**GreenMove – Mobilità Sostenibile**

GreenMove è una startup che vende monopattini elettrici, bici a pedalata assistita e accessori smart. L’obiettivo è aiutare le persone a spostarsi in città in modo ecologico e pratico.

**Segmentazione**

Ho individuato tre segmenti principali.  
Il primo è il **Tech Commuter**: clienti molto digitali, fanno acquisti frequenti e spendono tanto, comprano soprattutto online e usano spesso l’app. Sono attratti dalla tecnologia e vogliono mezzi veloci e connessi.  
Il secondo è l’**Eco-Family User**: famiglie che cercano soluzioni sostenibili e affidabili. Comprano sia online che in negozio, spendono in modo ragionato e vogliono qualcosa che duri.  
Il terzo è l’**Urban Trend Seeker**: giovani che comprano di rado, spesso per impulso, attratti dal design. Acquistano online e non usano l’app.

**Buyer Personas**

Per il primo segmento ho pensato a **Davide**, 35 anni, project manager. Usa il monopattino per evitare il traffico e controlla tutto dall’app. È un tipo molto aggiornato e compra appena esce qualcosa di nuovo.

Poi c’è **Serena**, 44 anni, insegnante e madre. Vuole spostarsi in modo ecologico con la famiglia. Si informa molto, acquista se è convinta della qualità. Preferisce un mix tra online e negozio.

Infine **Fabio**, 27 anni, studente lavoratore. Ha scoperto GreenMove su TikTok, ha comprato un monopattino pieghevole perché era bello e comodo. Compra se il prodotto è figo e accessibile.

**Interazione con ChatGPT**

Ho chiesto a ChatGPT di creare le tre personas con una breve storia, età e motivazioni.  
Per Davide ha suggerito una campagna email sul nuovo GPS integrato e un post social sulla sua routine smart.  
Per Serena, un’email per promuovere e-bike junior e un contenuto social su mobilità sostenibile in famiglia.  
Per Fabio, una promozione su monopattini leggeri e un video social stile influencer su TikTok.