7 prompt per potenziare la tua strategia di marketing

AI: efficienza e idee innovative al servizio del marketing management.

delmonte
A DIGITAL 360 COMPANY

INTRODUZIONE

Una solida gestione del marketing è fondamentale per far crescere un business, ma essere un marketing manager non è affatto una passeggiata. Hai decisioni da prendere, scadenze da rispettare, team da guidare e obiettivi da raggiungere. Ma c'è una novità: l'Intelligenza Artificiale. E se pensi che l'AI serva solo per velocizzare le attività operative, ti sbagli. Può essere anche un ottimo assistente per aiutarti a pensare in modo più intelligente e prendere decisioni migliori.

In questa guida scopriremo come creare una strategia di marketing efficace, supportati dall'AI.

Avrai l'occasione di sperimentare come l'Intelligenza Artificiale può rivoluzionare l'analisi di mercato e della concorrenza, la definizione degli obiettivi e molto altro, ottenendo suggerimenti pratici su come integrare questa tecnologia in ogni aspetto del tuo percorso di marketing management.

Mettiti comodo e preparati a sperimentare. Scoprirai che l'IA può fare la differenza quando si tratta di plasmare e realizzare la tua strategia di marketing!

Come utilizzare questo ebook

Se non hai ancora avuto la possibilità di esplorare ChatGPT e gli altri strumenti AI, la prima parte dell'ebook potrebbe essere molto utile per familiarizzare con questa nuova tecnologia. Se, invece, ChatGPT non è una novità per te, puoi passare direttamente alla sezione "La tua strategia di marketing (con ChatGPT)".

*Qui troverai **7 prompt** che coprono gli aspetti chiave di una strategia di marketing efficace, dall'analisi della concorrenza fino all'ottimizzazione continua.*

Vai ai prompt

Scegli il prompt che più ti interessa - l'indice è cliccabile - e inizia subito a esplorarlo. Ogni sezione ti offre un caso pratico e la relativa risposta fornita da ChatGPT-4 (la versione avanzata a pagamento).

Non esitare a mettere in pratica il prompt nel tuo contesto lavorativo: visita chat.openai.com, personalizza il prompt secondo le tue necessità e inizia a dialogare con il tuo nuovo alleato nel mondo del marketing!

Indice

Quali strumenti utilizzare? 05

- Introduzione al prompting 06
- Gli elementi di un prompt 07
- Suggerimenti extra 08

La tua strategia di marketing con ChatGPT 10

- 1. Prompt per fare brainstorming 11
- 2. Prompt per definire il target di mercato 15
- 3. Prompt per analizzare la concorrenza 18
- 4. Prompt per definire obiettivi SMART 23
- 5. Prompt per il branding 28
- 6. Prompt per introdurre nuovi strumenti o processi 32
- 7. Prompt per l'ottimizzazione continua 38

Conclusione 43

QUALI STRUMENTI UTILIZZARE?

Diverse piattaforme utilizzano l'Intelligenza Artificiale, con focus diversi. ChatGPT, Bard, Claude sono solo alcuni esempi.

Ognuno di questi strumenti offre un approccio diverso all'utilizzo dell'AI nel campo del marketing, adattandosi a specifiche esigenze e casi d'uso. Claude e ChatGPT sono focalizzati sulla produzione di contenuti e generazione di idee, mentre Bard sfrutta come valore differenziate l'accesso al database di Google.

Per realizzare questa guida e testare i prompt presentati, abbiamo utilizzato ChatGPT-4.
Ma una volta compreso il meccanismo, nulla vieta di sperimentare e servirsi di tool diversi per supportare la tua strategia.

Introduzione al prompting

Per sfruttare l'AI al meglio per la tua strategia di marketing, la prima mossa è capire come farla lavorare a tuo vantaggio. ChatGPT e gli altri strumenti di Intelligenza Artificiale si basano su una "chat user experience", semplificando processi che altrimenti richiederebbero molto tempo o strumenti più complessi. Questo significa che per usare bene l'AI, l'unica cosa che devi imparare è come scrivere nel modo giusto per ottenere ciò che vuoi.

In breve: è tutta una questione di padroneggiare l'arte del prompting.

Con questo, non vogliamo banalizzare, esistono manuali interi sul prompting (ecco un esempio). Ma questo non è un manuale sul prompting.

In questa sede ci prefiggiamo un obiettivo diverso: comprendere le basi di un corretto modo di comunicare con i tool di Intelligenza Artificiale e scoprire i prompt più interessanti, in grado di portare un valore tangibile alla tua gestione strategica del marketing.

Gli elementi di un prompt

Partiamo con il capire come si costruisce un prompt - che per inciso, in italiano significa “richiesta”. Gli elementi che costituiscono un prompt normalmente sono quattro:

1. L’istruzione.
   Ovvero, quello che vuoi che il tool faccia.
2. Il contesto.
   Informazioni extra che aiutino il modello di AI a dare risposte migliori.
3. Dati di input.
   La domanda o l’input che vuoi far analizzare (ad esempio, se vuoi riassumere un testo, il dato di input è il testo da riassumere).
4. Indicatore di output.
   Il formato o tipo di output che desideri.

Ecco un esempio, tieni presente che non sono necessari tutti e quattro gli elementi ogni volta.

```
### Istruzione ###
Riassumi l'articolo qui sotto, evidenziando i punti principali.

### Contesto ###
L'articolo esplora l'impatto dell'intelligenza artificiale nella medicina, conc

### Dati di input ###
Articolo: "Il ruolo dell'intelligenza artificiale nella trasformazione..." (Ins

### Indicatore di output ###
Formato desiderato: Riassunto in 3-4 frasi, mettendo in luce concetti chiave e
```

Suggerimenti extra

Ora che hai preso coscienza della struttura dei prompt, andiamo avanti con qualche suggerimento utile.

- Inizia in modo graduale: Considera l'utilizzo di ChatGPT e gli altri tool come un percorso sperimentale. Parti da una base semplice e poi arricchisci man mano la tua richiesta per ottenere risultati migliori.
- Sperimenta con i comandi: Utilizza istruzioni come "scrivi", "traduci", "elenca" e altri per guidare il modello. L'esperienza è fondamentale per scoprire cosa funziona meglio.
- Punta sui dettagli: I dettagli sono importanti per ottenere l'output desiderato. Fornire esempi nel prompt è particolarmente utile per risultati specifici.
- Concisione: Evita di complicare troppo le richieste. La chiarezza è fondamentale per una comunicazione efficace (non solo tra persone).
- Evita il "non fare questo": Piuttosto che elencare ciò che si deve evitare, focalizzati su cosa deve essere fatto. Questo approccio favorisce risposte più precise. Ad esempio se vuoi che il testo di un output non contenga una determinata parola, indica a ChatGPT quali parole utilizzare, se desideri che il testo non sia troppo lungo, indica il numero massimo di parole, e via dicendo.
- Fatti aiutare dall'AI: Proprio così, ChatGPT può aiutarti a capire qual è il modo migliore per comunicare con lui.

Il prompt

Ecco un prompt che può essere utile per ottenere altri suggerimenti su come sfruttare al meglio l'AI:

Il contesto

Come marketing manager di un'azienda che [es: vende su larga scala materiali per l'edilizia], sto esplorando le potenzialità di ChatGPT e sono o alla ricerca di una serie prompt strutturati che mi permettano di ottenere da ChatGPT risposte precise, mirate sul mio settore e innovative. L'obiettivo è sfruttare l'AI per generare idee innovative per ottimizzare le strategie di marketing. Cerco prompt che vadano oltre le semplici domande, offrendo approfondimenti e spunti creativi che stimolino l'approccio strategico e l'innovazione nel campo del marketing.

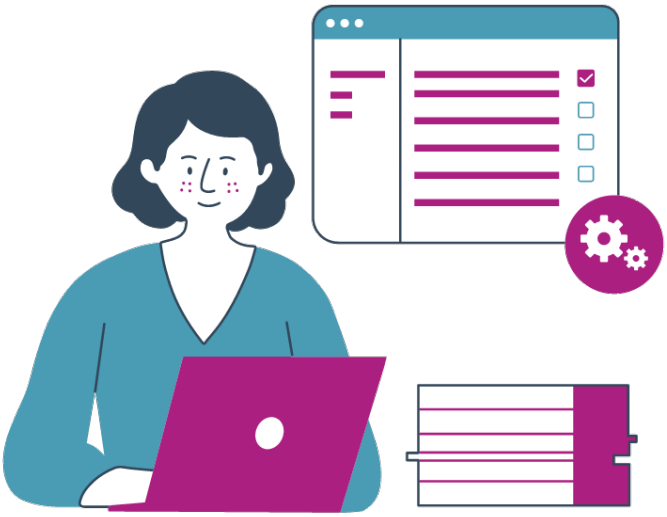
l'istruzione

Potresti fornirmi una lista di prompt [*Indicatori di output*] fondamentali che possano guidare i marketing manager nel mio settore?

LA TUA STRATEGIA DI MARKETING CON CHATGPT

ChatGPT può essere utilizzato in così tanti modi che solo capire da dove iniziare richiede un certo sforzo. Ma niente paura, una volta che avrai imparato a utilizzare questo strumento nella tua routine lavorativa, sbloccherai un nuovo potenziale, aprendo la mente a nuove idee e approcci per affrontare problemi difficili.

Iniziamo questo nuovo capitolo insieme. Ecco una lista di 7 prompt che possono aiutarti a potenziare la tua strategia di marketing!



1. Prompt per fare brainstorming

Chi ha detto che per fare brainstorming servono solo cervelli umani? Fornendo a ChatGPT una panoramica della tua organizzazione, o del tuo prodotto, insieme al tuo pubblico di riferimento e agli obiettivi, puoi generare nuove idee, tattiche e intuizioni che potresti non aver considerato in passato.

ChatGPT è anche uno strumento molto utile quando ti trovi a corto di idee: può essere usato per creare una roadmap da zero o per focalizzare meglio una roadmap esistente.

Il prompt

“Come marketing manager di un’azienda del settore [attività/settore], che si rivolge principalmente [segmento/buyer persona], sto esplorando tattiche innovative di marketing per la crescita. Elenca 5 tattiche innovative che possono essere implementate facilmente.”

Esempio

“Come marketing manager di un’azienda che produce macchinari industriali per la verniciatura di mobili e complementi di arredo, che si rivolge principalmente ai CEO e direttori di stabilimenti delle PMI italiane, sto esplorando tattiche innovative di marketing per la crescita. Elenca 5 tattiche innovative che possono essere implementate facilmente.”

Come marketing manager in una tale industria, ecco cinque tattiche innovative di marketing che potrebbero essere efficaci e relativamente facili da implementare:

Realizzazione di Tour Virtuali del Processo Produttivo: Utilizzando la realtà virtuale o i video a 360 gradi, potreste creare tour virtuali dei vostri macchinari in azione. Questo permetterebbe ai potenziali clienti di vedere come i vostri macchinari funzionano in un ambiente di produzione reale, senza la necessità di visitare fisicamente la fabbrica.

Seminari Web e Dimostrazioni Online: Organizzate seminari web (webinar) e dimostrazioni dal vivo dei vostri prodotti. Questi eventi possono essere utilizzati per educare i CEO e i direttori di stabilimento sulle ultime innovazioni nel campo della verniciatura industriale, mostrando allo stesso tempo l'efficacia e l'efficienza dei vostri macchinari.

Content Marketing Settoriale: Sviluppate contenuti specifici per il vostro settore, come articoli di blog, white paper, o studi di caso che evidenziano i vantaggi dei vostri prodotti. Assicuratevi che questi contenuti siano ottimizzati per la SEO per raggiungere un pubblico più ampio.

Collaborazione con Influencer del Settore: Collaborate con influencer riconosciuti nel settore della produzione di mobili e dell'arredamento. Possono essere esperti del settore, blogger, o persino altre aziende complementari. Questo può aumentare la visibilità del brand e la credibilità tra i vostri target di riferimento.

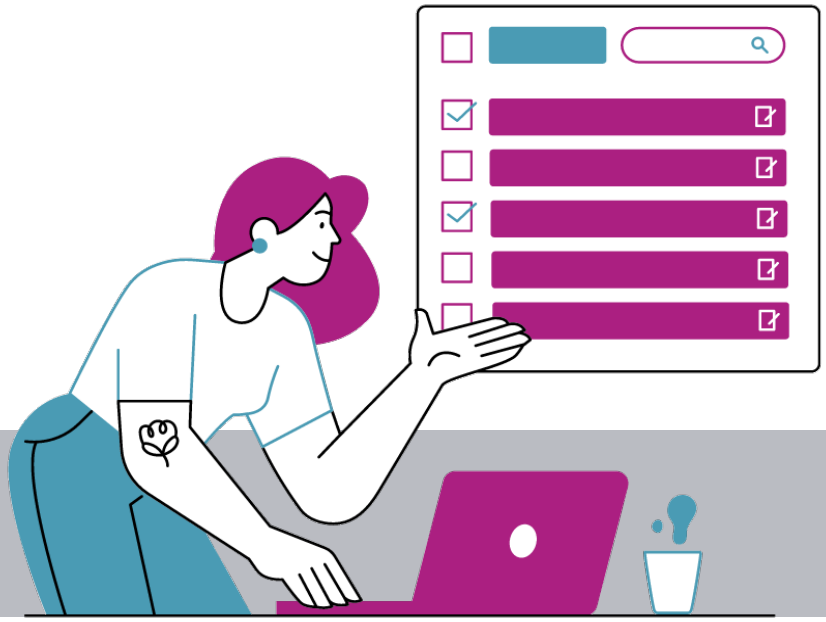
Utilizzo di Piattaforme di Social Media B2B: Sfruttate piattaforme come LinkedIn per targettizzare direttamente CEO e direttori di stabilimento. Creare campagne pubblicitarie mirate, postare aggiornamenti regolari sui prodotti, e partecipare attivamente in gruppi di discussione pertinenti può aiutare a costruire relazioni e aumentare la consapevolezza del marchio.

Queste tattiche combinano approcci digitali e tradizionali, permettendo una comunicazione mirata ed efficace con i decision maker nel vostro settore.

Pro-tip

Non ti accontentare della prima risposta, se non sei soddisfatto continua a fare domande più mirate. Ad esempio, dopo aver chiesto le tattiche di marketing più innovative, potresti chiedere:

“Quali di queste richiedono hanno un time-to market più rapido e un budget basso?”



Torna all’indice

2. Prompt per definire il target di mercato

Comprendere il tuo pubblico di riferimento è il punto di partenza di qualsiasi strategia di marketing efficace. La maggior parte delle organizzazioni ha identificato le proprie buyer persona per comunicare efficacemente con il proprio segmento di mercato. Ma questo non vuol dire che queste non vadano aggiornate o che non possano essere migliorate.

Sapevi che puoi usare ChatGPT per affinare le tue personas?

Aggiungere così dettagli importanti che aiutano a personalizzare i messaggi di marketing e raggiungere il tuo pubblico in modo più efficace.

Inizia fornendo informazioni demografiche di base e chiedendo a ChatGPT di generare informazioni sulle loro problematiche, motivazioni e canali di comunicazione preferiti.

Il prompt

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore [settore] e rivolta principalmente a [segmento/buyer persona], sto concentrando gli sforzi sulla personalizzazione totale dei nostri prodotti/servizi e delle nostre strategie di comunicazione per adattarci al meglio alle esigenze del nostro target di riferimento. Elenca le caratteristiche chiave e le preferenze specifiche che identificano il target ideale per la mia azienda.”

Esempio

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore nutraceutico e rivolta principalmente a alle persone nella fascia di età 25-35, attente a uno stile di vita sano e sostenibile, sto concentrando gli sforzi sulla personalizzazione totale dei nostri prodotti/servizi e delle nostre strategie di comunicazione per adattarci al meglio alle esigenze del nostro target di riferimento. Elenca le caratteristiche chiave e le preferenze specifiche che identificano il target ideale per la mia azienda.”

Il tuo target ideale, ovvero le persone nella fascia di età 25-35 attente a uno stile di vita sano e sostenibile, può essere caratterizzato da diverse preferenze e caratteristiche chiave:

Salute e Benessere: Questo gruppo è fortemente incline a mantenere una buona salute fisica e mentale. Prediligono prodotti che promuovono il benessere, come integratori naturali, alimenti funzionali, e prodotti per il fitness.

Sostenibilità Ambientale: Hanno una forte coscienza ambientale e preferiscono prodotti eco-sostenibili. Cercheranno prodotti con imballaggi riciclabili, biodegradabili o ridotti al minimo, e aziende che dimostrano un impegno autentico per la sostenibilità.

Personalizzazione: Desiderano prodotti e servizi che possano essere personalizzati in base alle loro esigenze specifiche. Questo include integratori su misura, piani di dieta e fitness personalizzati, e app o piattaforme digitali che offrono consigli e tracciamento personalizzati.

Conoscenza e Istruzione: Sono ben informati e ricercano attivamente informazioni sui prodotti che consumano. Apprezzano trasparenza e dettagli sugli ingredienti, sui benefici per la salute, e sull'impatto ambientale dei prodotti.

Tecnologia e Innovazione: Utilizzano attivamente la tecnologia nella loro vita quotidiana e sono aperti a innovazioni nel campo della salute e del benessere. Apprezzano le app mobili, i wearable per il monitoraggio della salute, e le piattaforme online per la gestione del benessere.

Community e Social Media: Sono attivi sui social media e influenzati dalle recensioni e dalle raccomandazioni online. Prediligono le marche che hanno una forte presenza online e che interagiscono con la loro community.

Qualità e Affidabilità: Danno grande importanza alla qualità e all'affidabilità dei prodotti. Prediligono marche con una buona reputazione, che offrono prodotti di alta qualità supportati da ricerche scientifiche.

Stile di Vita Attivo: Tendono ad avere uno stile di vita attivo e cercano prodotti che supportino e migliorino il loro regime di fitness e benessere generale.

Budget e Valore: Anche se sono disposti a spendere di più per prodotti di alta qualità, cercano anche un buon rapporto qualità-prezzo e sono sensibili a offerte e promozioni.

Concentrando le strategie di marketing su queste caratteristiche e preferenze, la tua azienda può posizionarsi efficacemente per soddisfare le esigenze del tuo target di riferimento nel settore nutraceutico.

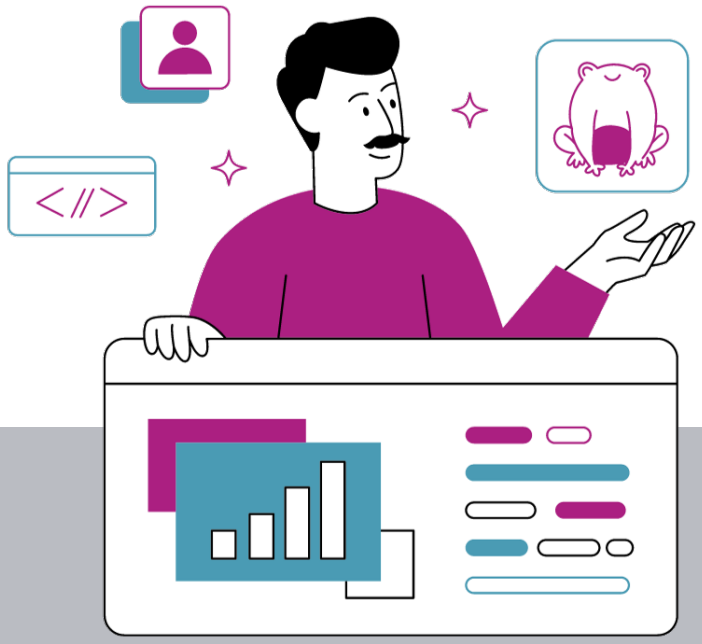
Torna all'indice

3. Prompt per analizzare la concorrenza

Analizzare le strategie di marketing dei tuoi concorrenti non è solo una mossa intelligente, ma anche fondamentale nello sviluppo della tua roadmap di growth marketing. Tenendo d'occhio da vicino la concorrenza, acquisisci una profonda comprensione delle dinamiche del settore e individui aree in cui puoi crescere.

ChatGPT può fornire informazioni preziose sui punti di forza, debolezza e differenziazioni chiave dei tuoi concorrenti.

Con il prompt giusto, puoi ottenere informazioni sui canali utilizzati e sulle tattiche dei tuoi concorrenti, e così, capire come puoi superarli.



Il prompt

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore [settore] e rivolta principalmente a [segmento/buyer persona], voglio analizzare le strategie di marketing che stanno utilizzando i miei diretti concorrenti. Indica quali sono le strategie più efficaci che i concorrenti stanno utilizzando con successo.”

Esempio

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore assicurativo e rivolta principalmente a persone nella fascia di età 40-60 che vogliono stipulare assicurazioni sanitarie, voglio analizzare le strategie di marketing che stanno utilizzando i miei diretti concorrenti. Indica quali sono le strategie più efficaci che i concorrenti stanno utilizzando con successo.”

Per analizzare le strategie di marketing più efficaci utilizzate dai tuoi concorrenti nel settore assicurativo, specialmente quelle rivolte a persone nella fascia di età 40-60 interessate a stipulare assicurazioni sanitarie, possiamo considerare diversi aspetti:

Marketing Digitale: Verifica se i tuoi concorrenti stanno utilizzando strategie di marketing digitale come SEO (ottimizzazione per i motori di ricerca), SEM (marketing sui motori di ricerca), e-mail marketing, e social media marketing. Questi strumenti sono essenziali per raggiungere un pubblico ampio e diversificato online.

Content Marketing: Controlla se stanno creando contenuti di valore come blog, articoli,video, o webinar per educare il loro pubblico sulle assicurazioni sanitarie e i benefici associati. Il content marketing può essere un modo efficace per costruire fiducia e autorità nel settore.

Personalizzazione e Segmentazione: Analizza se i tuoi concorrenti stanno segmentando il loro pubblico e personalizzando i messaggi per diverse sotto-categorie all'interno della fascia di età 40-60. La personalizzazione può aumentare significativamente l'efficacia delle campagne.

Partnership e Collaborazioni: Esamina se stanno instaurando partnership con organizzazioni o influencer che possono avere una forte presa sul target demografico di interesse. Questo può essere un modo per ampliare la loro portata e credibilità.

Recensioni e Testimonianze: Controlla l'utilizzo di recensioni e testimonianze dei clienti per costruire fiducia. Le persone tendono a fidarsi delle esperienze condivise da altri clienti.

Programmi di Fidelizzazione e Referral: Analizza se i concorrenti offrono programmi di fidelizzazone o di referral per incentivare i clienti esistenti a raccomandare i loro servizi ad amici e familiari.

Strategie Offline: Non dimenticare le strategie di marketing tradizionali come eventi, sponsorizzazioni, o pubblicità su media tradizionali, che possono essere ancora efficaci per il target di età 40-60.

Innovazione e Servizi Aggiuntivi: Valuta se offrono servizi aggiuntivi innovativi o pacchetti assicurativi unici che li distinguono dalla concorrenza.

Analisi dei Dati e Feedback dei Clienti: Infine, verifica se stanno utilizzando analisi dei dati avanzate e feedback dei clienti per ottimizzare continuamente le loro strategie.

Per un'analisi più approfondita e specifica, potresti considerare strumenti di analisi della concorrenza come SEMrush, Ahrefs, o BuzzSumo, che possono fornire dati dettagliati sulle attività online dei tuoi concorrenti. Inoltre, una ricerca di mercato qualitativa, come interviste o sondaggi, può fornire ulteriori intuizioni sulle percezioni e le preferenze dei clienti.

Pro-tip

Ora che hai analizzato le strategie della concorrenza, perché non provi a fare meglio di loro? Continua a interagire con ChatGPT, questa volta chiedendo cosa puoi fare tu di diverso, ad esempio:

"Quali sono le possibili strategie di marketing innovative, che ancora non vengono usate nel mio settore, ma che potrebbero risultare efficaci per raggiungere il mio obiettivo di lead generation, differenziandomi dalla concorrenza?"

Ecco cosa ha risposto ChatGPT:

Per innovare nel settore assicurativo, specialmente nel segmento delle assicurazioni sanitarie per la fascia di età 40-60, è possibile esplorare strategie di marketing non ancora ampiamente adottate che potrebbero portare a un'efficace generazione di lead e differenziarti dalla concorrenza. Ecco alcune idee:

Realtà Aumentata e Virtuale (AR/VR): Utilizza la realtà aumentata o virtuale per creare esperienze immersive. Ad esempio, potresti sviluppare un'app che permette ai potenziali clienti di "vivere" scenari in cui l'assicurazione sanitaria potrebbe essere utile, evidenziando così i benefici del prodotto in un modo molto tangibile.

Chatbot Intelligenti e Personalizzati: Sviluppa chatbot avanzati basati sull'intelligenza artificiale che possono fornire consulenze personalizzate, rispondere a domande specifiche e guidare i potenziali clienti attraverso i diversi piani assicurativi, migliorando l'engagement e la personalizzazione.

Gamification: Integra elementi di gioco nelle tue campagne di marketing. Ad esempio, potresti creare sfide legate allo stile di vita sano, dove i partecipanti possono guadagnare punti o sconti sulle assicurazioni. Questo può aumentare l'engagement e incoraggiare comportamenti positivi.

Internet of Things (IoT) e Wearable Tech: Collabora con aziende di tecnologia indossabile per offrire incentivi o sconti basati sul monitoraggio delle attività fisiche o su altri indicatori di salute. Questo approccio non solo promuove uno stile di vita sano, ma crea anche un collegamento diretto tra il comportamento del cliente e i vantaggi assicurativi.

Marketing Predittivo: Utilizza i big data e l'analisi predittiva per identificare potenziali clienti in base ai loro comportamenti e preferenze. Ad esempio, puoi mirare a persone che hanno mostrato un interesse per la salute e il benessere.

Piattaforme di Social Listening: Impiega piattaforme di social listening per monitorare le conversazioni online e identificare le esigenze o le preoccupazioni emergenti legate alla salute. Questo può aiutarti a creare contenuti mirati e campagne di sensibilizzazione.

Storytelling Interattivo: Crea campagne di storytelling interattivo dove i clienti possono navigare attraverso storie personalizzate che evidenziano l'importanza dell'assicurazione sanitaria. Questo può essere realizzato tramite siti web interattivi, video o social media.

Partnership con App e Servizi di Salute Digitale: Collabora con app e servizi di salute digitale per offrire consulenze o check-up online. Questo può aiutare a posizionare la tua azienda come un fornitore di soluzioni sanitarie complete.

Eventi Virtuali e Webinar: Organizza eventi virtuali, webinar, o workshop sulla salute e sul benessere, offrendo valore aggiunto e informazioni utili che possono attrarre potenziali clienti.

Personalizzazione Estrema: Utilizza l'intelligenza artificiale per offrire piani di assicurazione altamente personalizzati basati sulle esigenze.

Torna all'indice

4. Prompt per definire obiettivi SMART

Gli obiettivi SMART sono la spina dorsale di una strategia di marketing solida. Ogni obiettivo dovrebbe infatti essere specifico, misurabile, raggiungibile, realistico e con una scadenza definita. Questo approccio metodologico garantisce che gli obiettivi siano chiari, valutabili e in linea con la vision aziendale, fornendo una base solida per guidare le azioni di marketing con precisione e efficacia.

Lasciati supportare da ChatGPT in questo processo strategico, in due si pensa meglio!

Puoi arricchire il processo decisionale, affinare le idee e renderle ancora più efficaci.

Il prompt

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore [settore] e rivolta principalmente a [segmento/ buyer persona], vorrei definire obiettivi SMART che guidino le attività di marketing del prossimo anno. Considera un arco temporale di un anno, il mercato di riferimento, lo stato attuale del settore [ulteriori dettagli]. Seleziona i 6 obiettivi SMART prioritari.”

Esempio

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore medicale, con una rete di poliambulatori nel nord Italia, con servizi rivolti a persone di ceto medio dai 30 in su, vorrei definire obiettivi SMART che guidino le attività di marketing del prossimo anno. Considera un arco temporale di un anno, il mercato di riferimento, lo stato attuale del settore della sanità privata che è in crescita e l’obiettivo aziendale di espandersi con nuove cliniche. Seleziona i 6 obiettivi SMART prioritari.”

Definire obiettivi SMART (Specifici, Misurabili, Achievable, Rilevanti, Temporalmente definiti) è fondamentale per una strategia di marketing efficace, specialmente in un settore in crescita come quello della sanità privata. Considerando il contesto della tua azienda, ecco sei obiettivi SMART prioritari:

01. Incremento della Clientela: Aumentare il numero di nuovi pazienti di età superiore ai 30 anni del 20% entro 12 mesi. Questo obiettivo è specifico (nuovi pazienti, fascia d'età), misurabile (20%), realistico e rilevante per la crescita aziendale.

02. Espansione Geografica: Aprire due nuove cliniche nel nord Italia nei prossimi 12 mesi. Questo obiettivo è chiaro e misurabile, e supporta l'obiettivo aziendale di espansione.

03. Aumento della Brand Awareness: Incrementare la consapevolezza del brand del 30% entro un anno, misurato tramite sondaggi e analisi del traffico online. Questo obiettivo è specifico, misurabile e rilevante per attirare nuovi clienti.

04. Miglioramento della Soddisfazione del Cliente: Ottenere un punteggio medio di soddisfazione del cliente (misurato tramite sondaggi post-visita) di almeno 4.5 su 5 entro 12 mesi. Questo obiettivo è specifico, misurabile, e importante per la fidelizzazione della clientela.

05. Sviluppo di Nuovi Servizi: Lanciare almeno tre nuovi servizi o pacchetti di trattamenti mirati per persone dai 30 anni in su entro i prossimi 6 mesi. Questo obiettivo supporta l'innovazione e l'adattamento alle esigenze del mercato.

06. Ottimizzazione del ROI in Marketing Digitale: Aumentare il ritorno sull'investimento (ROI) delle campagne di marketing digitale del 25% entro l'anno. Questo obiettivo è cruciale per assicurare che le risorse di marketing siano spese efficacemente.

Ciascuno di questi obiettivi si allinea con le tue priorità aziendali e il contesto del mercato, fornendo un percorso chiaro e misurabile per il successo nel prossimo anno.

Pro-tip

Cerca di ottenere informazioni più precise inserendo dei riferimenti concreti, come il fatturato attuale o l'obiettivo di fatturato, l'entità del budget a disposizione e approfondisci sempre più ciascun obiettivo. Per partire, potresti chiedere a ChatGPT come distribuire il budget tra i diversi obiettivi SMART, chiedi ad esempio:

"Quale budget stimi di dover allocare per ciascuno di questi obiettivi, in base alle specificità delle attività necessarie per raggiungerli, considerando che il fatturato dell'anno scorso è stato di 35 milioni e normalmente la spesa di marketing è del 7% del fatturato dell'anno. Considera solo l'80% del budget di marketing totale, in modo da conservare un 20% per necessità nuove che possono emergere nel corso dell'anno."

Ecco cosa ha risposto ChatGPT:

Per stimare il budget necessario per ciascuno degli obiettivi SMART definiti, partiamo dal calcolo del budget totale di marketing basato sul fatturato dell'anno scorso e sulla percentuale di spesa tipica. Successivamente, allocaremo l'80% di questo budget ai sei obiettivi specificati, mantenendo il 20% come riserva per opportunità o necessità impreviste.

Budget Totale di Marketing: Il 7% di 35 milioni di euro (fatturato dell'anno scorso) è 2,45 milioni di euro.
Budget Disponibile per gli Obiettivi Specificati: 80% di 2,45 milioni di euro = 1,96 milioni di euro.

Ora, suddividiamo questo budget tra i sei obiettivi:

01. Incremento della Clientela:
Attività: campagne pubblicitarie, promozioni, eventi comunitari.
Budget Stimato: 25% del budget totale = 490.000 euro.

02. Espansione Geografica:
Attività: ricerca di località, arredamento e allestimento cliniche, campagne di lancio.
Budget Stimato: 30% del budget totale = 588.000 euro.

03. Aumento della Brand Awareness:
Attività: campagne digitali, PR, sponsorizzazioni.
Budget Stimato: 15% del budget totale = 294.000 euro.

04. Miglioramento della Soddisfazione del Cliente:
Attività: miglioramento servizi, formazione del personale, sistemi di feedback.
Budget Stimato: 10% del budget totale = 196.000 euro.

05. Sviluppo di Nuovi Servizi:
Attività: ricerca e sviluppo, test di mercato, marketing dei nuovi servizi.
Budget Stimato: 10% del budget totale = 196.000 euro.

06. Ottimizzazione del ROI in Marketing Digitale:
Attività: analisi di dati, ottimizzazione campagne, consulenza esterna.
Budget Stimato: 10% del budget totale = 196.000 euro.

Queste stime sono basate sulle necessità tipiche di ciascun obiettivo e possono variare in base alle circostanze specifiche e alle opportunità che si presentano nel corso dell'anno. È importante monitorare e rivedere regolarmente il budget per assicurarsi che sia allineato con i progressi e le esigenze emergenti.

Torna all'indice

5. Prompt per il branding

Il branding può essere la chiave per affermarsi in un mercato nuovo o conquistare nuove categorie di clientela.

Forse finora la creazione di un nuovo brand non è mai stata al centro della tua attenzione, ma immagina un nuovo scenario: la tua azienda vuole avvicinarsi a un determinato segmento di mercato con un nuovo brand. Come muoversi per progettare correttamente la nuova brand identity?

ChatGPT può aiutarti a comprendere i passaggi fondamentali, valutare le proposte delle agenzie, fornire esempi rilevanti e guidarti nella creazione di un nuovo brand in modo strutturato.

Il prompt

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore [settore], ho ricevuto l’incarico di guidare la creazione di nuovo marchio che si rivolga in particolare a [segmento/ buyer persona]. Dovrò coordinare il processo di creazione del nuovo brand, supportato da agenzie esterne e prendendo decisioni strategiche. Aiutami a creare un piano dettagliato, passo dopo passo, per sviluppare una strategia di brand. Fornisci esempi pratici per ogni passaggio.”

Esempio

“In qualità di marketing manager di un’azienda operante nel settore bancario, ho ricevuto l’incarico di guidare la creazione di nuovo marchio che si rivolga in particolare ai giovanissimi nella fascia 18-25 con servizi finanziari. Dovrò coordinare il processo di creazione del nuovo brand, supportato da agenzie esterne e prendendo decisioni strategiche. Aiutami a creare un piano dettagliato, passo dopo passo, per sviluppare una strategia di brand. Fornisci esempi pratici per ogni passaggio coerenti e rilevanti per il mio settore.”

Sviluppare una strategia di brand per un'azienda bancaria che mira a un pubblico giovane nella fascia 18-25 anni richiede un approccio mirato e moderno. Ecco un piano dettagliato passo dopo passo:

01. Analisi del Pubblico di Riferimento

Ricerca Demografica e Psicografica: Studia il tuo target demografico (18-25 anni), comprendendo i loro comportamenti, preferenze e bisogni finanziari.
Sondaggi e Feedback: Organizza sondaggi o gruppi di focus per capire meglio le loro esigenze.
Esempio Pratico: Creare un sondaggio online sui social media per indagare come i giovani gestiscono le loro finanze e quali servizi bancari ritengono essenziali.

02. Definizione dell'Identità del Brand

Mission e Valori: Stabilisci una mission chiara e valori che risuonino con il tuo pubblico target.
Personalità del Brand: Sviluppa una personalità del brand che sia giovanile, innovativa e affidabile.
Esempio Pratico: Creare un manifesto del brand che sottolinea l'importanza dell'innovazione tecnologica e dell'accessibilità finanziaria per i giovani.

03. Sviluppo del Nome e del Logo

Brainstorming Creativo: Coinvolgi team creativi per generare idee di nomi e loghi.
Feedback e Test: Sottoponi le idee a un gruppo di giovani per avere feedback.
Esempio Pratico: Sviluppare un logo moderno e minimalista che incorpori elementi digitali, simboleggiando l'accessibilità tecnologica.

04. Pianificazione della Comunicazione

Canali di Comunicazione: Identifica i canali più efficaci per raggiungere il tuo target (es. social media, influencer marketing, eventi online).
Messaggi Chiave: Sviluppa messaggi che parlino direttamente alle esigenze e ai desideri dei giovani.
Esempio Pratico: Lanciare una campagna Instagram con influencer giovani che parlano di gestione finanziaria personale.

05. Offerta di Prodotti e Servizi

Personalizzazione dei Servizi: Sviluppa prodotti che rispondano specificamente alle esigenze finanziarie dei giovani.

Innovazione Tecnologica: Integra soluzioni tecnologiche come app mobili, pagamenti digitali, ecc.
Esempio Pratico: Introdurre un'app di banking con funzionalità di budgeting e suggerimenti finanziari personalizzati.

06. Lancio e Feedback

Evento di Lancio: Organizza un evento di lancio digitale o fisico per creare hype.
Raccolta Feedback: Dopo il lancio, raccogli feedback per migliorare continuamente.
Esempio Pratico: Organizzare un webinar interattivo per presentare il nuovo brand e raccogliere feedback in tempo reale.

07. Analisi e Adattamento

Monitoraggio dei Risultati: Utilizza strumenti di analisi per monitorare il successo della strategia di branding.
Adattamento e Miglioramento: Sii pronto ad adattare la strategia in base ai risultati e ai feedback.
Esempio Pratico: Analizzare le metriche di engagement sui social media e le recensioni dell'app per identificare aree di miglioramento.

Conclusione

Un'efficace strategia di brand per un pubblico giovane nel settore bancario richiede un approccio flessibile, innovativo e centrato sul cliente. È fondamentale rimanere aggiornati sulle tendenze e ascoltare costantemente il feedback del target per garantire che il brand rimanga rilevante e attraente.

Pro-tip

Puoi testare una variante di questo prompt anche in caso di rebranding della tua azienda. Specifica i tuoi obiettivi, il target, il budget a disposizione e altri dettagli per avere risposte sempre più specifiche e utili.

Torna all'indice

6. Prompt per introdurre nuovi strumenti o processi

Con l'evoluzione costante delle strategie e delle tecnologia a disposizione, saper adottare nuovi strumenti velocemente e sfruttarli al meglio diviene fondamentale per un team di marketing.

Strumenti come il CRM centralizzano la raccolta e l'aggiornamento dei dati, automatizzano alcune attività, digitalizzano processi di team diversi e possono avere un impatto significativo sul business. Allo stesso tempo, l'adozione ottimale dei nuovi strumenti o processi da parte di tutte le persone coinvolte non è da dare per scontata.

Prendersi cura di questo aspetto significa favorire il successo delle proprie decisioni strategiche. Vediamo come ChatGPT può supportarti nell'introdurre un nuovo strumento in azienda.

Il prompt

“In qualità di marketing manager di un’azienda, sono responsabile dell’introduzione di un nuovo CRM in azienda [ulteriori dettagli]. Questo nuovo strumento coinvolgerà l’attività del marketing in particolare, ma anche alcuni aspetti del lavoro dei venditori. Il mio obiettivo è introdurre questo nuovo strumento in modo rapido ed efficace, fornendo la formazione necessaria e arginando frizioni, reticenze e scetticismi da parte dei team coinvolti. Aiutami a creare un piano dettagliato, passo dopo passo, per sviluppare un piano di adozione nell’arco di 6 mesi.”

Esempio

“In qualità di marketing manager di un’azienda, sono responsabile dell’introduzione di un nuovo CRM in azienda: HubSpot. Questo nuovo strumento coinvolgerà l’attività del marketing in particolare, ma anche alcuni aspetti del lavoro dei venditori. Il mio obiettivo è introdurre questo nuovo strumento in modo rapido ed efficace, fornendo la formazione necessaria e arginando frizioni, reticenze e scetticismi da parte dei team coinvolti. Aiutami a creare un piano dettagliato, passo dopo passo, per sviluppare un piano di adozione nell’arco di 6 mesi.”

L'introduzione di un nuovo CRM come HubSpot in azienda è un passo importante che richiede una pianificazione attenta. Ecco un piano dettagliato, passo dopo passo, per sviluppare un piano di adozione nell'arco di 6 mesi:

Mese 1: Preparazione e Pianificazione

Analisi delle Esigenze e Obiettivi Specifici

- Identifica le esigenze specifiche del tuo team di marketing e vendite.
- Definisci obiettivi chiari per l'adozione di HubSpot.

Comunicazione Iniziale

- Annuncia l'introduzione di HubSpot a tutti i team coinvolti.
- Spiega i benefici e perché è stata scelta questa soluzione.

Formazione del Team di Progetto

- Seleziona un piccolo gruppo di persone chiave (ambasciatori del cambiamento) da formare intensivamente su HubSpot

Pianificazione della Formazione

- Sviluppa un piano di formazione personalizzato basato sulle esigenze dei diversi team.

Mese 2-3: Formazione e Implementazione Iniziale

Formazione dei Team

- Inizia con workshop e sessioni di formazione per i team di marketing e vendite.
- Fornisci materiale di formazione online accessibile a tutti.

Implementazione Graduale

- Implementa HubSpot inizialmente in piccoli gruppi o progetti per testare e adattare il processo.

Supporto Continuo

- Fornisci supporto regolare attraverso sessioni di Q&A, help desk interno e risorse online.

Mese 4-5: Adozione e Integrazione

Monitoraggio e Feedback

- Monitora l'uso di HubSpot e raccogli feedback regolarmente per identificare problemi o resistenze.
- Adatta il processo di implementazione in base al feedback ricevuto.

Integrazione con Processi Esistenti

- Assicurati che HubSpot sia pienamente integrato con altri strumenti e processi aziendali.

Formazione Avanzata
- Offri sessioni di formazione avanzata per utenti che desiderano approfondire.

Mese 6: Valutazione e Ottimizzazione

Valutazione dell'Adozione
- Analizza come HubSpot è stato adottato attraverso metriche specifiche.
- Identifica le aree di successo e quelle che necessitano di miglioramento.

Piani di Ottimizzazione
- Sviluppa piani per affrontare le aree di debolezza o resistenza.
- Programma sessioni di follow-up e aggiornamenti continui.

Rapporto di Adozione
- Prepara un rapporto sull'adozione di HubSpot, condividilo con la direzione e i team coinvolti

Celebrazione dei Successi
- Riconosci e celebra i successi e i miglioramenti nel processo.

Considerazioni Finali

Mantieni una comunicazione aperta e costante.
- Sii flessibile e pronto a modificare il piano in base alle esigenze e al feedback.
- Coinvolgi la leadership per sostenere e promuovere l'adozione di HubSpot.

Questo piano è una linea guida generale; puoi adattarlo in base alle specificità della tua azienda e del tuo team. L'importante è procedere con una strategia chiara, mantenendo una comunicazione efficace e un supporto continuo.

Pro-tip

Per valutare l'efficacia dell'introduzione, potresti chiede a ChatGPT di aiutarti a sviluppare una survey da sottoporre al personale interno. Ad esempio:
"Sviluppa una survey strutturata da sottoporre ai team dopo il primo periodo di 6 mesi per valutare i benefici, le difficoltà e le sfide ancora in corso. Includi valutazioni su task specifici e valutazioni sui processi cross team. Includi domande con una scala di valutazione e domande aperte."

Ecco come ha risposto ChatGPT:

Ecco un esempio di survey strutturata che puoi utilizzare per valutare l'implementazione di HubSpot dopo i primi 6 mesi. La survey include sia domande con una scala di valutazione che domande aperte, per ottenere feedback quantitativi e qualitativi.

Survey di Valutazione Post-Implementazione di HubSpot (6 Mesi)

Informazioni Generali

- Nome:
- Ruolo:
- Dipartimento:

Valutazione Generale

In che misura ritieni che l'introduzione di HubSpot abbia migliorato il tuo lavoro quotidiano?

- Scala da 1 (per nulla migliorato) a 5 (molto migliorato)

Quanto è stato facile per te adottare HubSpot nel tuo lavoro quotidiano?

- Scala da 1 (molto difficile) a 5 (molto facile)

Funzionalità e Task Specifici

Quanto efficacemente riesci a gestire i seguenti task usando HubSpot?

- Gestione contatti

- Creazione e gestione di campagne
- Reporting e analisi dei dati
- Collaborazione con altri team
- Scala da 1 (molto inefficace) a 5 (molto efficace)

Quali funzionalità di HubSpot trovi più utili?

- Domanda aperta

Ci sono funzionalità di HubSpot che trovi confuse o difficili da usare?

- Domanda aperta

Interazione e Processi Cross-Team

In che misura HubSpot ha migliorato la collaborazione tra il tuo team e altri team?

- Scala da 1 (nessun miglioramento) a 5 (miglioramento significativo)

Quali sono le maggiori sfide che incontri nella collaborazione inter-dipartimentale usando HubSpot?

- Domanda aperta

Formazione e Supporto

Quanto ritieni che la formazione fornita abbia preparato te e il tuo team all'uso di HubSpot?

- Scala da 1 (non preparati) a 5 (molto ben preparati)

Ci sono aree in cui pensi che la formazione potrebbe essere migliorata?

- Domanda aperta

Feedback e Suggerimenti

Quali miglioramenti suggeriresti per HubSpot o per il processo di adozione?

- Domanda aperta

Altri commenti o osservazioni che desideri condividere?

- Domanda aperta

Note per l'Implementazione della Survey

- Assicurati che la survey sia anonima per incoraggiare la sincerità nelle risposte.
- Comunica l'importanza del feedback e come sarà utilizzato per migliorare i processi.
- Considera di integrare un sistema di follow-up per approfondire specifici feedback o suggerimenti.

Questa survey è uno strumento utile per valutare i benefici, le difficoltà e le sfide legate all'adozione di HubSpot, nonché per raccogliere suggerimenti per miglioramenti futuri.

Torna all'indice

7. Prompt per l'ottimizzazione continua

A volte non serve investire tempo e risorse in tante iniziative di marketing diverse. Focalizzarsi sulle attività più strategiche e profittevoli è una strategia a tutti gli effetti!

Per ottenere il massimo è utile istituire un processo di ottimizzazione continua, che può variare a seconda dell'attività di marketing in questione.

ChatGPT può aiutarti a identificare i migliori metodi di ottimizzazione continua per ciascuna attività strategica. Vediamolo all'opera.

Il prompt

“In qualità di marketing manager di un’azienda nel settore [settore/dettagli], sono responsabile dell’ottimizzazione continua e CRO delle attività di marketing. Il mio obiettivo è testare ottimizzare periodicamente le attività più strategiche, in un’ottica di miglioramento continuo. Le attività di marketing da ottimizzare sono [dettagli]. Scrivi un elenco degli elementi da testare periodicamente per ciascuna attività, con suggerimenti e indicazioni pratiche per implementare un processo di ottimizzazione continua.”

Esempio

“In qualità di marketing manager di un’azienda nel settore e-commerce B2B, sono responsabile dell’ottimizzazione continua e CRO delle attività di marketing. Il mio obiettivo è testare ottimizzare periodicamente le attività più strategiche, in un’ottica di miglioramento continuo. Le attività di marketing da ottimizzare sono: il social media marketing sui canali Instagram e LinkedIn, l’e-mail marketing, l’ADV su Google e sui Social Media. Scrivi un elenco degli elementi da testare periodicamente per ciascuna attività, con suggerimenti e indicazioni pratiche per implementare un processo di ottimizzazione continua.”

Per implementare un processo di ottimizzazione continua nel marketing B2B e-commerce, è importante effettuare test periodici su diversi aspetti delle attività di marketing. Ecco un elenco degli elementi da testare per ogni attività, con suggerimenti e indicazioni pratiche:

Social Media Marketing (Instagram e LinkedIn)

Contenuto: Testare diversi tipi di contenuti (educativi, informativi, promozionali) per vedere quale genera maggior coinvolgimento.
Orari di Pubblicazione: Esperimenti con diversi orari e giorni della settimana per massimizzare la visibilità.
Hashtags: Analizzare quali hashtags generano più interazioni e portano a un maggior numero di follower.
Formato dei Post: Alternare tra immagini, video, e post di testo per identificare il formato più efficace.
Call-to-Action: Sperimentare diverse call-to-action per aumentare il tasso di conversione.

E-mail Marketing

Oggetti delle E-mail: Testare diverse formulazioni per aumentare il tasso di apertura.
Design e Layout: Prove con vari layout per vedere quale è più attraente e user-friendly.
Personalizzazione: Utilizzare dati per personalizzare il contenuto e l'oggetto delle e-mail.
Frequenza di Invio: Determinare la frequenza ottimale di invio per massimizzare l'engagement senza essere invasivi.
Segmentazione del Pubblico: Creare segmenti di pubblico specifici per inviare messaggi più mirati.

ADV su Google e Social Media

Parole Chiave: Identificare e testare costantemente nuove parole chiave per migliorare la visibilità.
Targeting Demografico: Aggiustare il targeting in base a età, localizzazione, interessi, ecc.
Formati degli Annunci: Esplorare diversi formati di annunci (es. testuali, grafici, video).
Budget e Offerte: Ottimizzare il budget e le offerte per massimizzare il ROI.
Landing Page: Testare diverse landing page per migliorare il tasso di conversione.

Implementazione del Processo di Ottimizzazione Continua

Analisi dei Dati: Utilizzare strumenti di analytics per monitorare le performance e raccogliere dati.

Test A/B: Implementare test A/B sistematici per comparare diverse varianti.

Feedback del Pubblico: Raccogliere e analizzare i feedback dei clienti per comprendere le loro esigenze e preferenze.

Aggiornamenti Regolari: Aggiornare regolarmente le strategie in base ai risultati dei test e alle tendenze del mercato.

Formazione Continua: Mantenere il team aggiornato sulle ultime tendenze e strumenti nel marketing digitale.

Ricorda che l'ottimizzazione continua è un processo iterativo e richiede un approccio sistematico e dati-driven per essere efficace.

Pro-tip

Per passare dalla teoria alla pratica, chiedi a ChatGPT aiuto per creare un registro di attività per tenere traccia delle ottimizzazioni e dei risultati raggiunti. Ad esempio, prova questo prompt: "Crea una tabella che contenga i KPI da valutare per ogni ottimizzazione, che possa essere utilizzata come registro per tenere traccia dei test eseguiti, delle informazioni ricavate e dei risultati raggiunti."

Ecco cosa ha risposto ChatGPT:

Ecco la tabella che può essere utilizzata come registro per tenere traccia dei test eseguiti, delle informazioni ricavate e dei risult ati raggiunti in ogni area dell'attività di marketing:

Attività di Marketing	KPI da valutare	Test eseguito	Inform. Ricavate	Risultati raggiunti
Social Media Marketing *(Instagram e Linkedin)*	Tasso di Coinvolgimento, crescita dei Follower, CTR			
E-mail Marketing	Tasso di Apertura, tasso di Clic, tasso di Conversione			
ADV su Google e Social Media	CPC, CTR, ROI, Tasso di Conversione			

Questa tabella può essere utilizzata per monitorare in modo organizzato l'impatto delle varie ottimizzazioni sulle attività di marketing. Ogni volta che viene eseguito un test, puoi compilare le colonne "Test Eseguito", "Informazioni Ricavate" e "Risultati Raggiunti" per tenere traccia dell'efficacia delle tue strategie e dei cambiamenti apportati.

Torna all'indice

CONCLUSIONE

In un contesto veloce e competitivo, le strategie statiche cedono il passo a quelle dinamiche e gli obiettivi a lungo termine si perseguono attraverso tattiche rapide e strategie quick-win. I professionisti del marketing sono costantemente impegnati nella ricerca di modi innovativi per stimolare la crescita aziendale e coordinare efficacemente le numerose attività di loro competenza.

In questo scenario, mantenere la mente aperta verso soluzioni innovative è importantissimo. Allo stesso tempo, concentrarsi in modo razionale sulle attività capaci di generare risultati concreti riveste un'importanza altrettanto fondamentale.
L'abilità di sfruttare i modelli di Intelligenza Artificiale può effettivamente supportare il processo decisionale strategico.

In questa guida, abbiamo analizzato 7 esempi, ma le possibilità di applicazione sono infinite.

Quello che conta di più nel campo del marketing è, come sempre, non interrompere mai il processo di sperimentazione, apprendimento e mantenere uno spirito aperto. La chiave per il successo continua a essere la capacità di adattarsi e apprendere costantemente. In questo contesto, l'Intelligenza Artificiale emerge come una nuova frontiera che offre supporto prezioso, consentendo ai professionisti del settore di migliorare la loro efficacia nell'adattarsi ai cambiamenti rapidi, nell'apprendere dai dati e nell'innovare costantemente.

Viale Monza, 12 20127 Milano
+39 02 43990481

www.dmep.it

delmonte
A DIGITAL 360 COMPANY