archilabò

SOCIAL MEDIA E IA

Creare contenuti, pianificare, comunicare

Una lezione pratica per micro e piccole imprese: analizzare la presenza social, progettare i contenuti e organizzare il lavoro con il supporto dell'IA.

Francesca Di Tella

Che cosa sapremo fare

01 Scegliere un obiettivo e i formati per i post.

02 Dare all'IA regole chiare per migliorare strategie, post e caption.

03 Progettare un piano editoriale e un calendario motivato.

04 Programmare un post.

Un metodo comune, tre linguaggi

Il laboratorio principale

Lavoreremo soprattutto su Instagram e Facebook: immagini, caroselli, caption, messaggi e programmazione in Meta Business Suite.

Il confronto con LinkedIn

Vediamo come cambia il punto di vista professionale. Non serve aprire tutti i canali: la scelta dipende dal pubblico e dall’obiettivo.

Le parti principali di un contenuto social

Elementi	Che cosa sono
Contenuti visivi	Un contenuto pubblicato nel profilo o nella pagina (immagine, video, ecc.)
Copy / caption	Il testo che accompagna il contenuto.
Gancio	L’apertura che dà un motivo al nostro pubblico per soffermarsi sul post.
Invito all’azione / CTA	La richiesta principale rivolta a chi legge.

Il testo sulla copertina del post e l’apertura della caption possono svolgere funzioni diverse.


DIRE
FARE
INSEGNARE
Come stanno gli
insegnanti italiani
rispetto ai colleghi
degli altri Paesi?
Rapporto OCSE
Education at a Glance 2026
direfareinsegnare
direfareinsegnare La carenza di insegnanti non racconta la stessa storia in tutti i Paesi.
Età, ricambio generazionale, abbandono della professione e nuove strade per entrare in classe: Education at a Glance 2026 fotografa un sistema in trasformazione.
E l'Italia?
Alcuni dati sorprendono Scorri il carosello e dicci la tua: quale di questi aspetti riconosci di più nella tua esperienza a scuola?
5 g
Piace a elviisca e altri 22
5 giorni fa
Aggiungi un commento...
Pubblica

Dove leggiamo e dove rispondiamo

Profilo e contenuti

Il profilo presenta l’attività, i contatti e i collegamenti.

Nel feed incontriamo i post. Nelle storie troviamo aggiornamenti e richiami brevi.

Conversazioni

I commenti sotto un post sono visibili al pubblico.

I messaggi privati, spesso chiamati DM, aprono una conversazione diretta.

Un post può farci scoprire, aiutare a scegliere o avviare una conversazione.

Che cosa vogliamo ottenere da un post?

Possibili obiettivi	Azione che chiediamo	Segnale da osservare
Farci conoscere	Visitare il profilo, scoprire le nostre attività.	Copertura e visite al profilo.
Aprire un confronto	Rispondere a una domanda pertinente.	Commenti con contenuto utile.
Offrire un promemoria	Salvare o condividere una guida utile.	Salvataggi e condivisioni.
Portare al sito	Aprire una pagina specifica.	Clic e visite alla pagina.
Ricevere richieste / ordini	Scrivere, prenotare o acquistare.	Richieste pertinenti o ordini tracciati.

Scegli un obiettivo principale per il singolo post. Il formato e il testo devono sostenerlo.

Quale caption convince a prenotare?

A · Fiorista

«La bellezza dei fiori rende speciale ogni momento. Passione e creatività per te. Scrivici per saperne di più!»

B · Fiorista

«Una cena da amici? Prepariamo piccoli mazzi da portare in regalo. Scrivici per conoscere i fiori disponibili e concordare il ritiro.»

Contesto: il negozio vuole ricevere richieste per piccoli mazzi regalo.

RISPOSTA DELL'ESEMPIO

Per questo obiettivo scegliamo B

01 Nomina una situazione riconoscibile: una cena da amici.

02 Spiega che cosa propone il negozio: piccoli mazzi regalo.

03 Indica come fare il primo passo: scrivere per disponibilità e ritiro.

CHIAREZZA E COMPRENSIONE IMMEDIATA SONO FATTORI PORTANTI

L'IA può produrre proposte alternative. Noi scegliamo quella più fedele al servizio.

Come ci aiuta l'IA nel lavoro sui social

Noi forniamo il contesto

Descriviamo attività, pubblico e obiettivo del post. Aggiungiamo informazioni certe, materiali disponibili, dati del profilo e regole di scrittura.

L'IA prepara proposte e bozze

Può analizzare i materiali che le diamo, suggerire idee e ganci, scrivere caption, scalette di caroselli e risposte ai clienti. Può adattare i testi ai social e proporre un calendario.

Noi scegliamo, correggiamo e approviamo

Verifichiamo fatti, tono, promesse e fattibilità. L'IA può sbagliare e non conosce automaticamente prezzi, disponibilità o dati del profilo. La decisione finale resta nostra.

Poi creiamo la grafica nell'editor e pubblichiamo o programmiamo il post nello strumento social.

Tre lavori, tre strumenti

Lavoro	Strumento	Risultato concreto
Ragionare e scrivere	Una chat IA.	Analisi, idee, strategie, caption, generazione immagini, piano e calendario editoriali in bozza.
Impaginare	Canva o altri editor.	Immagini e pagine con testi modificabili.
Pubblicare e rispondere	Meta Business Suite per FB e IG; LinkedIn nel suo canale.	Post programmati e gestione della posta.

Quale formato può avere un post?

Formato	Quando può servire	Che cosa prepariamo
Immagine singola	Un messaggio o un soggetto principale.	Una foto/grafica e una caption.
Carosello / documento	Passaggi, confronto o spiegazione.	Una sequenza con ordine e conclusione.
Video breve / reel	Un gesto, una persona o una trasformazione.	Riprese, copione e sottotitoli.
Storia	Aggiornamento, richiamo o domanda rapida.	Un messaggio essenziale e una sola azione.
Testo con eventuale link	Un ragionamento o un approfondimento.	Un motivo chiaro per leggere o aprire la pagina.

Conosciamo Dispensa Viva



Conserve stagionali in piccoli lotti

Un laboratorio per la tavola e i piccoli regali. L’identità è già definita: avorio, verde oliva, terracotta, sole e fotografie calde.

Da qui useremo lo stesso brand per vedere formati, testi e scelte diverse.

Impresa fittizia. Immagini, assortimento e dati sono dimostrazioni, non contenuti di un’attività reale.

Copertina Facebook, post e storia



Copertina Facebook

Presenta la pagina e l'identità.



Post singolo

Un solo messaggio, senza "scorri".



Storia 9:16

Sticker aggiunto nell'app.

Mockup fittizi. La copertina presenta la pagina; il post comunica un messaggio; la storia propone un'azione.

Lo sticker Link si aggiunge su Instagram



Grafica di sfondo

Foto, logo e titolo si preparano nell’editor. Una CTA disegnata nell’immagine non diventa cliccabile.

Elemento della piattaforma

Nell’app apriamo gli sticker, scegliamo Link e inseriamo un indirizzo vero. Controlliamo testo e destinazione prima di pubblicare.

Formato verticale 9:16. Nel mockup lo sticker è illustrativo: il collegamento si imposta nella storia reale.

Un carosello è una sequenza











Copertina **Sviluppo: tre idee** **Domanda**

Proposta grafica al solo scopo esemplificativo IA, da ricostruire e verificare nell’editor.

Obiettivo di questo post: aprire una conversazione. La chiusura contiene una sola domanda.

Dispensa Viva: da un gesto a un reel (video)



l’IA può suggerire un copione possibile

Apertura
Un cucchiaio di ricotta e confettura.

Sviluppo
Il crostino con caprino.

Chiusura
I tre assaggi: “Quale proveresti?”

Sono tre fotogrammi illustrativi IA. Per il reel servono riprese, montaggio, testo e controllo finale.

La sequenza cambia tra piattaforme

Instagram e Facebook

Su Instagram progettiamo un carosello da scorrere.

Su Facebook un post con più foto può presentarsi in modo diverso: ordine e comprensione vanno controllati nell’anteprima.

LinkedIn

Una guida può essere pubblicata come documento PDF sfogliabile.

Un post con più fotografie è un’altra opzione: scegliamo il documento quando l’ordine delle pagine conta.

Dispensa Viva

Conserve stagionali in piccoli lotti

Un laboratorio che produce prodotti per la tavola e per piccoli regali.

La voce è calda, contemporanea e concreta.

L’identità visiva è già definita.



Da qui seguiamo un’impresa fittizia, con dati e vincoli dichiarati.

IL BRIEF

Imparare un metodo per lavorare con l’IA

Il brief: che cosa sappiamo dell’impresa

Voce	Informazione approvata
Offerta e pubblico	Conserve stagionali in piccoli lotti, per la tavola e i piccoli regali.
Obiettivo dell’impresa	Ricevere richieste pertinenti sui gusti disponibili.
Materiali di partenza	Identità visiva definita. Da raccogliere: foto del prodotto e del laboratorio.
Canali da valutare	Instagram e Facebook. LinkedIn solo per un obiettivo professionale.
Fatti da non inventare	Gusti disponibili, prezzi, ingredienti, certificazioni, offerte e consegne.

Ore e persone non sono fissate nel brief: chiederemo all’IA di stimarle dopo la proposta di strategia.

Una chat e un documento di lavoro

01 Apri una conversazione dedicata alla tua attività.

02 Fornisci i dati iniziali e conferma il breve riepilogo dell'IA.

03 Per ogni fase scegli la proposta da sviluppare e correggi i fatti.

04 Salva le decisioni approvate in un documento aggiornato.

Se cambi chat, allega di nuovo i documenti e le decisioni che vuoi conservare. In alternativa crea con l'IA un progetto, impostando le regole fisse e caricando tutti i documenti a disposizione.

Proteggiamo i dati delle persone

01 In questa attività usiamo dati fittizi, statistiche aggregate e materiali dell'impresa.

02 Non carichiamo nomi, email, telefoni, elenchi clienti, ordini nominativi o screenshot di chat reali.

03 Per una domanda del cliente scriviamo un caso generico, eliminando dettagli che possano identificarlo.

Per dati personali reali servono una valutazione e strumenti aziendali autorizzati.

Prompt contesto 1 di 2

Agisci come supporto alla comunicazione social di una piccola impresa. Lavoreremo per fasi: analisi, strategia, guida editoriale, contenuti, calendario e controllo.

Impresa e offerta: [descrizione]. Pubblico: [persone e bisogni]. Territorio: [area]. Obiettivo prioritario: [risultato]. Canali attivi o da valutare: [elenco]. Materiali utilizzabili: [foto, video, testi e documenti].

Completa i campi e copia questa parte e la prossima nello stesso messaggio.

Prompt contesto 2 di 2

Situazione: [parto da zero / ho già profili e contenuti / ho una strategia approvata]. Allego: [file]. Mantieni: [regole, identità, rubriche e tono già approvati]. Modifiche consentite: [elenco]. Informazioni certe e promesse da evitare: [dati].

Fammi fino a cinque domande determinanti se mancano informazioni. Non inventare caratteristiche o risultati. Riassumi il brief e distingui vincoli approvati e decisioni aperte. Attendi la mia conferma. Nelle fasi successive conserva ciò che approvo.

Questa parte completa la precedente: incollale insieme nella stessa richiesta.

Il riepilogo da verificare e approvare

Dati che l'IA ha capito

Dispensa Viva produce conserve stagionali in piccoli lotti. Parla a chi cerca idee per la tavola e piccoli regali. L'obiettivo dell'impresa è ricevere richieste sui gusti.

Decisioni ancora aperte

Ruolo preciso dei canali, argomenti e frequenza. Mancano informazioni aggiornate sui prodotti. Tempo e persone saranno stimati dopo la strategia.

Questa risposto dell'IA ha uno scopo puramente esemplificativo.
SCELTA NOSTRA: confermiamo il riepilogo e correggiamo eventuali fatti prima di analizzare il profilo.

ANALISI

Prima osserviamo, poi decidiamo

01 Raccogliamo bio, alcuni post e i dati effettivamente disponibili.

02 Chiediamo all'IA che cosa osserva e quali limiti vede.

03 Scegliamo le priorità da portare nella strategia.

Se non esiste ancora un profilo, analizziamo offerta e messaggi. I risultati numerici resteranno da raccogliere.

Che cosa carichiamo per analizzare un profilo

Materiale da raccogliere	A che cosa serve
Screenshot della bio e dei contatti.	Capire se offerta e prossimo passo sono chiari.
almeno 10 post: immagine, testo e data.	Osservare argomenti, formati e tono.
Report Insights con il periodo indicato.	Confrontare i risultati disponibili.
Obiettivo e vincoli del brief.	Scegliere miglioramenti che possiamo realizzare.

Allega screenshot e testi. Poi controlla che abbia letto correttamente i dati.

La bio spiega offerta e contatto?

Bio iniziale

«Qualità e passione in ogni vasetto.
Conserve artigianali.
Scopri il nostro mondo.»

Problema osservabile: chi legge non trova un invito chiaro a chiedere i gusti.

Revisione possibile

«Conserve stagionali in piccoli lotti.
Per la tua tavola e i piccoli regali.
Scrivici per conoscere i gusti della stagione disponibili.»

Aggiungiamo che cosa offriamo e come iniziare.

La bio è la breve presentazione dell'attività nel profilo. Qui verifichiamo offerta e contatto.

La bio rivista, dentro un profilo Instagram



Mockup della revisione proposta.

Che cosa vede chi arriva

Che cosa offriamo: conserve stagionali in piccoli lotti. A chi può servire: tavola e piccoli regali. Che cosa fare: scriverci per i gusti disponibili.

Che cosa stiamo verificando

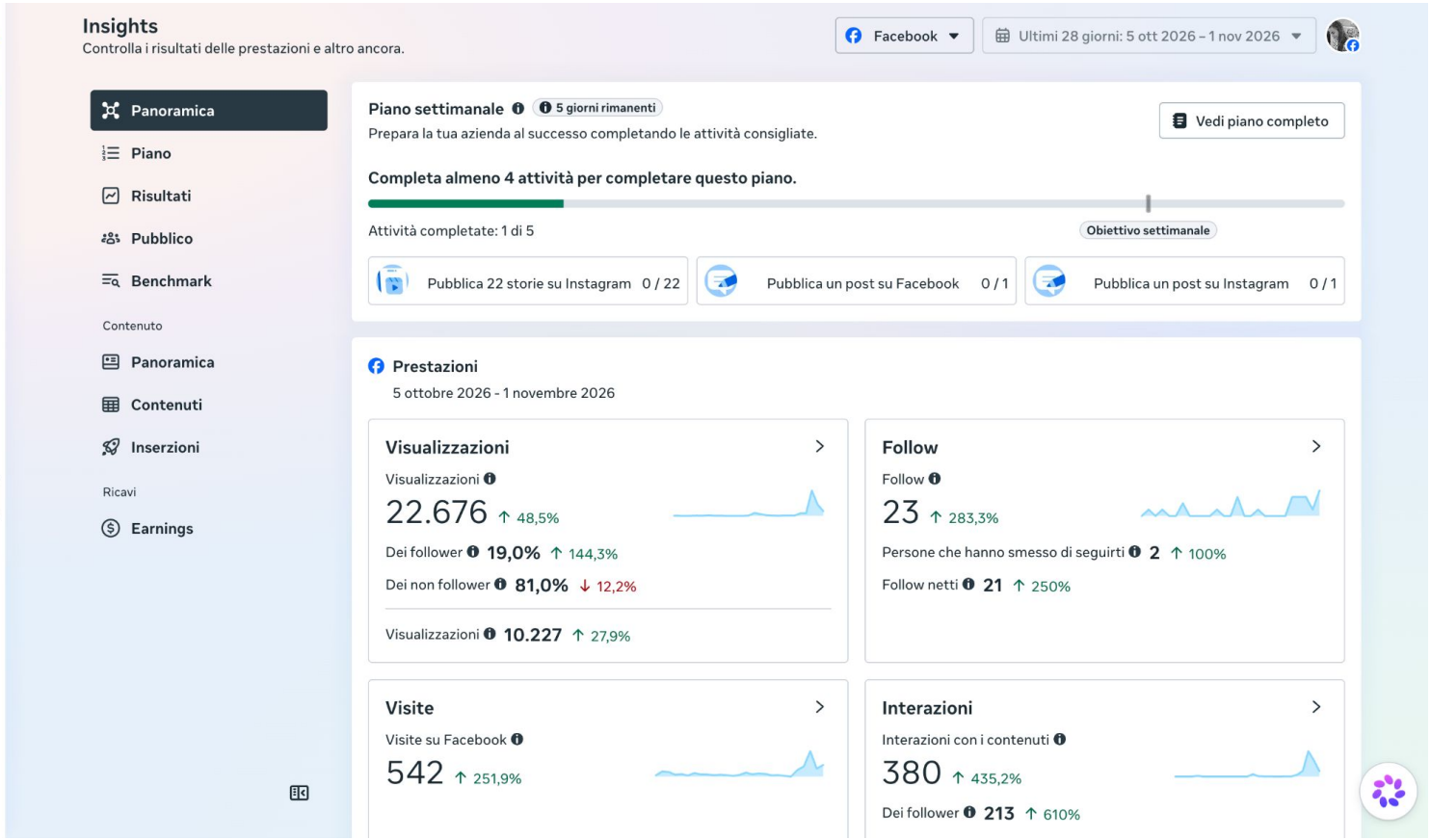
L’offerta e il contatto sono comprensibili? Il tasto Messaggio apre il passo che abbiamo promesso?

Gli Insights: che cosa misurano?

Dato	Che cosa ci dice	Che cosa non dimostra
Copertura	Account raggiunti secondo la definizione della piattaforma.	Quante persone compreranno.
Visualizzazioni	Quante volte il contenuto viene visto secondo la metrica mostrata.	Quante persone sono realmente interessate.
Salvataggi / condivisioni	Azioni compiute sul contenuto.	Che ogni azione porterà a una vendita.
Richieste / ordini	Contatti o acquisti che registriamo.	Che ogni contatto dipenda da un unico post.

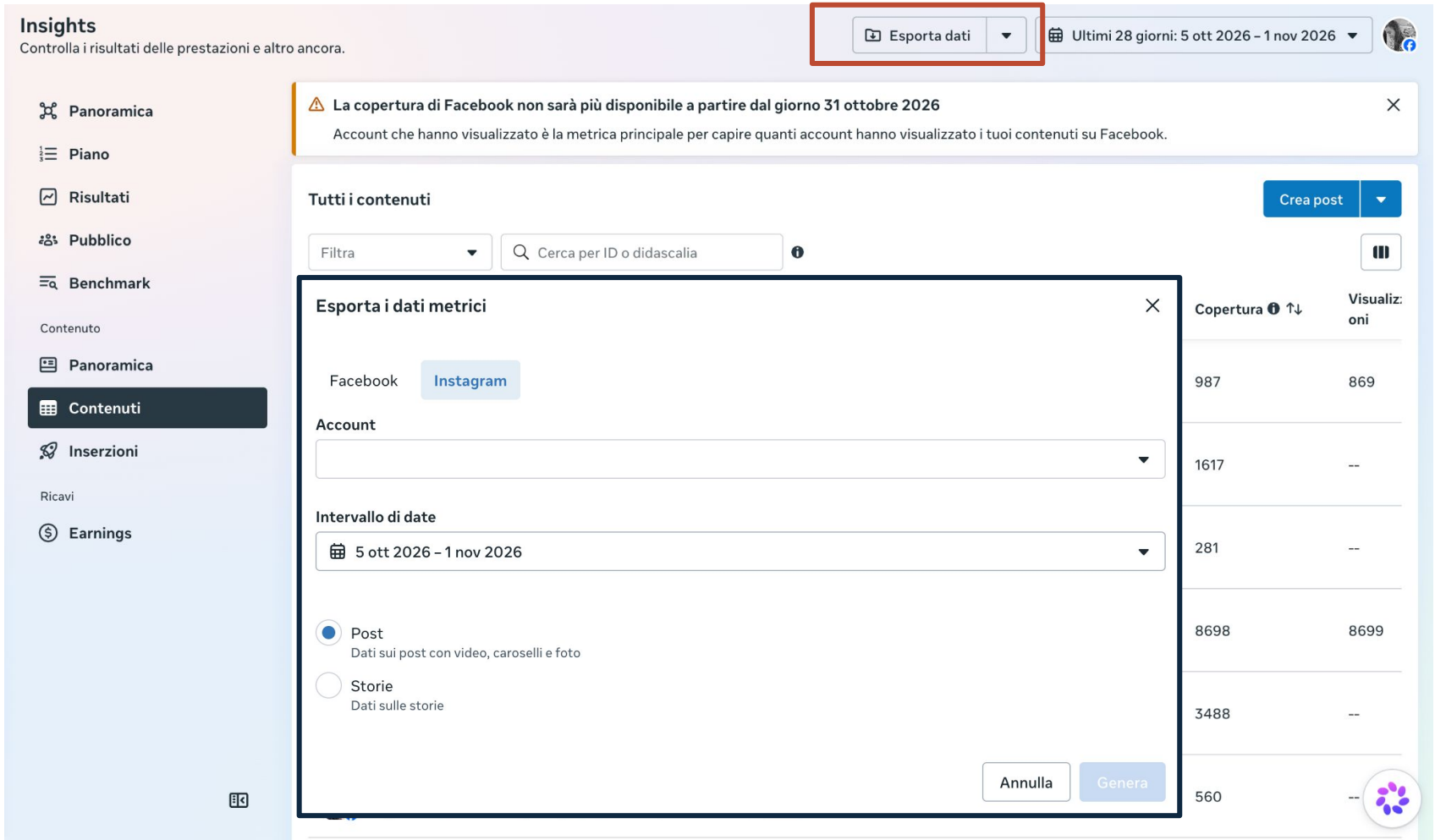
Gli Insights sono le statistiche dell'account. Confrontiamo la stessa metrica e lo stesso periodo.

Gli Insights: export



Gli Insights sono le statistiche dell'account. Confrontiamo la stessa metrica e lo stesso periodo. Identifichiamo eventuali post sponsorizzati e distinguiamoli dai post organici.

Gli Insights: export



Quattro post da confrontare

Contenuto	Copertura	Salvataggi	Visite profilo	Richieste*
A · Foto di prodotto	900	4	12	1
B · Carosello idee d’uso	650	28	25	3
C · Reel laboratorio	2.400	10	38	2
D · Foto piccolo regalo	780	7	18	2

Dati inventati, primi 7 giorni di ogni post, senza pubblicità. *Conteggio manuale delle richieste.

Prompt analisi 1 di 2

Usa il brief approvato. Analizza i materiali allegati: [bio, screenshot, testi, collegamenti e tabella dei risultati]. Periodo: [date]. Per ogni metrica indico [definizione e finestra di osservazione]. Sponsorizzazioni: [assenti / presenti e distinguibili / dato mancante].

Valuta chiarezza del profilo, argomenti, tono, formati, inviti all'azione e coerenza con l'obiettivo. Se non puoi consultare un link o leggere un dato, chiedimi il materiale. Non presumere l'accesso agli Insights.

Completa i campi e copia questa parte e la prossima nello stesso messaggio.

Prompt analisi 2 di 2

Confronta i risultati solo quando periodo, metrica e condizioni lo consentono. Non sommare coperture come persone uniche e non attribuire cause certe a differenze osservate.

Restituisci tre punti di forza, tre problemi o limiti dell'analisi e tre interventi prioritari, con la prova a supporto. Separa osservazioni, interpretazioni e dati mancanti. Per ogni intervento indica un piccolo test e che cosa richiederebbe realizzarlo. Attendi la mia scelta delle priorità prima della strategia.

Questa parte completa la precedente: incollale insieme nella stessa richiesta.

Che cosa l'IA osserva nei dati del caso

Punti di forza osservati	Limiti e problemi
Sono presenti foto e formati diversi.	La bio non chiarisce come chiedere i gusti.
B registra 28 salvataggi nel campione.	Le richieste annotate non dicono quanti ordini sono arrivati.
C raggiunge 2.400 account nel campione.	Non sappiamo quanto quel pubblico sia pertinente.

È una possibile risposta sintetica al prompt di analisi, basata sulla bio e sui quattro post simulati.
Non è ancora una strategia.

Gli interventi che l'IA propone di testare

Osservazione	Proposta dell'IA	Piccolo test
La bio non spiega come chiedere i gusti.	Rendere esplicito il contatto.	Inserire una frase che inviti a scrivere.
B ha più salvataggi e richieste annotate.	Riprendere le idee d'uso.	Tre contrasti per un aperitivo.
C ha la copertura maggiore.	Continuare a mostrare gesti.	Un passaggio reale del laboratorio.

Sono ipotesi da verificare, non cause dimostrate. Nella slide successiva decidiamo che cosa approvare.

Le priorità che portiamo nella strategia

01 Rendiamo più chiari offerta e contatto nella bio.

02 Sviluppiamo un contenuto su un uso concreto delle conserve.

03 Teniamo tra le idee un gesto autentico del laboratorio.

Confermiamo queste priorità nel caso didattico. Un’altra impresa potrebbe sceglierne di diverse.

PROVA GUIDATA

Riscrivi la bio in due righe utili

01 Apri la tua bio. Se non hai un profilo, usa: “Qualità e passione in ogni vasetto”.

02 Scrivi una riga che spiega che cosa offri e una che indica come contattarti. Usa soltanto informazioni vere.

03 Rileggi come se arrivassi per la prima volta: capisco offerta e prossimo passo?

Esempio del risultato: “Conserve stagionali in piccoli lotti. Scrivici per i gusti disponibili.”

STRATEGIA

La strategia collega pubblico e obiettivi

Domanda	Esempio per Dispensa Viva
A chi parliamo?	A chi cerca usi concreti per la tavola e piccoli regali.
Quale risultato vogliamo?	Richieste pertinenti sui gusti disponibili.
Che cosa raccontiamo nel tempo?	Abbinamenti, gesti del laboratorio e piccoli regali.
Dove e con quale frequenza?	Chiediamo una proposta motivata, poi valutiamo il lavoro necessario.

Prima una proposta di strategia. Poi la stima dell'impegno e le nostre correzioni.

Prompt per una proposta di strategia

Usa brief e analisi approvati. Priorità scelte: [elenco]. Proponi per le prossime due settimane obiettivo, pubblico, ruolo dei canali, messaggi, rubriche e frequenza. Motiva le scelte con l'analisi; se parto da zero, dichiara le ipotesi. Non ho ancora fissato ore di lavoro da dedicare alla comunicazione social e/o numero di persone necessarie: fai una stima. Se esiste già un piano, conserva le decisioni valide. Chiedi conferma della strategia e della stima prima di sviluppare i post.

È una proposta da valutare: le stime dell'IA non sono preventivi né tempi garantiti.

La prima proposta per Dispensa Viva

01 Obiettivo dell'impresa: ricevere richieste sui gusti disponibili.

02 Pubblico: persone interessate alla tavola e ai piccoli regali.

03 Ipotesi iniziale: due post originali a settimana su IG e un adattamento Facebook.

04 Temi: usi specifici delle conserve e gesti reali del laboratorio.

Questa proposta semplificata ha uno scopo puramente esemplificativo.
La frequenza non è ancora approvata. Prima vediamo che cosa richiede produrla.

Tre argomenti da riprendere nel tempo

Rubrica	Che cosa significa	Un post possibile
A tavola	Aiutare a immaginare un uso concreto.	Un vasetto, tre contrasti per l'aperitivo - Carosello
Dentro il laboratorio	Mostrare gesti e scelte verificabili.	Un gesto della lavorazione, spiegato - Reel
Un piccolo regalo	Rispondere a domande pratiche.	Che cosa chiedere prima di scegliere una confezione - Card statica

Una rubrica è un argomento ricorrente. Ogni post deve comunque avere un messaggio preciso. Questo esempio di risposta è stato semplificato.

Che lavoro richiede la prima proposta?

Attività in due settimane	Stima indicativa	Chi se ne occupa
Analisi e pianificazione	?	?
Preparazione di foto e riprese	?	?
Testi e revisioni	?	?
Quattro contenuti visivi originali	?	?
Programmazione e controlli	?	?
Messaggi e verifica dei risultati	?	?

GUIDA EDITORIALE

Il tono si traduce in istruzioni

Indicazione troppo generica

«Sii caldo, professionale e coinvolgente.»

L'IA deve indovinare come scrivere. Potrebbe aggiungere enfasi o formule poco adatte.

Regole osservabili

Diamo del tu. Parliamo come laboratorio: "noi".

Usiamo frasi brevi e dettagli concreti. Spieghiamo i termini tecnici. Evitiamo superlativi e promesse assolute.

Il tono di voce è il modo riconoscibile con cui l'impresa si rivolge alle persone.

Che cos’è una guida editoriale?

Contiene	Serve a
Pubblico, obiettivi e ruolo dei canali.	Ricordare per chi e perché scriviamo.
Voce, lessico, tu/voi, emoji e formule da evitare.	Mantenere uno stile coerente.
Struttura di caption e caroselli.	Dare istruzioni precise alla chat.
Esempi approvati e testi da correggere.	Mostrare che cosa intendiamo.
Informazioni certe e limiti delle promesse.	Ridurre errori e affermazioni inventate.

È un documento di regole per la scrittura. Può accompagnare il manuale dell’identità visiva.

Prompt guida 1 di 2

Usa strategia, pubblico e vincoli approvati. Crea una guida editoriale sintetica per i nostri social.

Voce desiderata: [caratteristiche]. Come ci rivolgiamo alle persone: [tu o voi, noi o io]. Lessico ed espressioni da usare o evitare: [indicazioni]. Allego esempi approvati e da correggere: [testi e motivi, oppure nessuno]. Regole già esistenti: [documento o nessuno].

Traduci ogni caratteristica in un comportamento di scrittura osservabile. Non dedurre regole da un solo esempio senza segnalarlo.

Completa i campi e copia questa parte e la prossima nello stesso messaggio.

Prompt guida 2 di 2

Includi pubblico, voce, lessico, costruzione delle frasi, emoji, dati e fonti da usare, affermazioni da verificare e usi da evitare. Aggiungi criteri per aperture, caption, inviti all'azione e sequenze dei caroselli. Distingui gli adattamenti per Facebook, Instagram e LinkedIn quando pertinenti.

Se esiste una guida, conserva le regole e segnala i conflitti. Separa decisioni approvate e proposte, assegna data e versione e attendi la mia verifica.

Questa parte completa la precedente: incollale insieme nella stessa richiesta.

Dispensa Viva: regole da dare all'IA

Voce della guida	Regola approvata
Pubblico e scopo	Parliamo a chi cerca usi concreti per la tavola. Accompagniamo richieste sui gusti.
Relazione e voce	Diamo del tu. Usiamo "noi" per il laboratorio. Tono caldo, quotidiano e preciso.
Lessico	Conserve, piccoli lotti, abbinamenti, tavola. Spieghiamo le parole meno comuni.
Stile	Una situazione concreta all'inizio. Frasi brevi. Nessuna emoji necessaria nel caso.
Fatti e limiti	Non inventare gusti disponibili, prezzi, ingredienti del prodotto, consegne o certificazioni.

Dispensa Viva: regole per i contenuti

Parte	Regola approvata
Caption	Gancio concreto, sviluppo utile, contesto del laboratorio e un invito principale.
Aperture	Partire da un'occasione o da un contrasto. Vietati superlativi senza prova e falsa urgenza.
Carosello	5 pagine: promessa, 3 idee distinte, conclusione. Un titolo e un dettaglio pratico per idea.
Canali	Instagram visivo. Facebook aggiunge contesto. LinkedIn richiede un tema professionale pertinente.
Immagini	Identità visiva approvata. Foto reali quando mostriamo il prodotto reale; bozzetti IA dichiarati.

Dispensa Viva: esempi da conservare

Da correggere

«La confettura più sana e buona di sempre!»

Promesse e confronto senza prova.

«Ultimissimi pezzi: ordina subito!»
Urgenza non confermata nel brief.

Coerenti con la guida

«Un vasetto, tre contrasti per l'aperitivo.»
Occasione specifica e promessa verificabile.

«Scrivici per conoscere i gusti disponibili.»
Un passo concreto che possiamo gestire.

Questi esempi spiegano all'IA il criterio. "Funzionante" significa coerente, non già vincente nei dati.

Come riutilizziamo le regole nella chat

01 Salva la guida con un nome, una data e una versione.

02 Allegala o incollala all’inizio della conversazione.

03 Scrivi: “Usa questa guida. Segnala i conflitti prima di generare”.

04 Se usi **un progetto con file e istruzioni**, conserva lì la versione approvata.

Nelle nuove richieste aggiungi obiettivo e informazioni aggiornate. Rivedi sempre il risultato.

CONTENUTI

Dalle regole a un post completo

01 Prima riconosciamo le parti di una caption e i diversi inviti all’azione.

02 Poi chiediamo idee e varianti di gancio riferite a Dispensa Viva.

03 Infine sviluppiamo testi, immagini dimostrative e impaginazione nell’editor.

Usiamo la stessa impresa per vedere che cosa cambia quando cambia l’obiettivo del contenuto.

Com’è composta una caption

01 Apertura: fa capire a chi parliamo e perché continuare.

02 Sviluppo: dà un’idea, una spiegazione o informazioni utili.

03 Contesto: collega il contenuto all’attività, se serve.

04 Chiusura: propone un passo coerente con l’obiettivo.

Questa è una struttura di lavoro. In un testo breve alcune parti possono coincidere.

Una caption letta pezzo per pezzo

Parte	Testo per Dispensa Viva
Apertura	“Hai ospiti e vuoi aggiungere un contrasto al tagliere?”
Sviluppo	“Prova ricotta e confettura, caprino su un crostino oppure pecorino servito a parte.”
Contesto	“Da Dispensa Viva prepariamo conserve stagionali in piccoli lotti.”
Chiusura	“Quale dei tre accostamenti porteresti in tavola?”

Obiettivo del post: commenti sulle preferenze.

Tre ganci per lo stesso tema

Tipo	Esempio	Che cosa deve seguire
Situazione concreta	“Hai ospiti e un vasetto già aperto?”	Una proposta semplice per servirlo.
Domanda specifica	“Con che cosa abbineresti una confettura sul tagliere?”	Abbinamenti chiari e riconoscibili.
Contrasto	“Dolce nel vasetto, sapido nel piatto.”	Un accostamento dolce-salato visibile.

Stesso brand e stesso argomento: l’IA propone angolazioni diverse, noi scegliamo quella da sviluppare.

Altre aperture, con una promessa precisa

Tipo	Esempio	Che cosa deve seguire
Problema concreto	“Il crostino è pronto: che cosa manca per dargli contrasto?”	Un abbinamento motivato, non una formula vaga.
Dietro le quinte	“Un gesto del laboratorio, visto da vicino.”	Un passaggio vero e la sua spiegazione.
Promessa circoscritta	“Tre modi di portare una confettura all’aperitivo.”	Esattamente tre idee distinte.

La chiusura cambia insieme all’obiettivo

Se vogliamo…	Una sola richiesta principale
Commenti	“Ricotta, caprino o pecorino: quale accostamento proveresti?”
Salvataggi	“Salva le tre idee per il prossimo aperitivo.”
Condivisioni	“Gira queste idee alla persona con cui prepareresti il tagliere.”
Visite al sito	“Apri il link in bio per scoprire i gusti di stagione.”
Messaggi	“Scrivici per conoscere i gusti disponibili.”

L’invito al sito si usa soltanto se la pagina esiste e il link è impostato.
Non aggiungiamo tutte le CTA nello stesso post.

Commentare o salvare: cambia la chiusura

Commenti sulle preferenze

“Per l’aperitivo abbiamo immaginato tre contrasti: ricotta e confettura, crostino con caprino, pecorino servito a parte. Quale porteresti sulla tua tavola?”

Salvataggi per ritrovare l’idea

“Un vasetto, tre piccoli assaggi: ricotta nei cucchiai, caprino sul pane tostato e pecorino in ciotola. Salva questa combinazione per il prossimo aperitivo.”

Il primo apre una conversazione. Il secondo offre un promemoria da ritrovare.

Condividere un’idea o approfondire

Inviare il post a una persona

“Uno prepara i crostini, l’altro mette in tavola ricotta e pecorino: l’aperitivo può partire così. Gira queste tre idee alla persona con cui lo prepareresti.”

Aprire una pagina utile

“Cerchi un abbinamento per il tuo formaggio preferito? Nella pagina dedicata trovi tante idee. Scopri i gusti e gli abbinamenti al link in bio.”

La seconda è una variante da usare solo dopo aver preparato davvero la pagina e il collegamento.

Da una formula generica a un uso concreto

Da rivedere

“Lasciati conquistare dal gusto unico delle nostre conserve! Qualità e passione in ogni vasetto. Scopri un mondo di bontà!”

Non spiega un uso, una differenza verificabile o un passo preciso.

Revisione per avviare commenti

“Ricotta, caprino o pecorino: una confettura cambia il contrasto nel piatto. Nel carosello trovi tre piccoli assaggi. Quale proveresti per primo?”

Tema e domanda sono concreti e coerenti.

La versione rivista è un esempio di chiarezza, non la promessa di ottenere più interazioni.

Un post professionale spiega una scelta FUNZIONE DI LINKEDIN

Da rivedere

“Siamo entusiasti di rivoluzionare il mondo delle conserve. Innovazione, eccellenza e passione guidano ogni nostra scelta!”

Le qualità proclamate non sono dimostrate.

Bozza professionale da completare

“Lavorare in piccoli lotti richiede [scelta organizzativa confermata]. Per gestire [passaggio reale], abbiamo scelto [criterio vero]. Chi produce su piccola scala, come racconta disponibilità e continuità?”

CREAZIONE DI UN POST

Prompt per generare e scegliere i ganci

Usa la guida editoriale approvata. Tema: [argomento]. Pubblico: [persone e bisogno]. Obiettivo: [azione]. Canale e formato: [dati]. Fatti utilizzabili: [elenco].

Proponi sei ganci distinti: due legati a una situazione, due a una domanda concreta e due a un contrasto. Se servono, separa titolo di copertina e apertura della caption. Evita formule generiche, falsa urgenza e risultati non dimostrati.

Per ogni gancio indica che cosa dovrà contenere il post per mantenere la promessa. Suggerisci due opzioni motivate e aspetta la mia scelta prima di scrivere il testo.

Copia il testo, completa i campi [tra parentesi] e continua nella chat dedicata all'impresa.

Sei aperture per il post di Dispensa Viva

Taglio	Proposta
Situazione	Hai ospiti e un vasetto già aperto?
Situazione	Per l'aperitivo, partiamo da una confettura.
Domanda	Come portare una confettura sul tagliere?
Domanda	Con quale consistenza abbineresti una confettura?
Contrasto	Un vasetto, tre contrasti.
Contrasto	Dolce nel vasetto, sapido nel piatto.

Quale apertura svilupperesti?

01 Rileggi le sei proposte per Dispensa Viva.

02 Scegline una e indica quale contenuto dovrebbe seguire per mantenere la promessa.

03 Scarta una proposta che non potresti sostenere con i materiali o con i fatti.

Prompt contenuto 1 di 2

Usa brief, strategia e guida approvati. Idea scelta: [titolo]. Pubblico: [persone e bisogno]. Obiettivo principale: [azione o comprensione]. Canale e formato: [dati]. Gancio scelto: [testo].

Informazioni vere: [dati]. Materiali: [foto, video e documenti]. Elementi già approvati da mantenere: [testi, grafica, tono o nessuno]. Vincoli: [numero di pagine o durata, spazio disponibile]. Invito principale: [azione].

Se manca un'informazione necessaria, chiedimela. Non inventare prezzi, caratteristiche, ingredienti del prodotto, benefici, disponibilità o risultati.

Copia anche la parte successiva nello stesso messaggio.

Prompt contenuto 2 di 2

Per un carosello: prepara copertina, sviluppo e conclusione. Per ogni pagina scrivi funzione, titolo, testo e immagine necessaria. Limite: [parole per pagina]. Ogni pagina deve aggiungere un'informazione; includi dettagli applicabili, evitando esempi ripetitivi.

Per la caption: separa inizialmente gancio, sviluppo, eventuale contesto dell'impresa e chiusura. Poi fornisci la versione continua pronta da copiare. Mantieni un invito principale coerente con l'obiettivo.

Consegna testi modificabili, indicazioni visive, fatti da verificare e una breve motivazione. Attendi la mia approvazione prima dell'impaginazione.

Copia il testo, completa i campi [tra parentesi] e continua nella chat dedicata all'impresa.

I testi del carosello: copertina e due idee

Funzione	Testo proposto	Indicazione visiva
Copertina	Un vasetto, tre contrasti. Idee per un aperitivo dolce-salato.	I tre piccoli assaggi insieme.
Cremoso + fruttato	Ricotta, confettura e scorza di limone. Servi in piccoli cucchiai.	Cucchiai da assaggio.
Croccante + morbido	Crostino, caprino e un velo di confettura. Tosta il pane, poi aggiungi caprino e confettura.	Strati visibili, quantità contenuta.

Ultima idea, domanda e caption

Pagine finali

Sapido + dolce
Pecorino e confettura in due ciotoline. Lascia scegliere la quantità a chi assaggia.

Chiusura: "Quale contrasto proveresti?"
Nessuna seconda CTA nell'immagine.

Caption da verificare

"Un aperitivo può iniziare da un contrasto: cremoso e fruttato, croccante e morbido, sapido e dolce. Nelle pagine trovi tre piccoli assaggi da comporre. Da Dispensa Viva prepariamo conserve stagionali in piccoli lotti. Quale contrasto proveresti?"

SCELTA NOSTRA: approviamo questi testi per una versione che punta ai commenti.

Una direzione visiva, poi il file da pubblicare

Nelle prossime immagini

Mostriamo una proposta grafica dimostrativa generata con l'IA. Testi e foto sono incorporati nel raster: non equivalgono a un progetto Canva già separato e modificabile.

Nel lavoro reale

Controlliamo i testi, usiamo immagini fedeli al prodotto e ricostruiamo le pagine nell'editor con elementi distinti. Verifichiamo ritagli e leggibilità sul telefono.

Non stiamo pubblicando queste immagini: stiamo valutando una proposta e imparando a costruire l'elaborato.

Il carosello pensato per i commenti



Copertina





Sviluppo: tre idee





Domanda

Proposta grafica IA da ricostruire e verificare nell’editor.

Obiettivo di questo post: aprire una conversazione. La chiusura contiene una sola domanda.

Copertina e primo abbinamento





Proposta visiva IA. Nell’editor titolo, testo e fotografia vanno gestiti come elementi separati.

Secondo e terzo abbinamento





Stessa identità visiva, due informazioni diverse. Ogni pagina aggiunge qualcosa.

Una domanda chiara per aprire la conversazione



La chiusura del carosello principale

“Quale contrasto proveresti?” è l’unica CTA. Le persone possono rispondere nei commenti senza chiedere altre informazioni.

La caption approvata

Un aperitivo può iniziare da un contrasto: cremoso e fruttato, croccante e morbido, sapido e dolce. Nelle pagine trovi tre piccoli assaggi da comporre. Da Dispensa Viva prepariamo conserve stagionali in piccoli lotti. Quale contrasto proveresti?

Osserviamo commenti pertinenti e preferenze espresse. I commenti non dimostrano vendite.

Se l’obiettivo cambia, cambia la CTA



Questa sostituisce la chiusura precedente.

Chiusura alternativa più visibile

“Vuoi provare altri accostamenti? Scrivici per conoscere i gusti disponibili.” Il messaggio principale diventa il contatto privato.

Caption coerente con la variante

“Tre contrasti sono un punto di partenza. Vuoi provare altri accostamenti? Scrivici per conoscere i gusti disponibili.”

Che cosa controlliamo nella grafica

01 Le cinque pagine mantengono la promessa della copertina?

02 Il testo è corretto e si legge sul telefono?

03 Logo, font e colori rispettano l’identità visiva?

04 Le foto rappresentano ciò che stiamo davvero proponendo?

Le immagini IA possono servire per il progetto. Prima della pubblicazione verifichiamo la fedeltà al prodotto.

Approfondimento su un editor: Canva

APRI Canva

01 Apri un progetto per il formato scelto, usando elementi e font gratuiti.

02 Inserisci titolo, testo e foto in elementi separati.

03 Controlla ordine e leggibilità. Esporta e conserva il progetto modificabile.

ADATTAMENTO DI UN POST

Prompt un'idea per un altro canale

Adatta il contenuto approvato a [Facebook / LinkedIn / una storia Instagram]. Obiettivo specifico: [dato]. Pubblico: [dato]. Mantieni le informazioni certe e la voce della guida.

Proponi un'angolazione pertinente al canale, il formato, il testo e l'invito all'azione. Spiega che cosa conservi e che cosa cambi. Non limitarti a sostituire parole o aggiungere hashtag.

Se il nuovo obiettivo richiede informazioni che non possiedi, chiedimele. Se il canale è poco pertinente, segnalalo con una motivazione. Aspetta la mia approvazione.

Copia il testo, completa i campi [tra parentesi] e continua nella chat dedicata all'impresa.

Lo stesso tema diventa un racconto breve

Che cosa cambia

Una foto degli assaggi e un testo comprensibile anche senza scorrere cinque pagine. Manteniamo l'obiettivo commenti, invece di aggiungere una seconda richiesta.

Caption possibile

"Per l'aperitivo, una confettura può accompagnare ricotta nei cucchiai, caprino sul pane tostato o pecorino servito a parte. Noi partiamo da questi tre contrasti. Quale porteresti in tavola?"

SCELTA NOSTRA: confermiamo il contenuto e controlliamo l'anteprima Facebook.

Pianifichiamo quello che abbiamo approvato

01 Riprendiamo strategia, guida, contenuti scelti e stato dei materiali.

02 Chiediamo una distribuzione motivata, con attività ancora da completare.

03 Solo dopo il controllo carichiamo il post nello strumento di pubblicazione.

Il calendario di due settimane è una simulazione.

CALENDARIO EDITORIALE

Piano, calendario e programmazione

Passaggio	Che cosa decidiamo	Esempio
Piano editoriale	Pubblico, obiettivo e argomenti ricorrenti.	Usi delle conserve e vita del laboratorio.
Calendario	Che cosa esce, quando e con quali materiali.	Martedì: carosello già approvato.
Programmazione nel software	Account, file, testo, data e ora di uscita.	Caricamento e controllo in Meta Business Suite.

L’IA può proporre il calendario. La programmazione avviene nello strumento collegato agli account.

Su quali basi chiediamo il calendario?

Decisione o dato	Conseguenza sul calendario
Impresa: richieste sui gusti	Alterniamo contenuti di conversazione e contatto.
Carosello approvato: commenti	Chiude con la domanda, senza una seconda CTA.
Interesse osservato per usi e laboratorio	Carosello nella prima settimana, gesto reale nella seconda.
Frequenza ridotta dopo la stima	Due originali e due adattamenti in due settimane.
Orari non dimostrati e materiali incompleti	Giorni organizzativi; orari da scegliere e blocchi dichiarati.

L’IA usa decisioni precedenti. Non inventa frequenze obbligatorie o “orari migliori”.

Prompt per un calendario motivato

Usa strategia, guida e contenuti approvati. Periodo: [date]. Frequenza scelta: [dato]. Eventi e disponibilità confermati: [dati o nessuno]. Contenuti pronti: [elenco]. Prepara una tabella con data, canale, rubrica, contenuto, obiettivo, CTA, materiali e stato. Motiva ogni uscita con analisi, decisione o ipotesi. Distingui nuovi originali e adattamenti. Lascia gli orari da scegliere se mancano dati. Segnala i contenuti bloccati e attendi la mia approvazione.

Settimana 1: tre contrasti, una domanda

Quando / canale	Contenuto e obiettivo	Perché / stato
Martedì · Instagram	Carosello sui tre contrasti. CTA: "Quale contrasto proveresti?"	Test sugli usi. Testi approvati; progetto nell'editor da finalizzare.
Giovedì · Facebook	Foto degli assaggi e caption autonoma. Stessa domanda finale.	Adattamento, non nuova idea. Anteprima e ritagli da controllare.

Due uscite, una originale. Nessun orario "ottimale" inventato. Pubblicazione soltanto quando i materiali sono pronti.

Settimana 2: un gesto reale del laboratorio

Quando / canale	Contenuto e obiettivo	Perché / stato
Martedì · Instagram	Reel di un passaggio reale, spiegato. CTA: chiedere i gusti disponibili.	Riprendiamo l'interesse per il laboratorio. Riprese e fatti da verificare.
Giovedì · Facebook	Foto o video e spiegazione autonoma dello stesso gesto. Invito al contatto.	Riutilizzo del materiale. Adattamento e controllo ancora da fare.

PROGRAMMARE

Pianificare con l’IA e programmare su Meta

La chat IA prepara il lavoro

Propone temi, ordine, bozze e distribuzione nel periodo.

Restituisce una tabella da controllare. Non significa che i post siano già caricati o programmati.

Meta Business Suite esegue

Riceve account, file, caption, data e ora scelti.

Programma l’uscita dei post supportati.

Il collegamento è operativo: prendiamo il contenuto approvato e lo carichiamo nel calendario di Meta.

DIMOSTRAZIONE

Carichiamo e programmiamo un post

APRI Meta Business Suite

01 Crea il post, scegli la destinazione e carica file e caption approvati.

02 Controlla anteprima, ordine delle immagini, eventuali tag e collegamenti.

03 Scegli data e ora. Mostra nel calendario dove verificare stato e modifiche.

MISURARE

Misuriamo ciò che avevamo chiesto

Obiettivo del post	Dato da controllare	Domanda utile
Conoscenza	Copertura e visite al profilo.	Le persone raggiunte sono pertinenti?
Confronto / utilità	Commenti, salvataggi e condivisioni.	Le risposte riguardano davvero il contenuto?
Visite al sito	Clic e visite alla pagina di destinazione.	Il collegamento porta dove avevamo promesso?
Richieste / ordini	Contatti pertinenti e ordini rilevati.	Abbiamo dati per collegarli alla comunicazione?

Il numero da guardare dipende dall'obiettivo. Una sola uscita non basta per dichiarare una regola.

Prompt lettura dei risultati

Usa obiettivo, strategia e guida approvati. Allego i risultati di [periodo] e il confronto con [periodo comparabile]. Definizioni delle metriche, finestre, sponsorizzazioni e tempo di produzione: [dati].

Descrivi che cosa è cambiato e cita i valori a supporto. Controlla che i confronti siano validi. Se il campione è piccolo o mancano informazioni, segnala il limite e non attribuire cause certe.

Proponi che cosa mantenere, una correzione prioritaria e un test per il periodo successivo. Indica quale risultato osservare. Non cambiare la strategia sulla base di un solo numero.

Copia il testo, completa i campi [tra parentesi] e continua nella chat dedicata all'impresa.

Come usiamo l’analisi per il prossimo test

Che cosa sappiamo nel campione

Il vecchio carosello ha 28 salvataggi e 3 richieste annotate. Il reel del laboratorio raggiunge 2.400 account.

Questi dati motivano il test, ma non anticipano il risultato del nuovo carosello.

Che cosa faremo dopo l’uscita

Osserviamo la stessa finestra di sette giorni. Registriamo richieste pertinenti e tempo di lavoro.

Confrontiamo i dati disponibili, tenendo conto delle differenze tra contenuti.

L’IA riordina e propone interpretazioni. Noi verifichiamo i numeri e scegliamo una correzione.

PER CONTINUARE

Che cosa conserviamo dopo la lezione

01 Un obiettivo e una scelta di canale motivati.

02 Una guida editoriale con esempi approvati.

03 Una caption o una sequenza pronta da completare nell’editor.

04 Un calendario controllato e le impostazioni operative da verificare.

A ogni nuova richiesta forniamo all’IA regole, obiettivo e informazioni aggiornate.