

AI per i Social Media

Un percorso per poter comprendere a fondo le dinamiche di questa nuova tecnologia e per creare contenuti che conquistano.



Indice dei contenuti

Il potere dei social media

Quale social scegliere?

I pilastri del successo sui social nel 2025

I problemi dei social media, perchè molti falliscono

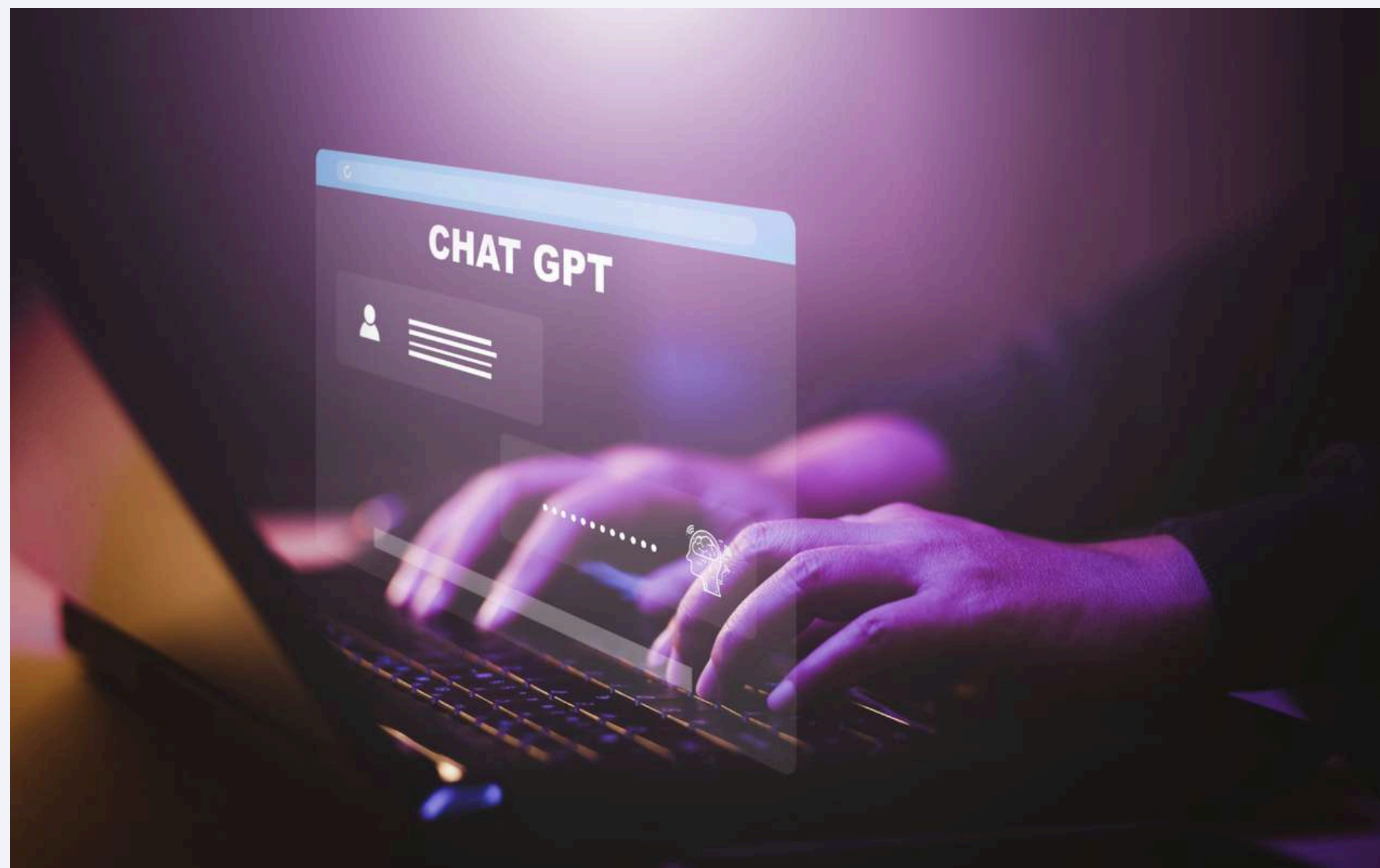
Un framework per il successo

E se non hai molta esperienza con i social?

Dei professionisti virtuali a nostra disposizione

Conclusione, cosa ci portiamo a casa?

Il prompt magico



Esiste davvero la scorciatoia?

Purtroppo no...

Oppure vi sto mentendo? 🙄

**Per scoprirlo, prima dobbiamo
fare assieme un piccolo viaggio**

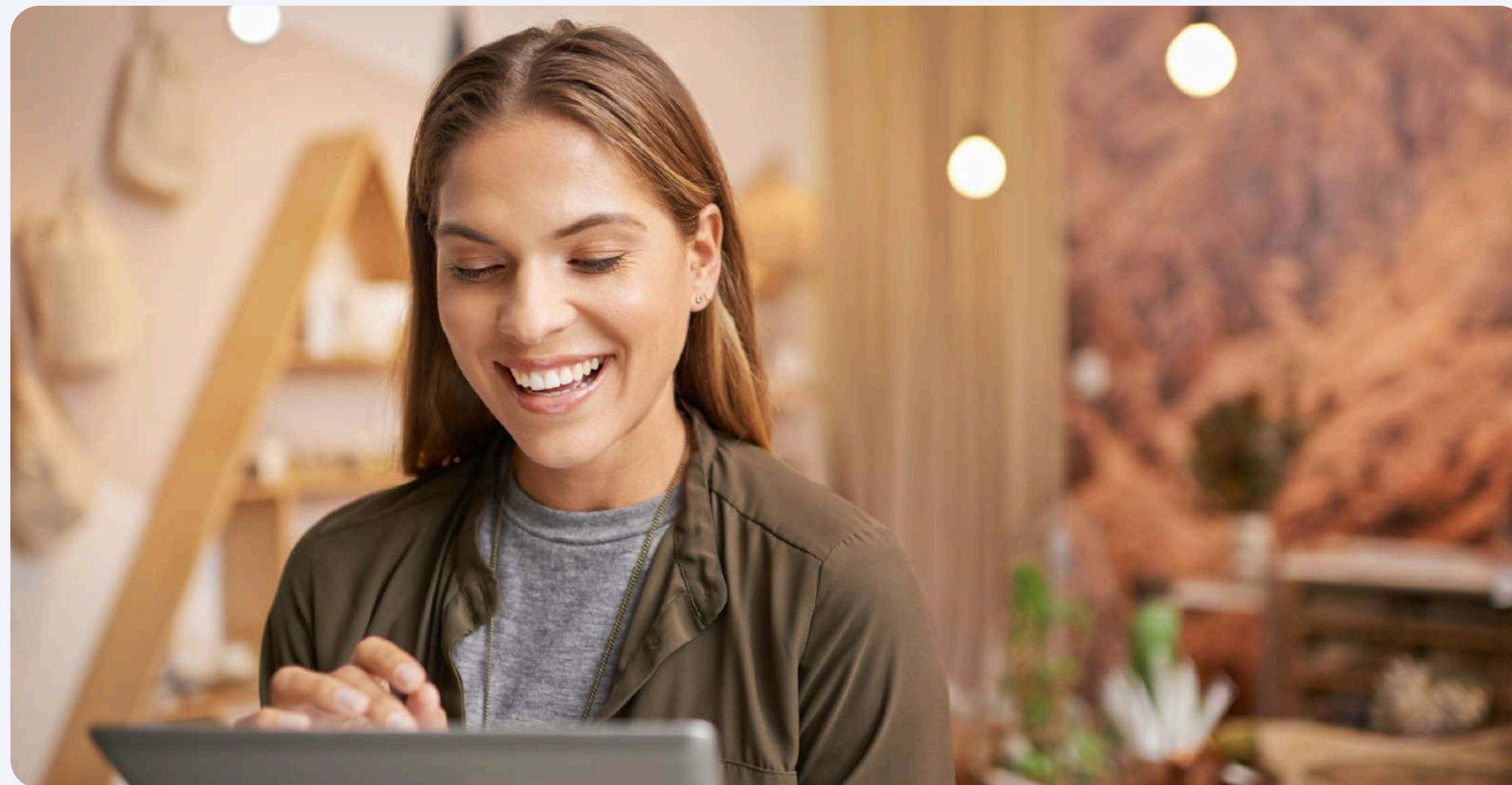
Il potere dei social media nel 2025

testo testo testo

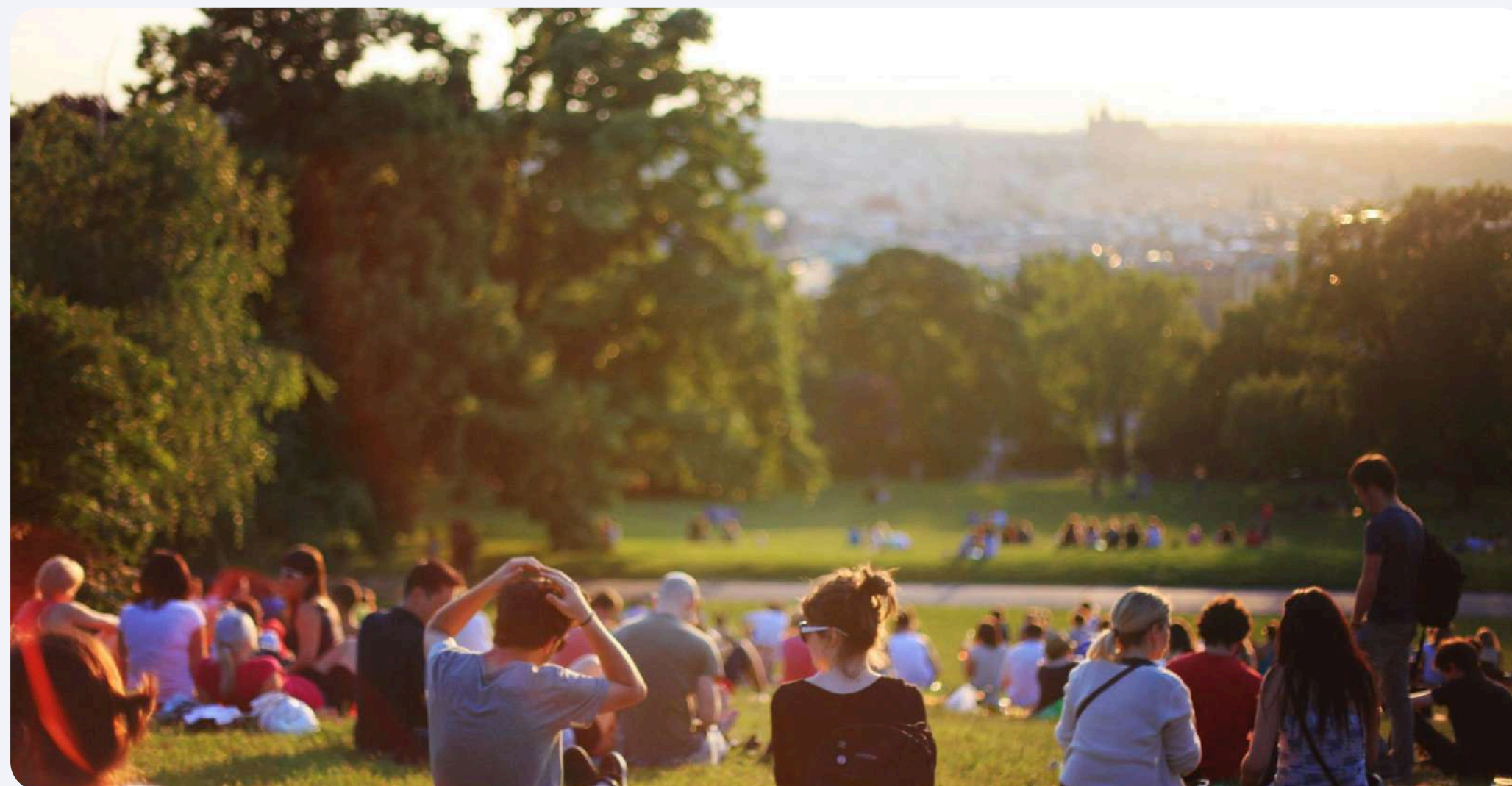
Posizionamento



Visibilità



Communtiy



Vendite



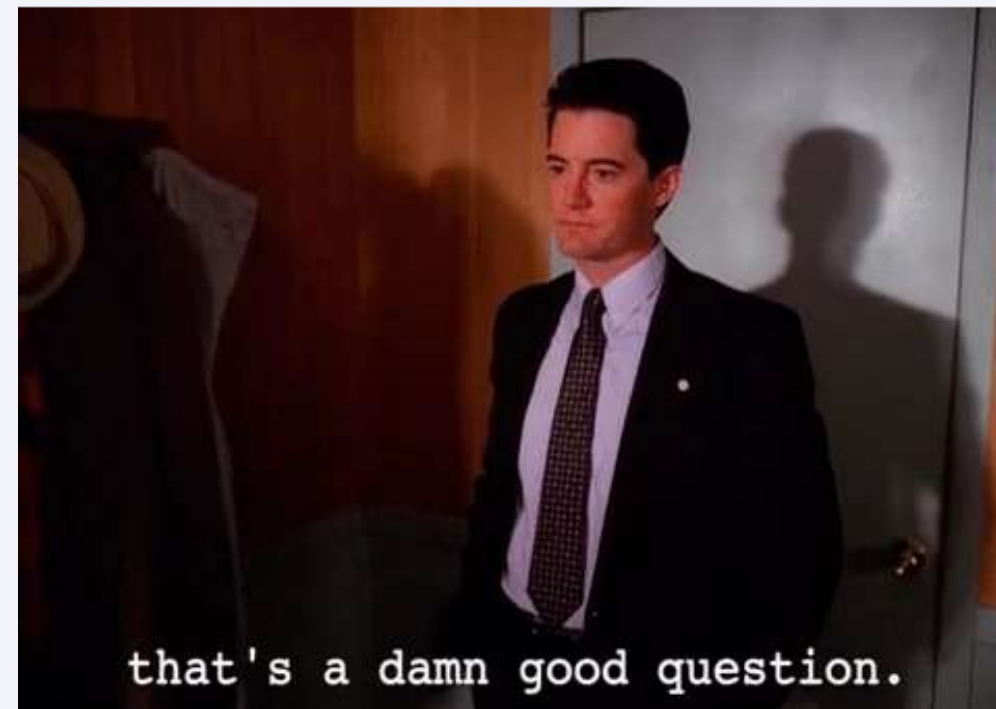
In poche parole, se usati bene i Social possono essere una leva incredibile per la tua azienda.

**Prima di tutto... parliamo di qualcosa
che alcuni di voi **si staranno
sicuramente chiedendo...****



**Matteo... ma perchè dovremmo
ascoltarti?**

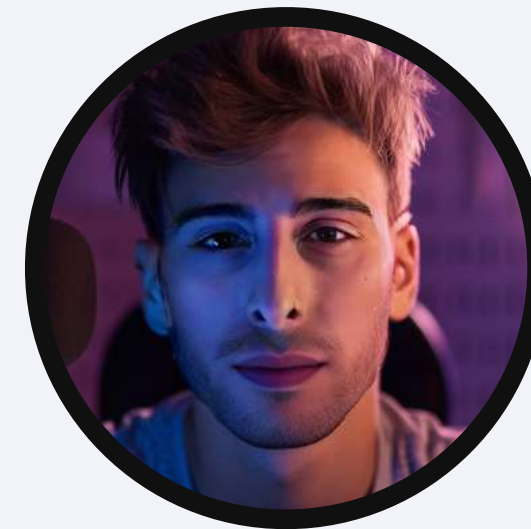
In effetti è un'ottima domanda!





Matteo Arnaboldi

CMO & CoFounder



Alex Carofiglio

AI Expert Consultant

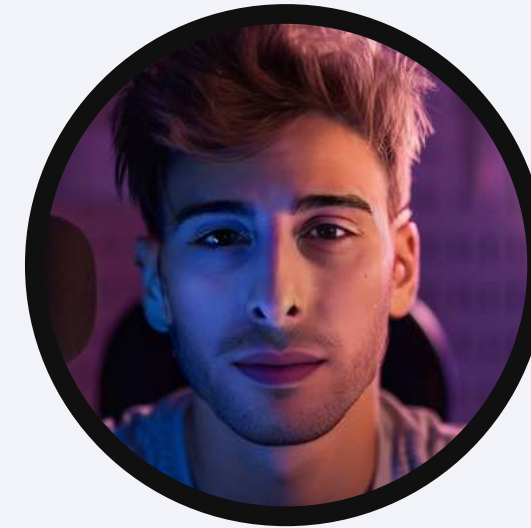


Passione per
tecnologia e
ingegneria



Matteo Arnaboldi

CMO & CoFounder



Alex Carofiglio

AI Expert Consultant

Marketing
e Funnel

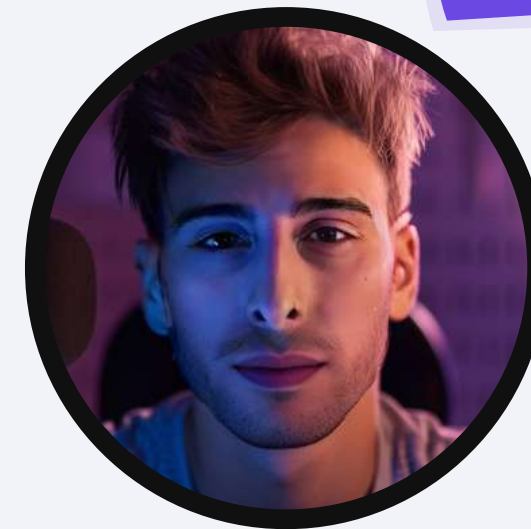
Passione per
tecnologia e
ingegneria



Matteo Arnaboldi

CMO & CoFounder

Viaggiare
per lavoro



Alex Carofiglio

AI Expert Consultant

Marketing
e Funnel

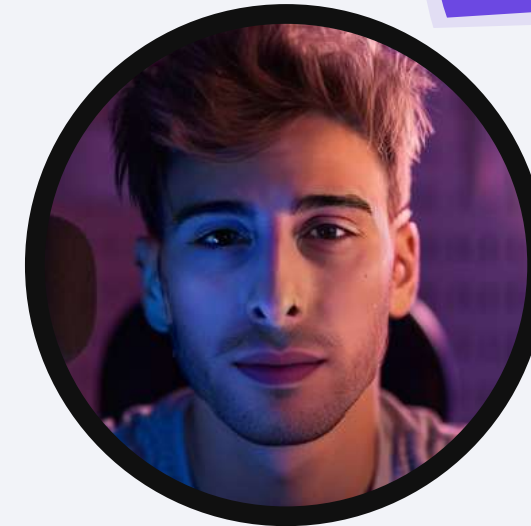
Passione per
tecnologia e
ingegneria



Matteo Arnaboldi

CMO & CoFounder

Viaggiare
per lavoro



Alex Carofiglio

AI Expert Consultant

Processi e
procedure

Marketing
e Funnel

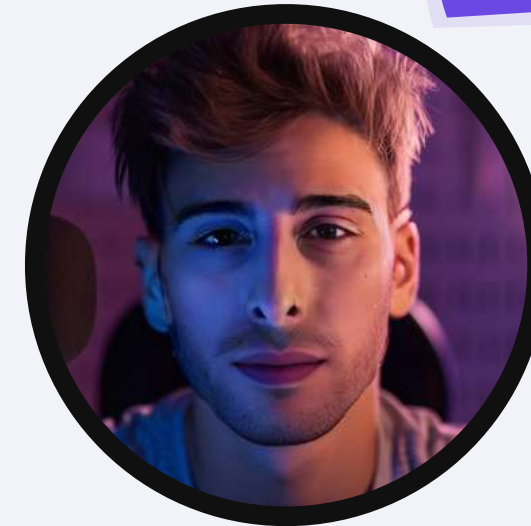
Passione per
tecnologia e
ingegneria



Matteo Arnaboldi

CMO & CoFounder

Viaggiare
per lavoro



Alex Carofiglio

AI Expert Consultant

Processi e
procedure

Marketing
e Funnel

Intelligenza
Artificiale

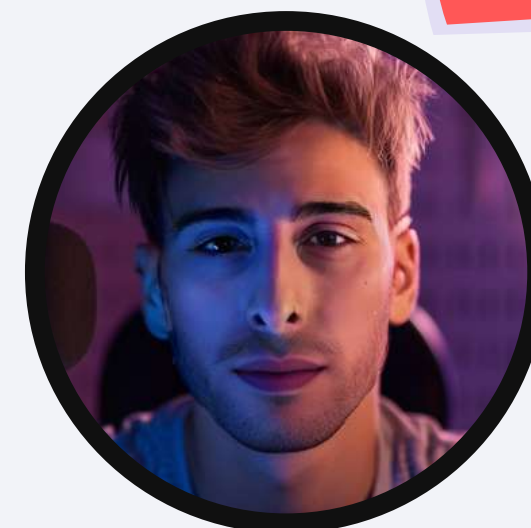
**Passione per
tecnologia e
ingegneria**



Matteo Arnaboldi

CMO & CoFounder

**Viaggiare
per lavoro**



Alex Carofiglio

AI Expert Consultant

**Processi e
procedure**

**Marketing
e Funnel**

**Intelligenza
Artificiale**



Portare consapevolezza e progetti concreti

E ormai da quasi due anni la nostra visione è semplice:

Aiutare le imprese a plasmare un futuro in cui la tecnologia AI e gli agenti virtuali migliorino in modo significativo l'interazione umana, l'espressione personale e l'innovazione aziendale.

L'AI **non** come innovazione che toglie lavoro, ma **come strumento per poter crescere** come persone e come professionisti.

Lavorando anche a stretto contatto con istituzioni come **Confcommercio e Asseprim** vogliamo aiutare le imprese in questa transizione.

**Oggi aiutiamo aziende di ogni
dimensione a sfruttare la potenza degli
Agenti AI per scalare, migliorare i
processi e liberare risorse.**



Morfeus.

Formazione

 **Consulenza**

 **Agenti AI**

I problemi dei social media, perchè molti falliscono

In questa prima parte appofondiremo e comprenderemo di cosa si parla quando sentiamo la parola AI

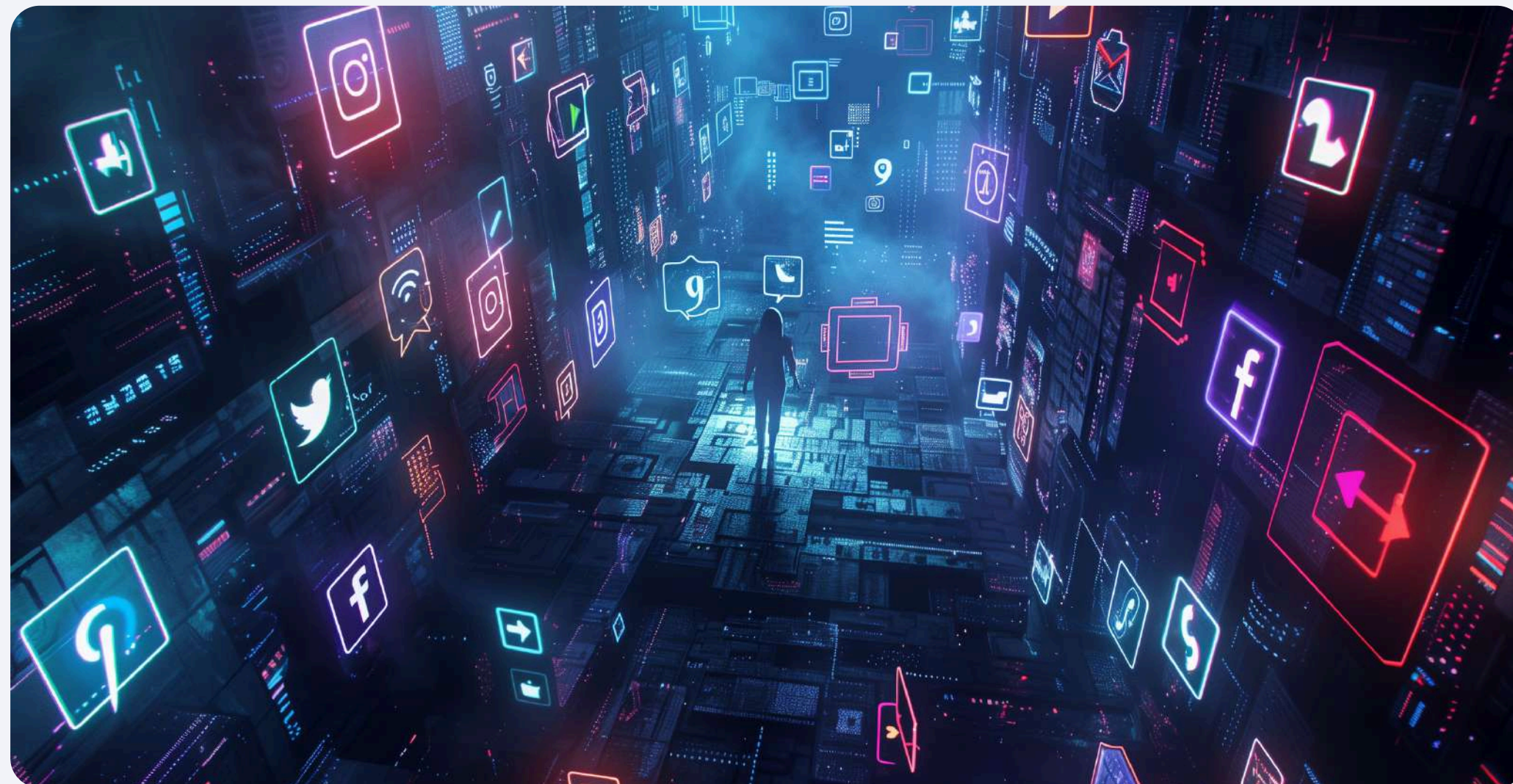
Mancanza di conoscenza e strategia

Mancanza di conoscenza e strategia

Molte aziende pubblicano contenuti senza una strategia chiara.



Non conoscono il pubblico o le regole di ogni piattaforma.



Pubblicazioni casuali e incoerenti

Poca consapevolezza delle metriche chiave

Tempo e risorse limitate

**E sappiamo benissimo quali
sono le conseguenze di questi
problemi...**

Frustrazione



Percezione negativa del brand



Perdita di opportunità



**Quindi prima di parlare di AI
facciamo una breve introduzione
alle regole del gioco...**

Quale social scegliere?

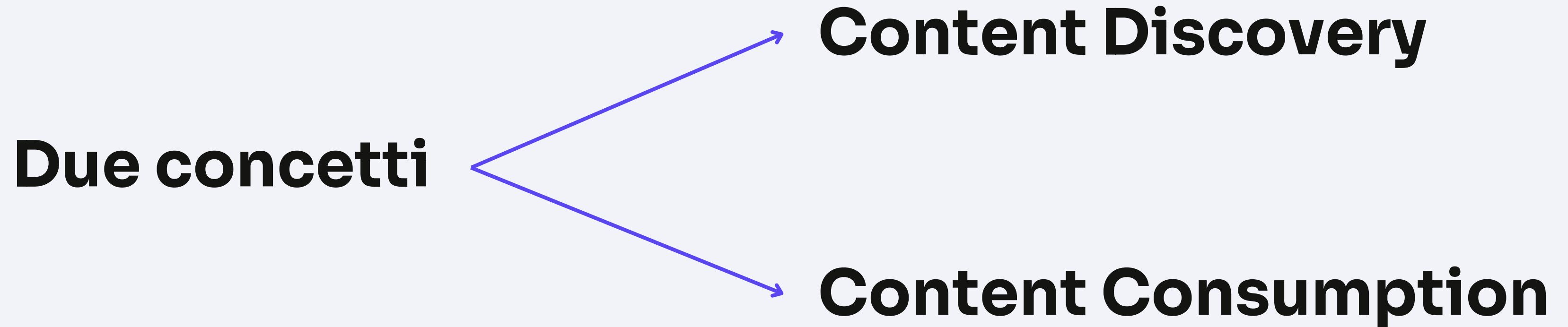
In questa prima parte approfondiremo e comprenderemo di cosa si parla quando sentiamo la parola AI

Due concetti

Due concetti



Content Discovery



Content Discovery

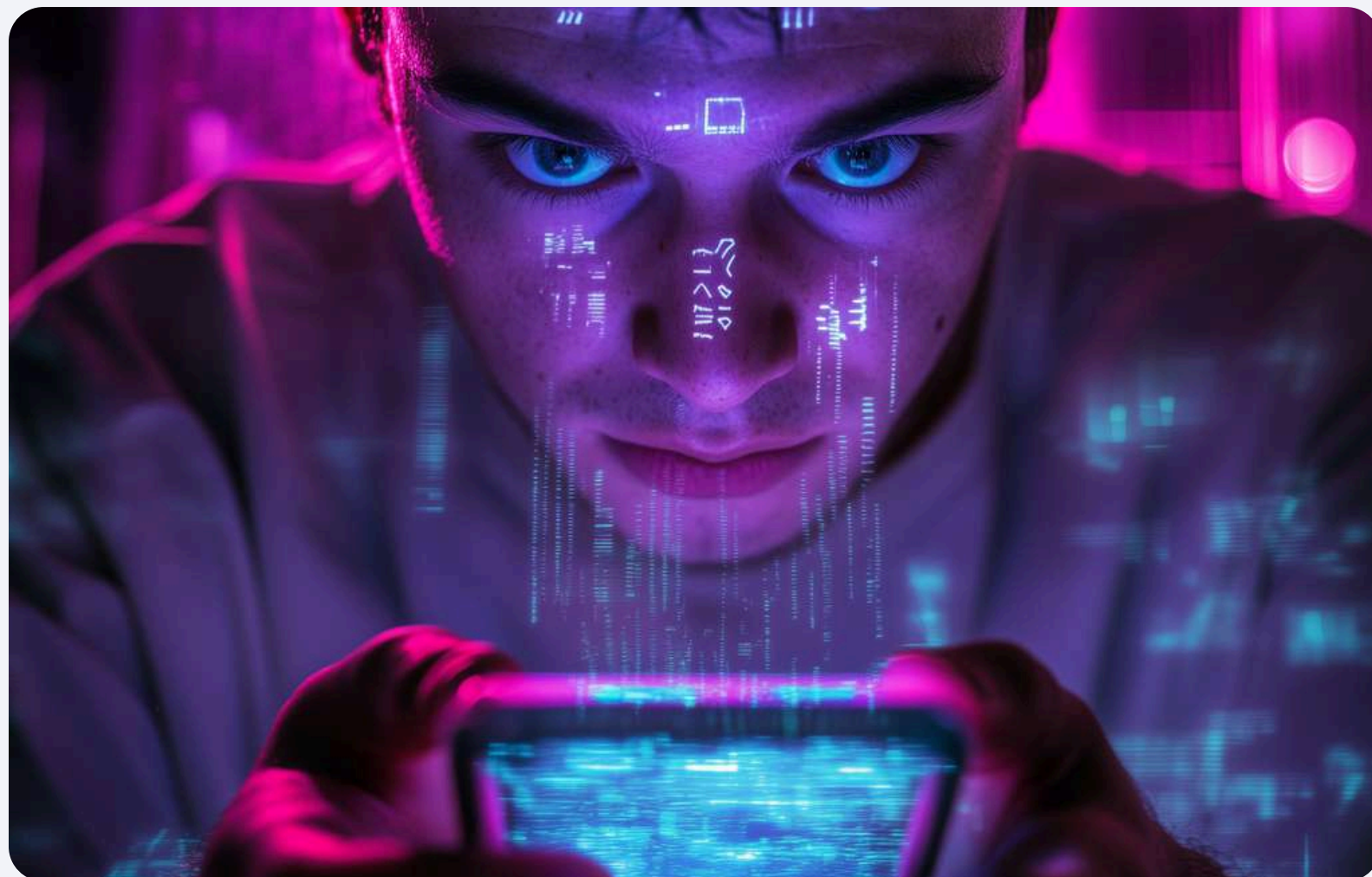


Il Content Discovery è il processo attraverso il quale **un utente entra in contatto per la prima volta con un contenuto** o un brand.

Questo avviene principalmente grazie agli **algoritmi di raccomandazione** che promuovono contenuti virali e brevi sulle piattaforme social.

Di solito legati a **Short-Form Content**

Content Consumption



Il Content Consumption rappresenta il momento in cui **un utente decide di approfondire un argomento** e di dedicare più tempo alla fruizione di un contenuto.

Si verifica quando **il pubblico ha già scoperto il tuo brand** e vuole maggiori informazioni o valore aggiunto.

Dopo aver intercettato l'attenzione con un contenuto breve, gli utenti più interessati vogliono un **approfondimento dettagliato**.

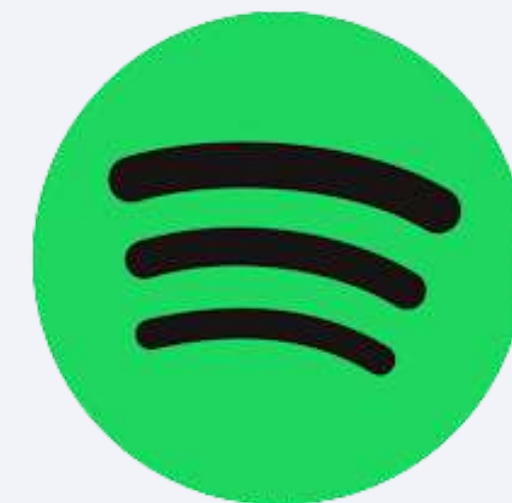
**Ora un breve ragionamento sui
vari social, dove posizionarci?**

Almeno uno tra questi

Dove le persone ti conoscono?



Dove le persone approfondiscono?



Il re del 2025?

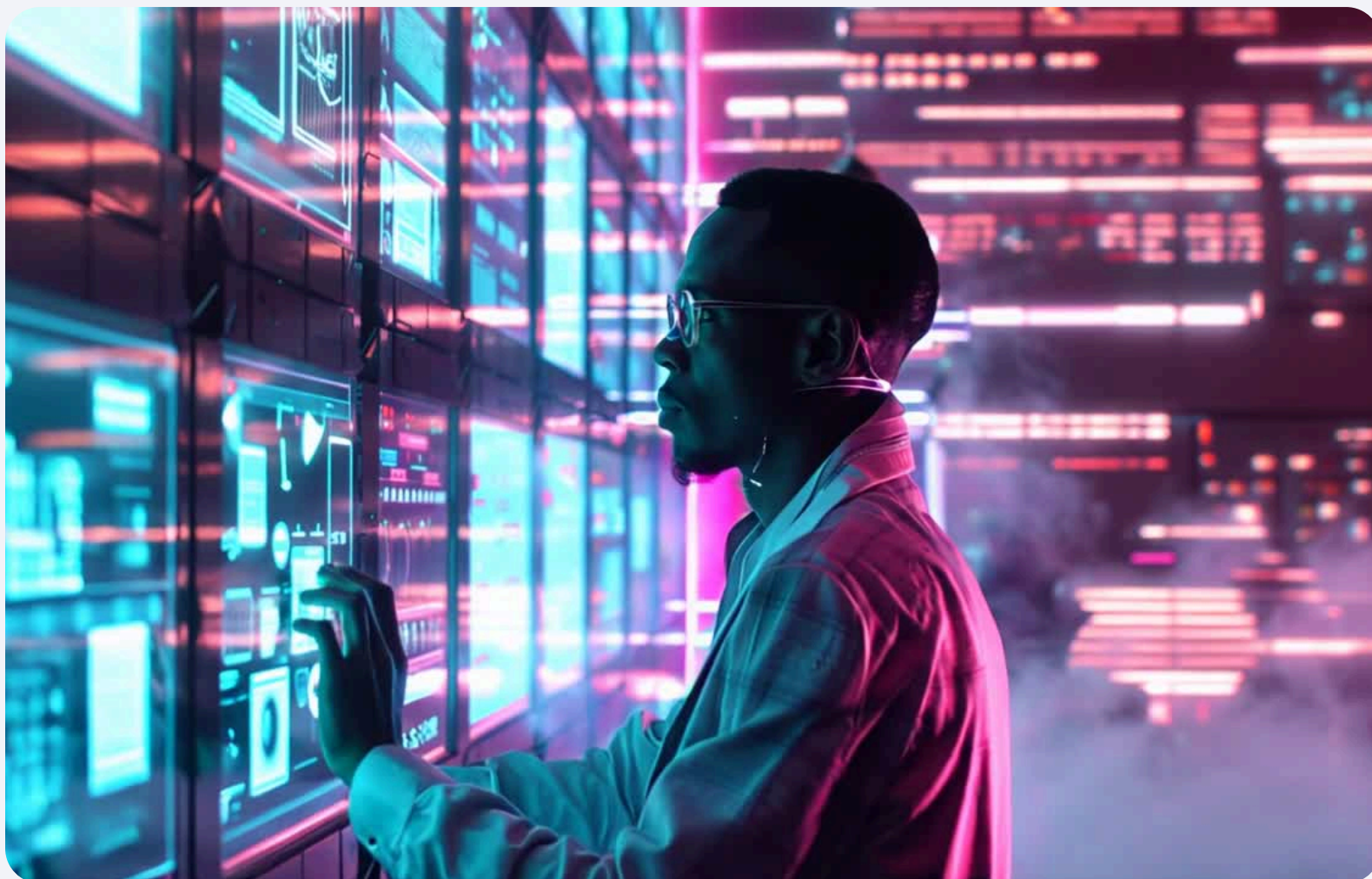
Linked 

Minima spesa, massima resa

I pilastri del successo sui social nel 2025

Nel 2025, i social media non sono più un'opzione ma una necessità. Tuttavia, avere successo non dipende dalla quantità di contenuti pubblicati, ma dalla qualità, strategia e coerenza

Il problema?



A meno che i tuoi uffici non siano qualcosa del genere è molto probabile che tu non abbia le conoscenze adatte per avere successo nei social

La soluzione?

O spendi migliaia di euro al mese per pagare un social media expert, specializzato in content creation oppure...

UTILIZZI L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE



I 4 Pilastri

Strategia 🎯 - Definire il proprio pubblico e obiettivi chiari

Costanza 📅 - Pubblicare con regolarità e mantenere coerenza

Creatività & Valore 💡 - Generare contenuti che ispirano, insegnano e intrattengono

Analisi 📊 - Monitorare e ottimizzare le performance



Una frase mi ha sempre colpito

**Di un signore di nome Abraham
Lincoln...**

“Se avessi otto ore per abbattere un albero, passerei le prime sei ad affilare l’ascia.”



Pianificare è tutto.

**Ma tu hai veramente il tempo di
“affilare l’ascia” per così tanto?**

**E ora vi dico un'altra frase che mi
ha particolarmente colpito**

**Questa volta di un signore di
nome Alex Carofiglio...**

*“Se avessi l’AI per abbattere un albero...
lo farei abbattere a lei.”*



**Occhio, non sto dicendo di
delegare tutto all'AI**

**Ma l'AI può permetterti di
accelerare tantissimo.**

Chi è il target che voglio raggiungere?

Su quali social devo investire?

Quali tipi di contenuti devo realizzare?

Come fare?

1. **Definire obiettivi SMART** (Specifici, Misurabili, Raggiungibili, Rilevanti, Temporizzati).
2. **Creare un piano editoriale** che bilanci contenuti educativi, promozionali e interattivi.
3. **Segmentare il pubblico** e personalizzare il messaggio in base alle loro esigenze.
4. **Avere un framework di lavoro:** Lo vedremo approfonditamente in qualche minuto

Potrà sembrare una frase fatta...

**Ma essere costanti fa tutta la
differenza**

Ciò che ti garantisce costanza

1. Creare un piano editoriale realistico 🎯

- Non serve pubblicare tutti i giorni se non riesci a mantenere la qualità.
- Trova un ritmo sostenibile (es. 3 post a settimana).

2. Stabilire un formato riconoscibile 🔄

- Esempio: Ogni lunedì un post educativo, ogni mercoledì un case study, ogni venerdì un sondaggio. Questo permette di creare un framework per creare i tuoi format e i tuoi contenuti.

Questo crea aspettativa nel pubblico, migliora l'engagement e riduce i tuoi tempi di produzione

**Inoltre ti serve un Framework
per la creazione dei contenuti**

Stop andare a caso!

Creatività & Valore

**Prima di pubblicare fatti una
domanda**

Ti fermeresti mai a guardare o leggere questo post?

**Molto spesso dimentichiamo di
chiederci questa cosa**

Ma per questo c'è una soluzione!

La tua stella polare: La regola delle 3 “I”

Ogni post che pubblichi deve avere queste 3 “I” al suo interno:

- ✓ **Inspirare** – Il post che pubblichi deve ispirare un cambiamento o una modifica della situazione (in meglio) del tuo utente.
- ✓ **Insegnare** – Fornire valore concreto, dare degli strumenti per riuscire a compiere questa trasformazione
- ✓ **Intrattenere** – Dopotutto siamo su un social e ovviamente le persone sono qui per intrattenersi. Il tuo obiettivo è catturare attenzione e coinvolgere.
Esempi: Video brevi, quiz, sondaggi, meme.

Analisi dei dati

Stai lontano da loro...

Vanity Metrics

- Numero totale di follower
- Numero di like sui post
- Numero di visualizzazioni (senza engagement)
- Numero di impression
- Numero di condivisioni (senza conversioni)
- Commenti generici o spam
- Click sui link (senza azioni successive)

**Il tuo unico focus devono essere
loro 🙌**

North Star Metrics

Coinvolgimento e Interazione

- Engagement Rate (ER%) – Percentuale di interazione rispetto ai follower o alle impression.
- Click-Through Rate (CTR%) – Percentuale di utenti che cliccano su un link rispetto a quelli che lo vedono.
- Commenti significativi – Numero di commenti utili che dimostrano interesse reale.
- Watch Time (Tempo di visione medio) – Durata media di visualizzazione di un video.
- Retention Rate (%) – Percentuale di utenti che guardano un video fino alla fine.
- Condivisioni con traffico generato – Numero di condivisioni che portano nuovi visitatori.

North Star Metrics

Traffico e Conversioni

- Conversion Rate (%) – Percentuale di utenti che completano un'azione (iscrizione, acquisto, contatto).
- Lead Generati – Numero di potenziali clienti acquisiti tramite i social.
- Referral Traffic – Traffico proveniente dai social verso il sito web.
- Customer Acquisition Cost (CAC) – Costo per acquisire un cliente tramite i social.

Un framework per il successo

Cosa significa avere un framework e quali sono i passi da seguire?

**Se vendete servizi,
ormai avete capito**

Partiamo da lui



**Perchè funziona così
bene?**

1- Il social con minor percentuale di utenti che creano contenuti con costanza

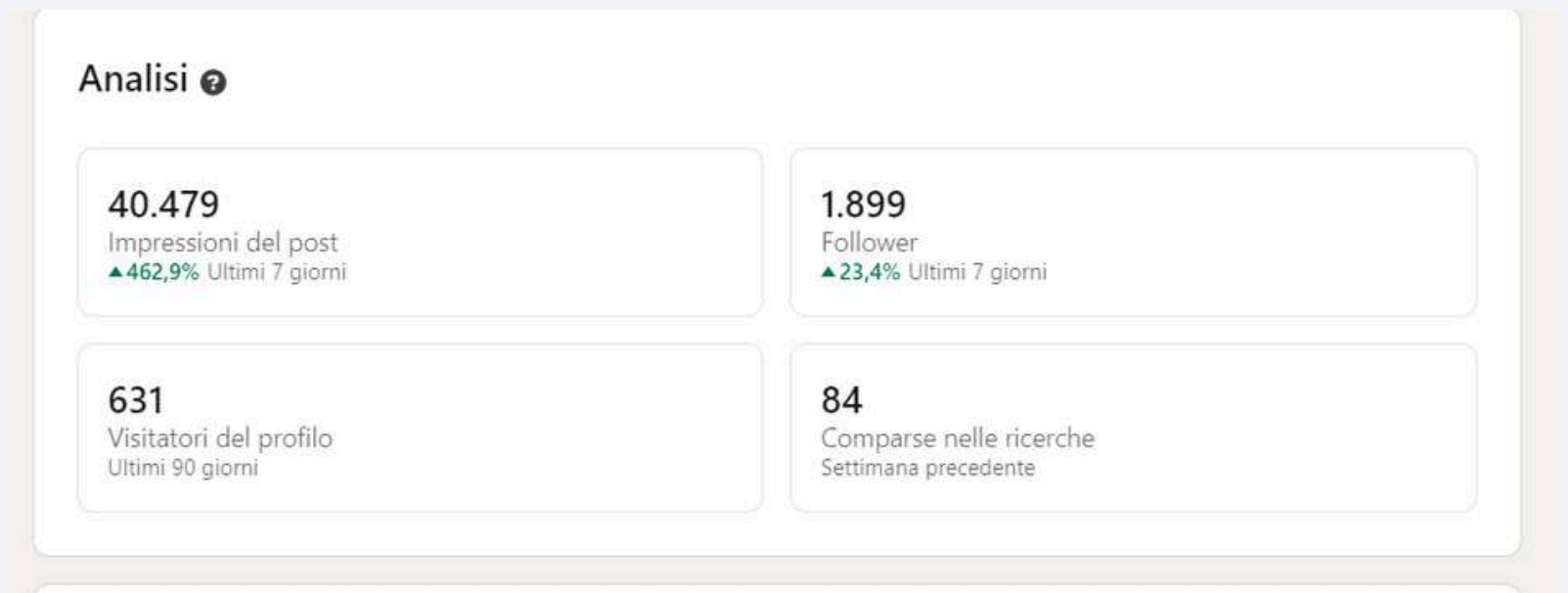
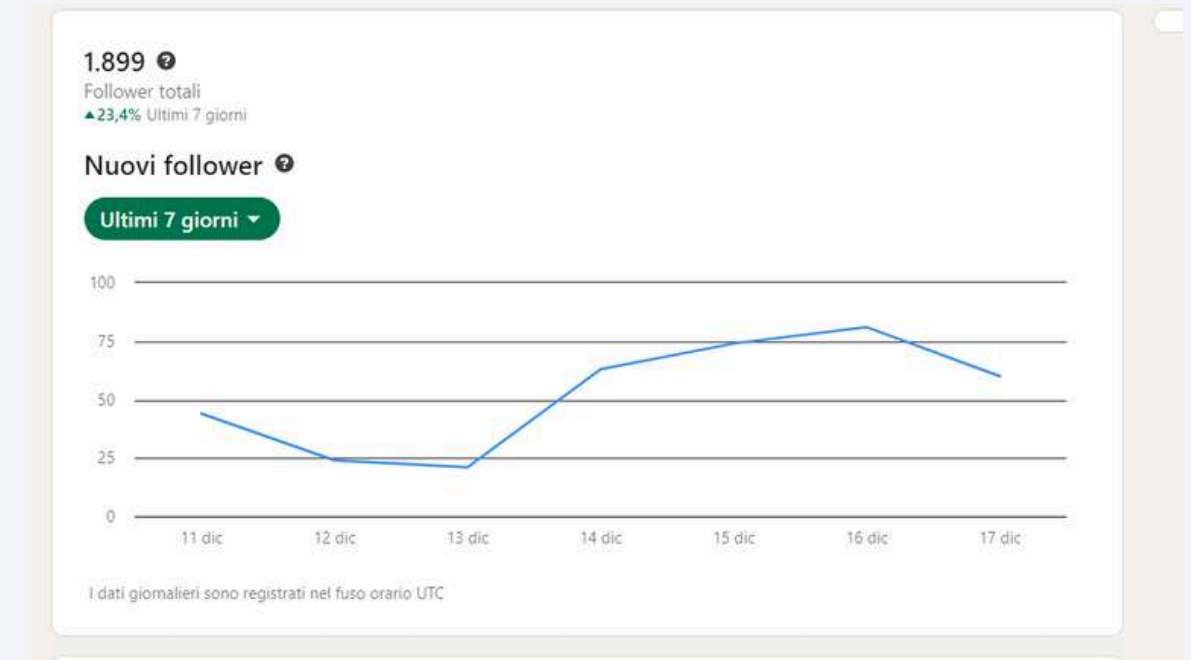
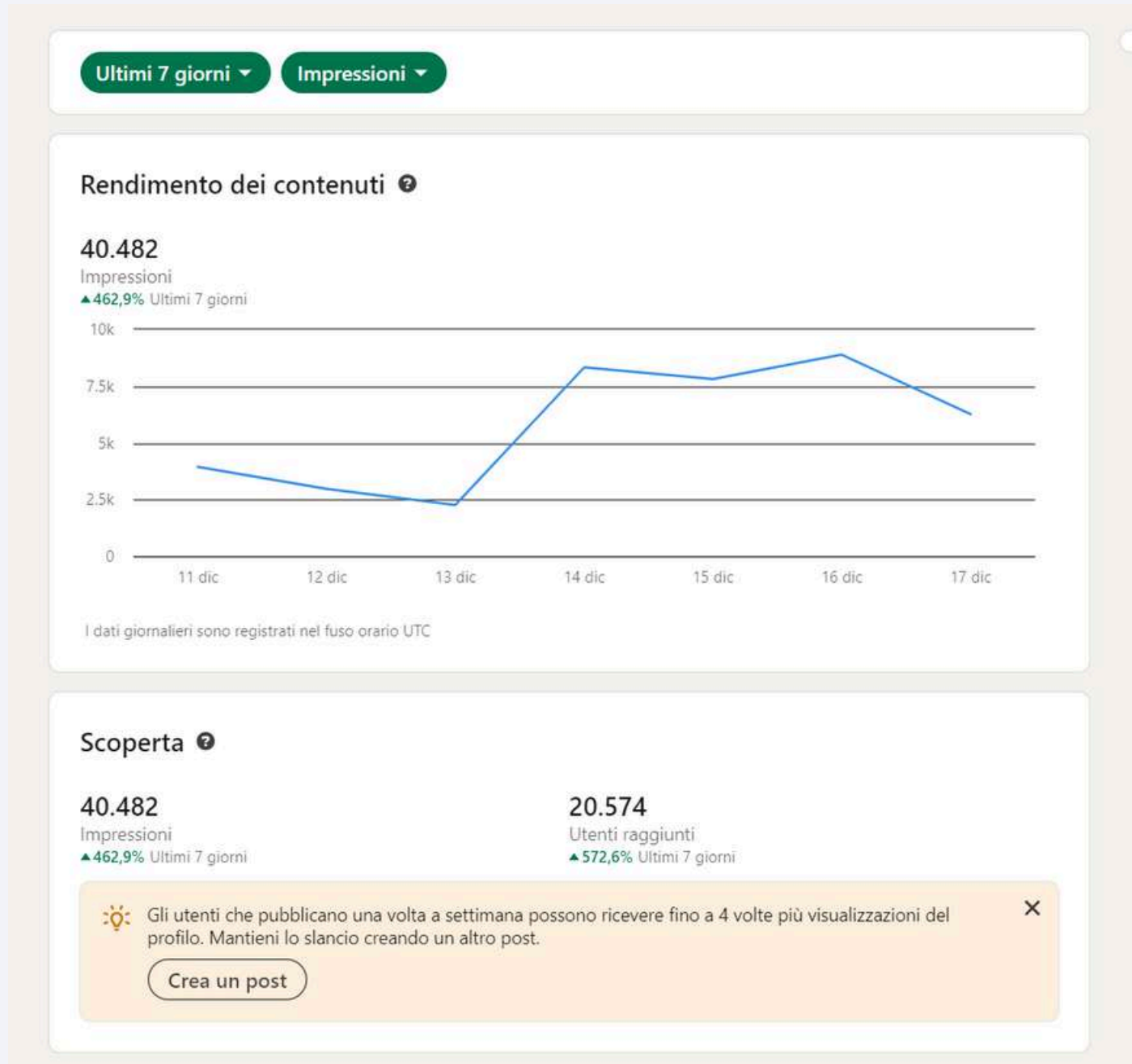
2- Le persone sono li per consumare contenuti a tema lavorativo

3- Canale sia di content discovery che content consumption

ll framework

3 tipi di contenuto





 **E per gli altri social?**

1- Definizione della nicchia e del pubblico

2- Strategia e Pianificazione

3- Creazione di Contenuti di Qualità + trovare dei format

4- Multicanalità

5- Costanza e Frequenza di Pubblicazione

6- Creazione di senso di community e Golden Magnet

7- Ottimizzazione e Crescita Organica

8- Analisi dei Dati e Ottimizzazione della Strategia

E se non hai molta esperienza con i social?

Qui entra in gioco a gamba tesa l'Intelligenza Artificiale!



ll prompting

Prompt Engineering

Prompt

Il prompting è una tecnica fondamentale per interagire efficacemente con un modello di intelligenza artificiale (AI), guidando il modello a produrre risposte che soddisfano le tue aspettative. Progettare un prompt richiede una comprensione delle sue componenti principali e dei parametri che influenzano il comportamento del modello.

Di seguito, esploriamo i concetti chiave in dettaglio.

Input: Il cuore del prompting

L'input è la base di ogni interazione con un modello AI. Consiste in ciò che chiedi al modello di fare, espresso come testo, codice o istruzioni. Un input ben formulato comunica chiaramente il tuo intento.

Contesto: La bussola per il modello

Il contesto amplia e chiarisce il significato dell'input, fornendo al modello informazioni aggiuntive sullo scenario o sugli obiettivi dell'interazione.

Senza contesto, il modello potrebbe generare risposte vaghe o fuori bersaglio. Il contesto aiuta a restringere il campo e migliora la precisione.

Il Prompting



Non si tratta solo di fare una domanda, ma di porla nel modo giusto. Una parola fuori posto e l'AI ti porta in un [vicolo cieco](#), una frase ben strutturata invece apre la porta alla risposta perfetta.

Scrivere il prompt corretto è come dare al bibliotecario più efficiente del mondo istruzioni chiare e precise: invece di farti vagare tra gli scaffali, ti porge il libro giusto, [aperto esattamente alla pagina di cui hai bisogno](#).

Esempi: Guidare il modello con esempi concreti

Gli esempi sono un modo potente per "insegnare" al modello a rispondere nel formato, nello stile o nella logica desiderati. Esistono tre tipi principali di prompting basati sugli esempi:

Zero-shot prompting

Non vengono forniti esempi al modello. Il prompt si limita a descrivere il compito.

One-shot prompting

Viene fornito un singolo esempio per illustrare lo stile o il formato desiderato.

- Pro: Migliora il controllo sul formato.
- Contro: Può non essere sufficiente per compiti complessi.

Few-shot prompting

Includere più esempi per spiegare chiaramente cosa ci si aspetta dal modello.

- Pro: Ideale per compiti complessi o strutture precise.
- Contro: Richiede più sforzo per scrivere esempi dettagliati.

ADVANCED PROMPTING

Chain of Thought (CoT)

Il Chain of Thought (CoT) è una tecnica di prompting che guida i modelli di linguaggio (LLM) attraverso una sequenza logica di ragionamento per migliorare la qualità delle risposte. Questa tecnica è particolarmente efficace per problemi complessi, numerici o di common sense, in cui il modello deve seguire una serie di passaggi per arrivare a una soluzione corretta.

Il CoT consiste nel fornire al modello una spiegazione passo per passo per risolvere un problema. Invece di chiedere una risposta diretta, si suddivide il compito in sotto-problemi, fornendo una struttura logica che il modello può seguire.

- Obiettivo: Esplicitare il processo mentale che porta alla risposta.
- Modo: Usare il linguaggio naturale per descrivere i passaggi (evitando formule o notazioni complesse).

Fornendo in linguaggio naturale (no equazioni), si spiega step by step il ragionamento che facciamo per dare la risposta.

Il CoT è più efficace quando:

- Il problema è complesso: Calcoli numerici, ragionamenti logici o problemi che richiedono più passaggi per essere risolti.
- C'è ambiguità: Il contesto richiede una spiegazione dettagliata per evitare errori.
- Il modello non è direttamente affidabile: Per compiti che richiedono ragionamenti approfonditi, il CoT può migliorare la precisione delle risposte.

FRAMEWORK

PROMPTING

Impersonificare il Modello con un Ruolo (serve sempre meno)

Quando interagisci con l'IA, è utile darle un "ruolo" specifico. Pensa all'IA come se fosse un attore che interpreta un personaggio. Ad esempio, se vuoi che l'IA ti aiuti a scrivere un articolo scientifico, puoi dirle: "Sei un esperto ricercatore nel campo delle biotecnologie". Questo aiuta l'IA a capire meglio il tipo di risposte che dovrebbe fornire.

Fornire Contesto

Dare all'IA il contesto necessario è come preparare il terreno prima di piantare un seme. Fornisci tutte le informazioni rilevanti che l'IA potrebbe aver bisogno di sapere. Ad esempio, se stai chiedendo di creare un piano di marketing, potresti fornire dettagli sull'azienda, il pubblico target e gli obiettivi della campagna. Questo aiuta l'IA a fornire risposte più pertinenti e utili.

Spiegare in Modo Chiaro e Preciso le Istruzioni e le Eventuali Procedure di Svolgimento

Le istruzioni che dai all'IA devono essere chiare e precise, proprio come se stessi dando indicazioni a qualcuno che non ha mai fatto quel compito prima. Ad esempio, invece di dire "Aiutami a migliorare il mio sito web", puoi dire "Esamina il mio sito web e suggerisci miglioramenti per la navigazione e la struttura dei contenuti". Maggiore è la chiarezza, migliori saranno i risultati.

Definire come sia da Fornire l'Output

Dopo aver dato le istruzioni, è importante specificare come vuoi che l'IA presenti le sue risposte. Puoi chiedere risposte brevi, elenchi puntati, paragrafi dettagliati, o qualsiasi altro formato che preferisci. Ad esempio, potresti dire: "Rispondi con un elenco di cinque punti" o "Fornisci una risposta dettagliata in due paragrafi". Questo assicura che l'output sia esattamente come lo desideri.

Eventuali Limitazioni

Infine, è utile definire qualsiasi limitazione che l'IA dovrebbe rispettare. Queste possono includere la lunghezza della risposta, evitare certi argomenti, o usare un tono specifico. Ad esempio, potresti dire: "Mantieni la risposta sotto le 200 parole" o "Evita di usare termini tecnici complessi". Questo aiuta a mantenere le risposte rilevanti e utili per le tue esigenze.

Dei professionisti virtuali a nostra disposizione

In questa prima parte approfondiremo e comprenderemo di cosa
si parla quando sentiamo la parola AI

**Grazie all'AI è possibile velocizzare
di molto questo processo**



L'obiettivo è prendere il framework funzionante che vi ho mostrato e semi automatizzarlo...



PROMPT SOCIAL FRAMEWORK by Morfeus

DISCLAIMER

Tutti i contenuti (testi, immagini, grafica, layout ecc.) presenti di questo documento sono protetti ai sensi delle normative vigenti sul diritto d'autore, sui brevetti e sulla proprietà intellettuale. I marchi e le denominazioni di enti, organismi e ditte menzionati appartengono ai rispettivi proprietari o titolari e possono essere protetti da brevetti e/o copyright concessi o registrati dalle autorità preposte. Il seguente documento non potrà essere pubblicato, riscritto, commercializzato, distribuito, video trasmesso, da parte degli utenti e dei terzi in genere, in alcun modo e sotto qualsiasi forma salvo preventiva autorizzazione da parte dei responsabili.

SOMMARIO

ANALISI

[Prompt per Analisi del pubblico](#)

[Prompt per Analisi dei dati](#)

[Prompt per Ottimizzazione della strategia](#)

STRATEGIA

[Prompt per Definizione degli obiettivi social](#)

[Prompt per definizione Tono di voce e personalità del brand](#)

PIANIFICAZIONE E CREAZIONE DEL CONTENUTO

[Prompt per trovare nuove idee di contenuto](#)

[Prompt per creazione piani editoriali](#)

[Prompt per creazione post linkedin](#)

[Prompt: Creazione di un Piano di Contenuti per 5 Mesi in 1 Giorno](#)

E per le immagini e i video?



Midjourney



Leonardo.**Ai**

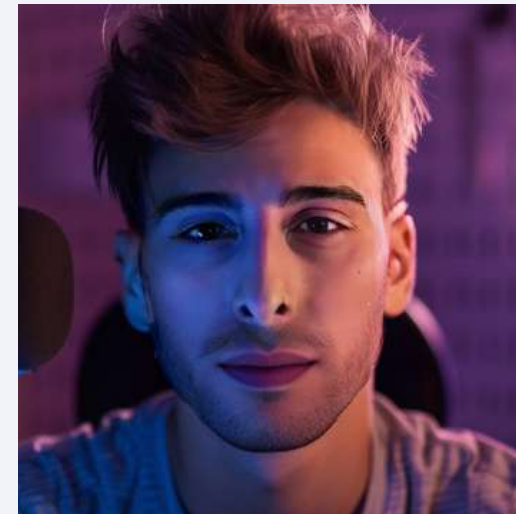
Conclusione, cosa ci portiamo a casa?

Alla fine dei giochi, l'importante è sapere cosa si sta facendo e
continuare a formarsi

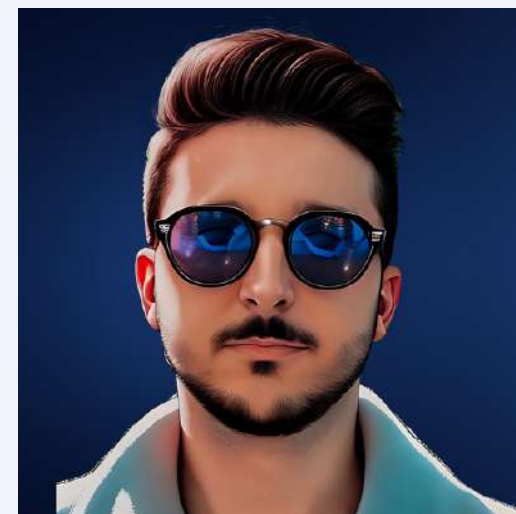
Prima di fare un riassunto

**Scrivete nei commenti cosa vi
portate a casa 🙄🙄**

Per qualsiasi cosa ci trovate su LinkedIn



Alex Carofiglio



Matteo Arnaboldi



Sblocca il tuo regalo! 

