potrebbe posizionarsi in quel contesto.

4

ANALISI DI MERCATO



Crea il file 01-anilisi-mercato.docx

STUDIO COMPETITORS

1

COMPETITORS



Sei un esperto di digital marketing.

Analizza online i principali competitor nel settore descritto in allegato.

Descrivi per ciascuno: posizionamento, canali usati, tone of voice e punti di forza evidenti.

2 COMPETITORS ↑

Individua 3 aree in cui potrei ottenere un vantaggio competitivo concreto.

3

COMPETITORS



Crea il file 02-competitors.docx

VALIDAZIONE DELLE IDEE

1

VALIDAZIONE IDEE



Sei un esperto di digital marketing strategico.

Elabora un'analisi SWOT completa per un brand che opera nel mercato descritto in allegato, considerando elementi interni come punti di forza e debolezza ed esterni come opportunità e minacce.

2

VALIDAZIONE IDEE



In base alla SWOT, utilizza la ricerca online e identifica 2 micro-nicchie digitali promettenti che risultano sottovalutate o non ancora saturate.

3

VALIDAZIONE IDEE



Definisci un piano rapido per validare una delle nicchie selezionate, includendo una campagna test, canali suggeriti e KPI per misurare l'interesse del pubblico.

BRAND IDENTITY



1

BRAND IDENTITY



Sei un esperto di branding.

Aiutami a definire la mission, la vision e i valori fondamentali per un brand digitale che opera nel settore descritto in allegato.

Voglio un linguaggio chiaro, autentico e ispirazionale.

2

BRAND IDENTITY



Sviluppa il tone of voice del brand basandoti su mission e valori.

Voglio esempi concreti di come questo tono cambia su diversi canali: social media, newsletter e sito web.

3

BRAND IDENTITY



Scrivi un brand manifesto sintetico ma impattante, da usare come guida per il team interno e nella comunicazione verso il pubblico.

4

BRAND IDENTITY



Proponi una unique value proposition forte e memorabile, che possa essere usata nel sito, in ADV e nelle presentazioni aziendali.

5

BRAND IDENTITY



Elenca i principali asset digitali in cui va applicata la brand identity: indicami per ciascuno come deve riflettersi mission, tone e valori.

6

BRAND IDENTITY



Genera il file 03-brand.docx con tutte le informazioni identificate

IL MARKETING

1

MARKETING



Sei un esperto di digital marketing.

Crea 3 buyer personas dettagliate per il brand descritto in allegato.

Inserisci dati demografici, obiettivi, sfide, e canali preferiti.

2 MARKETING



Per ciascuna persona, definisci il messaggio chiave più persuasivo da comunicare. Considera motivazioni d'acquisto, paure e valori.

3 MARKETING



Crea per ogni target una value proposition personalizzata da usare nei testi ADV e landing page. Deve essere chiara, diretta e orientata al beneficio.

4 MARKETING



Genera il file 04-target.docx con tutte le informazioni identificate per ciascun target

I CONTENUTI

1

CONTENUTI



Sei un esperto copywriter.

Scrivi 3 headline persuasive per una campagna Facebook Ads per il brand descritto in allegato con obiettivo lead generation per ciascun target individuato.

2 CONTENUTI



Per ogni headline, crea un testo breve da usare per post sponsorizzati su Facebook, LinkedIn e Google Ads, adattando tono e lunghezza al canale.

3

CONTENUTI



Ora crea una versione alternativa di ciascun testo con una CTA diversa così da poterle testare in A/B.

4

CONTENUTI



Scrivi ora tre versioni del messaggio riadattandolo rispettivamente per: Google Ads, Facebook Ads e LinkedIn Sponsored Post.

5 CONTENUTI



Mantieni il messaggio coerente ma riscrivi ogni versione ottimizzandola per il contesto: testo più d'impatto per Facebook, più formale per LinkedIn, più conciso per Google Ads.

6

CONTENUTI



Ora crea una caption per Instagram e una per TikTok per lo stesso prodotto, con tono più informale e creativo, mantenendo l'efficacia comunicativa.



PERSONALIZZA I CONTENUTI

1

PERSONALIZZA



Sei un esperto di digital marketing.

Mappa il customer journey di un potenziale cliente per il business descritto in allegato, suddividendolo in: Awareness, Consideration, Decision, Retention, Advocacy.

2

PERSONALIZZA



Per ogni fase, suggerisci contenuti e touchpoint ideali (es. blog, lead magnet, email, retargeting, onboarding), con esempi pratici di applicazione.

3

PERSONALIZZA



Progetta ora un funnel completo basato sui target in allegato con azioni e contenuti specifici per ogni fase.

4

PERSONALIZZA



Personalizza il funnel per 3 segmenti differenti: nuovo utente, lead caldo, cliente attivo. Indica per ciascuno i messaggi da usare, i canali preferenziali e i trigger d'azione.

Ok

LAVORIAMO ORA SU CASI SPECIFICI PER EMPATIK.

1

INDIVIDUA IL PROCESSO



Analizza il processo aziendale in cui sei coinvolto.

Descrivilo in una sequenza di singoli step chiari

 **Esempio:**

- 1 - Ricezione brief cliente**
- 2 - Analisi target**
- 3 - Creazione copy**
- 4 - Revisione interna**
- 5 - Invio al cliente**

2

ANALIZZA GLI STEP



**Analizza ciascuno step
in maniera obiettiva.**

Individua se può essere
automatizzato, accelerato
o se l'AI non è applicabile.

 **Esempio:**

- 1 - Ricezione brief cliente**
- 2 - Analisi target**
- 3 - Creazione copy**
- 4 - Revisione interna**
- 5 - Invio al cliente**

=> **Non applicabile**
=> **Automatizzato**
=> **Accelerato**
=> **Accelerato**
=> **Accelerato**

ECCO I MIEI CONSIGLI



↗ Identifica i punti critici

Prima di tutto chiediti: **dove può fare la differenza l'AI nel mio business?**

Non si tratta di sostituire il lavoro umano, ma di **potenziare le persone** nelle attività a più alto impatto.

↗ Testa e ottimizza

Molti falliscono nell'adozione dell'AI perché partono con **aspettative irrealistiche**.

L'approccio vincente è **sperimentare su piccola scala**, misurare i risultati e ottimizzare i processi.

↗ Supera le resistenze

Molti faticano a integrare l'AI non per limiti tecnologici, ma per **barriere culturali**.

Lavora per abbattere internamente queste barriere **facendo formazione su questi strumenti**.

SCARICA LE SLIDE

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





MI TROVI QUI!

Linkedin:

Lucia Cenetiempo

Instagram:

@the_prompt_master

GRAZIE