

PROMPT

Intro

L'AI non è intelligente. È bravo ad ascoltare.



CONSIGLIO

Framework “Share or Die”

Centralizza → un unico vault, niente giungla di file.

Standardizza → formati chiari, tutti parlano la stessa lingua.

Distribuisci → la conoscenza deve arrivare al punto d'uso.

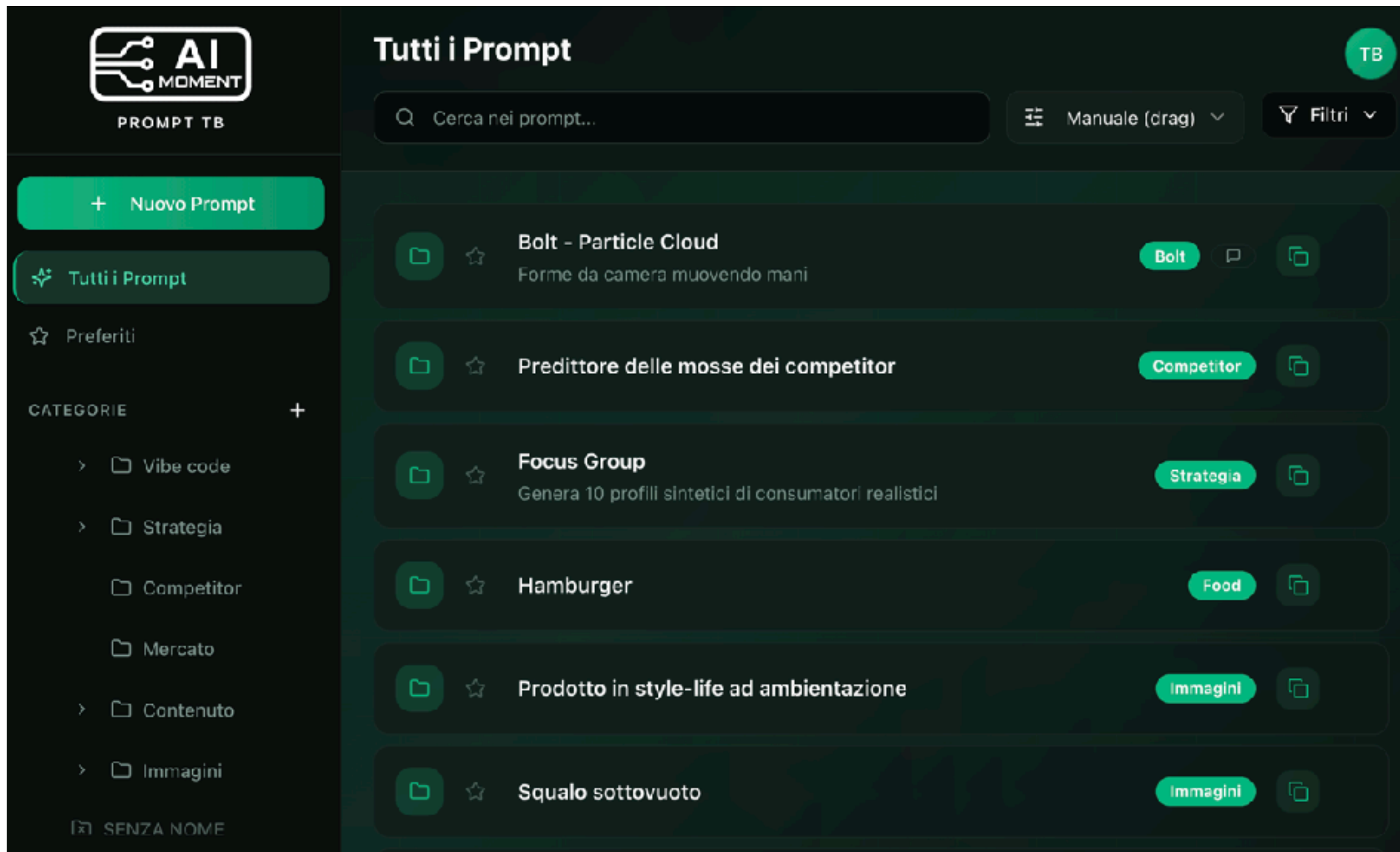
Responsabilizza → custodi del sapere che mantengono ordine e qualità.

Calcola i rischi → governance chiara, niente dati sensibili in giro.

Misura → KPI concreti per dimostrare ROI, non sensazioni.

VI FACCIAMO UN REGALO

AI Moment - PROMPT



USI PRATICI

TESTI

Testo (es. articolo)

- **RUOLO**
- **OBIETTIVO**
- **ARGOMENTO**
- **SPUNTI TESTO**
- **NOTA**
- **TITOLO**
- **FORMATO**
- **TONO DI VOCE**

RUOLO: Sei un esperto seo, ai e in article marketing.
Mi devi scrivere un articolo per il blog del sito www.thomasbandini.it.

OBIETTIVO

Io mi devo posizionare come esperto di AI sia come utilizzo strategico, agenti, e formazione per l'utilizzo.

Vorrei che scaturisse la mia umanità, etica e sensibilità per il mondo e l'anima delle persone.

Voglio dare spunti di riflessione.

ARGOMENTO:

[XXXXX]

Linee guida: Sei un esperto di scrittura creativa. Aiutami a migliorare la leggibilità e la qualità del mio testo. Voglio che sia comprensibile al target di riferimento e che inviti alla riflessione, alla condivisione e all'interazione.

SPUNTI TESTO

[XXXXX]

NOTA

[XXXXX]

Importante: Voglio migliorare il mio modo di esporre i concetti. Aiutami, correggendo questo articolo e dandomi degli spunti per renderlo migliore.

TITOLO:

Dammi 2 proposte di titolo:

- 1 diretta
- 1 provocatoria

FORMATO

- Fai 3 paragrafi con titolo (maiuscola solo la prima lettera).
- Inserisci un testo intro di max 30 parole.
- Lunghezza del contenuto: 800 parole.

TONO DI VOCE

- Livello di lettura 5/10 (1 = bambini e 10 = adulti avanzati)
- Entusiasmo: 3/10 (1 basato su fatti, 10 = eccessivamente promozionale)
- Formalità: 5/10 (1 = linguaggio casual, colloquiale adatti per ambienti; 10 = linguaggio altamente formale, strutturati appropriato per contesti ufficiali o accademici)
- Struttura delle Frasi: 5/10 (1 = prevalentemente frasi semplici, brevi e facili da seguire ; 10 = uso estensivo di frasi complesse, composte, potenzialmente impegnative per i lettori medi)
- Scelta delle parole: 5/10 (1 = vocabolario basilare, diretto, facilmente comprensibile da un pubblico generale; 10 = linguaggio tecnico specializzato o lessico sofisticato).

Tono di voce

- RUOLO
- OBIETTIVO
- ARGOMENTO
- SPUNTI TESTO
- NOTA
- TITOLO
- FORMATO

TONO DI VOCE

- **Livello di lettura 5/10** (1 = bambini e 10 = adulti avanzati)
- **Entusiasmo: 3/10** (1 basato su fatti, 10 = eccessivamente promozionale)
- **Formalità: 5/10** (1 = linguaggio casual, colloquiale; 10 = linguaggio altamente formale, strutturati appropriato per contesti ufficiali)
- **Struttura delle Frasi: 5/10** (1 = frasi semplici, brevi e facili da seguire ; 10 = uso estensivo di frasi complesse, composte, potenzialmente impegnative per i lettori medi)
- **Scelta delle parole: 5/10** (1 = vocabolario basilare, diretto, facilmente comprensibile; 10 = linguaggio tecnico specializzato o lessico sofisticato.



Scrivere una email

Analisi del Cliente
(Persona): Prompt per
profilare il cliente (es.
"barca racing per
ingegneri" vs
"catamarano per
famiglie") e adattare il
tono e le funzionalità
proposte

Agisci come un product strategist nel settore nautico.

Devi analizzare questo cliente:

Prodotto: [es. barca racing / catamarano]

Target principale: [es. ingegneri appassionati di performance / famiglie con bambini]

1. Descrivi la **persona** in modo sintetico
età, ruolo, motivazioni, paure, aspettative
2. Indica **cosa valuta di più** nella scelta della barca
performance, sicurezza, comfort, tecnologia, facilità d'uso
3. Adatta il **tono di comunicazione**
tecnico e razionale / rassicurante e semplice
4. Elenca le **funzionalità da enfatizzare**
dashboard, dati di navigazione, automazioni, sicurezza, assistenza
5. Spiega **cosa evitare** nella proposta commerciale

Rispondi in modo chiaro, strutturato e orientato alle decisioni di prodotto e vendita.

Scaletta contenuti per presentazione

Slide 1 – Perché parlare di Persona oggi

- Stesso prodotto, clienti diversi
- Errori tipici quando si progetta “per tutti”
- Obiettivo: vendere meglio e progettare meglio

Slide 2 – Cos'è davvero una Persona

- Non è un target demografico
- È un modello decisionale
- Cosa guida le scelte, non chi compra

Slide 3 – Persona e contesto nautico

- Barca come oggetto emotivo + tecnico
- Uso reale vs uso immaginato
- Differenza tra owner, skipper, famiglia, professionista

Slide 4 – Esempio 1: Barca racing

- Profilo sintetico della persona
- Cosa cerca davvero
- Cosa tollera e cosa no

Slide 5 – Esempio 2: Catamarano per famiglie

- Profilo sintetico della persona
- Driver emotivi e razionali
- Il ruolo della sicurezza e della semplicità

Slide 6 – Come cambia il tono di comunicazione

- Tecnico, preciso, orientato ai dati
- Empatico, rassicurante, orientato all'esperienza
- Errori di tono che fanno perdere fiducia

Slide 7 – Impatto sulle funzionalità di prodotto

- Dashboard, alert, dati, automazioni
- UX complessa vs UX guidata
- Stesse tecnologie, priorità diverse

Slide 8 – Impatto su vendita e proposta commerciale

- Cosa mostrare per primo
- Cosa spiegare e cosa semplificare
- Come accorciare il ciclo di vendita

Slide 9 – Il prompt come strumento operativo

- Perché usare un prompt strutturato
- Da intuizione a metodo
- Prompt = acceleratore di allineamento interno

Slide 10 – Takeaway finale

- La Persona è una scelta strategica
- Progettare bene fa vendere meglio
- Chi conosce il cliente riduce complessità e sprechi

Analisi file e tono di voce

Copia/Crea un tono di voce partendo da un documento

Carico il PDF del mio libro



ChatGPT

Ottimo! Ora che abbiamo completato la fase di esemplificazione, possiamo passare alla creazione del testo. Per favore, specifica l'argomento su cui desideri che scriva, mantenendo lo stile e le sfumature che abbiamo esaminato nei testi forniti.

Tu

Intelligenza artificiale A.I.

ChatGPT

L'Intelligenza Artificiale: una Nuova Frontiera

Nel rapido avanzamento del mondo tecnologico, l'intelligenza artificiale (AI) si posiziona come uno dei più rivoluzionari e intriganti sviluppi. Questa tecnologia, spesso avvolta in un alone di mistero e fascino, è diventata un argomento centrale in molti dibattiti, non solo tra gli esperti di tecnologia, ma anche tra i profani. Si tratta di un campo che ha il potenziale di trasformare radicalmente le nostre vite, influenzando tutto, dalla gestione delle nostre case alla cura della nostra salute.

La potenza dell'AI si manifesta nella sua capacità di apprendere da enormi quantità di dati e di adattarsi a scenari in continua evoluzione, quasi riflettendo le dinamiche dell'intelligenza umana, ma con una velocità e un'efficienza straordinarie. Questo rappresenta un cambiamento significativo nel modo in cui affrontiamo i problemi e troviamo soluzioni. In effetti, l'intelligenza artificiale ha il potenziale di agire come un acceleratore per il progresso umano, apportando innovazioni in campi come la medicina, l'ingegneria e l'educazione.

Tuttavia, con grande potere viene anche una grande responsabilità. L'implementazione dell'AI solleva questioni etiche significative: dalla privacy dei dati alla sicurezza del lavoro. Come possiamo bilanciare i benefici di questa tecnologia con i potenziali rischi? È essenziale che vi sia una regolamentazione chiara e un dibattito aperto per garantire che l'AI sia utilizzata in modo etico e responsabile.

ANALISI FONTI

Analisi di File

Analizza il file allegato e dammi un riassunto in italiano del contenuto. Enfatizza poi alla fine 5 punti chiave.

Questa analisi la devo poi presentare a una platea di marketers digitali che devono comprendere al meglio i concetti e percepire la mia competenza. Alla fine fammi un grafico a torta di eventuali dati presenti nel file.

Principi chiave:

**FIDATI ma
VERIFICA
INSISTERE e
CHIEDERE**

Riassunto:

La conference call di Snap Inc. per il quarto trimestre del 2023 ha visto la partecipazione di Evan Spiegel, CEO e co-fondatore, e Derek Andersen, CFO. La discussione ha coperto vari aspetti del business, inclusi i progressi compiuti nei principali obiettivi aziendali come la crescita della comunità, l'incremento dei ricavi e la diversificazione delle fonti di reddito, nonché il cammino verso la redditività EBITDA e il flusso di cassa positivo. Gli utenti attivi mensili sono cresciuti dell'8% anno su anno, superando i 800 milioni nel quarto trimestre. Gli utenti attivi giornalieri hanno raggiunto i 414 milioni, con un aumento del 10% anno su anno. I ricavi sono aumentati del 5% rispetto all'anno precedente, raggiungendo 1,361 miliardi di dollari. Si è discusso anche della ristrutturazione del team, che ridurrà il personale del 10% nel primo trimestre del 2024, e di altre iniziative strategiche come l'evoluzione dei modelli di machine learning e l'unificazione dell'esperienza utente tra Spotlight e Stories.

Analisi File

Punti chiave:

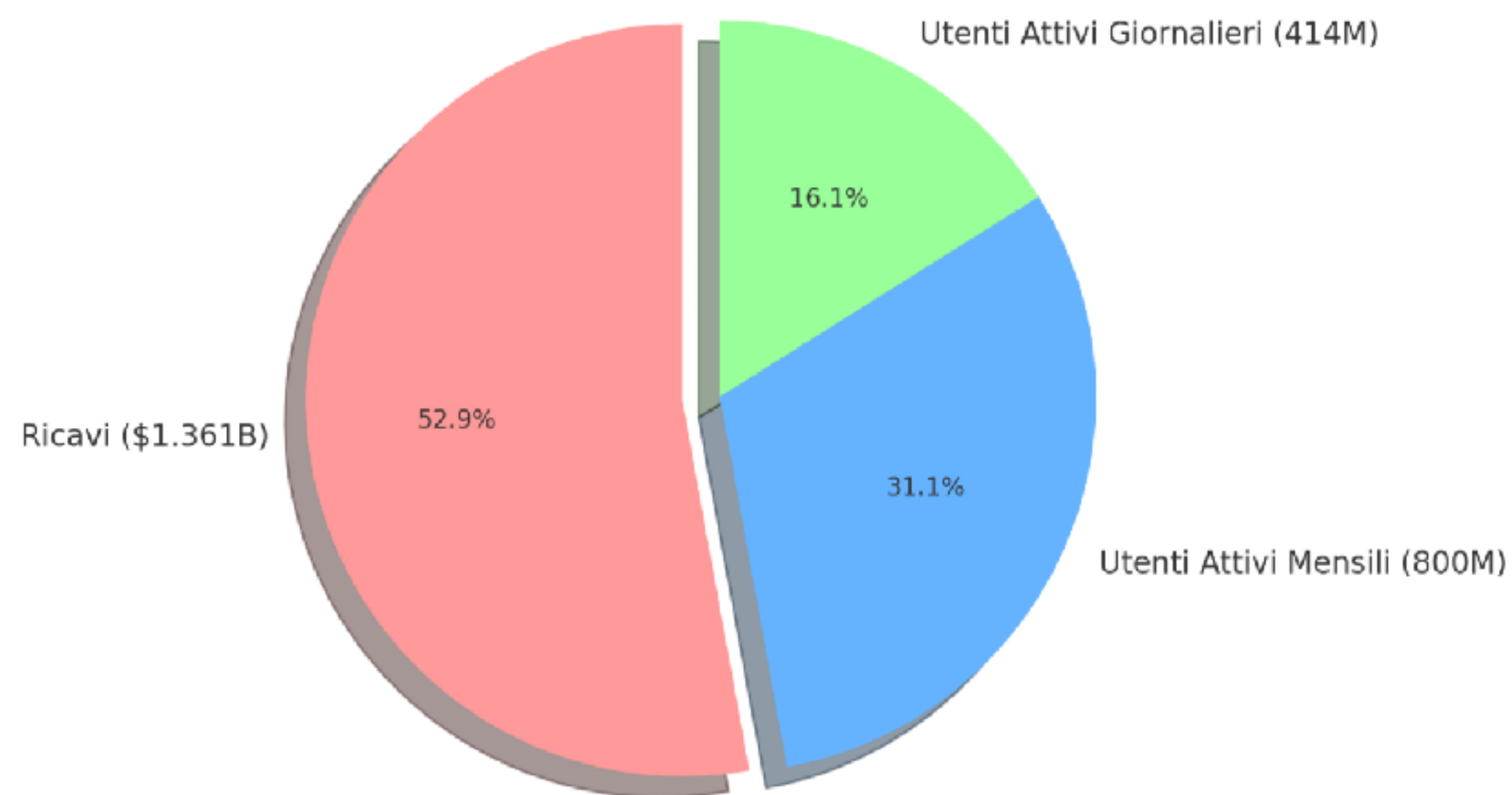
1. **Crescita Utenti:** Snap ha superato i 800 milioni di utenti attivi mensili e mira a raggiungere il miliardo. Gli utenti attivi giornalieri hanno visto un incremento significativo, evidenziando un forte impegno nella crescita della comunità e nel miglioramento dell'interazione.
2. **Incremento dei Ricavi:** Il fatturato è cresciuto del 5% anno su anno grazie a investimenti mirati nel business della risposta diretta, che ha migliorato il ROI per gli inserzionisti.
3. **Focus Strategico:** Snap sta ristrutturando per concentrarsi su crescita dell'utenza e interazione in geografie ad alto valore monetario come il Nord America e l'Europa. Questo include un focus rinnovato su soluzioni pubblicitarie orientate al cliente.
4. **Innovazioni e AI:** Snap continua a sviluppare i suoi modelli di machine learning per migliorare le interazioni pubblicitarie e sta lavorando per unificare l'esperienza di contenuto tra Spotlight e Stories, per ottimizzare l'inventario degli annunci e migliorare la sicurezza del brand.
5. **Sostenibilità Finanziaria:** Snap punta a una maggiore sostenibilità finanziaria riducendo i costi operativi e investendo in aree ad alta crescita, nonostante la riduzione del 10% del personale, che mira a ottimizzare la collaborazione e l'efficienza.

Analisi File

Ora posso procedere con la creazione del grafico a torta basato sui dati finanziari menzionati nel documento, quali gli utenti attivi, i ricavi, e altri dati pertinenti. Procedo?

 ChatGPT

Distribuzione delle Metriche Chiave di Snap Inc. Q4 2023



Ecco il grafico a torta che rappresenta le metriche chiave di Snap Inc. per il quarto trimestre del 2023, includendo i ricavi, gli utenti attivi mensili e gli utenti attivi giornalieri. Come puoi vedere, ho enfatizzato i ricavi, rendendoli più visibili nel grafico per sottolineare l'importanza di questa metrica finanziaria.

Questo grafico può aiutarti a illustrare visivamente le proporzioni relative di queste metriche durante la tua presentazione ai marketers digitali, evidenziando la crescita e la scala dell'attività di Snap nel periodo in questione. Se hai bisogno di altri dettagli o ulteriori analisi, fammi sapere! [\[>-\]](#)

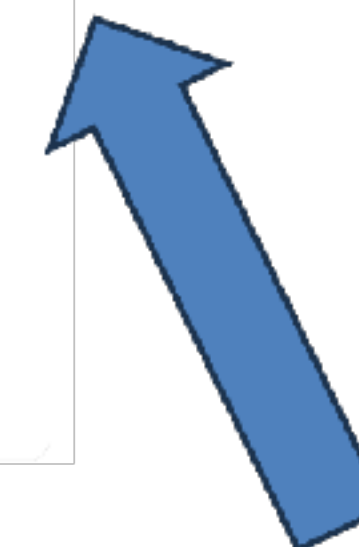
Trascrizioni video



Trascrizione [Close]

- 2:52 di che che ci sia più più denaro in giro e più richiesta fatto si che fossero più
- 2:58 spronate a e dire bene investiamo su questo per quanto riguarda il discorso delle aziende
- 3:04 **che citavi tu Dipende sempre da un dalla grandezza dell'azienda se si può permettere**
- 3:10 chiarimento di avere delle competenze interne o strategicamente gli conviene farlo perché e poi
- 3:18 dopo andremo su questi argomenti molte poi si piuttosto che assumere e affidano a un
- 3:23 esternalizzanti e Lens Allora come dicevi tu all'inizio il mio perché sono tutti uguali
- 3:35 cioè visto dalla Z lo mi ricordo quando compravo Ah Erano tutti guru di del Digital Cioè io non avevo
- 3:41 la percezione esattamente delle differenze perché mi parlavano di cose che io non conoscevo a fondo
- 3:47 a volte e quindi io non sapevo bene quali erano le differenze Beh il fatto di di non coprire
- 3:54 non sapere di cosa ti stanno parlando Quando si entra nei tecnicismi eh Mi Mi viene da dire dire
- 3:59 una un limite che hanno poi molte molte aziende che non lavorano ne digitali perché è un mercato E

Italiano [Dropdown]



Trascrizione

Guarda il video seguendo la trascrizione.

[Mostra trascrizione](#)

Analisi Massiva: Commenti

Prendi un video o post dove ci sono un tot di commenti (anche una serie di post)

Prendo commenti copiare e incollare i commenti.

Fai classico copia e incolla il testo e li copi in un file.

OBIETTIVO:

Determinare il gradimento del video, identificare aree di miglioramento e suggerire temi per futuri video basandosi sui commenti degli spettatori.

DETTAGLI VIDEO:

- Titolo del video: [Inserire titoli del video]
- Argomento principale: [Descrivere brevemente il contenuto del video]
- Durata: [Indicare la durata del video]
- Data di pubblicazione: [xxxx]
- Target di riferimento: [xxxx]
- Stile di presentazione: [es. educativo, intrattenere, informale, formale, ecc]

ANALISI COMMENTI

- Sentimento Generale: identificare il tono prevalente nei commenti (positivo, negativo, neutro)
- Feedback specifici: cercare commenti che offrano feedback concreti su aspetti specifici del video (qualità audio/video, stile di presentazione, chiarezza dei contenuti, ecc.)
- Domande ricorrenti: rilevare eventuali domande o temi comuni che emergono dai commenti
- Suggerimenti per miglioramenti: identificare suggerimenti o richieste specifiche per miglioramenti o modifiche.
- Idee per nuovi contenuti: raccogliere idee o richieste per argomenti di futuri video che emergono dai commenti.

CHECK A.I.

noplagio.it/servizi/IA

ChatGPT

GPT3.5

GPT4

Gemini

IA + persona

Persona

33% IA

Nel mio lavoro, mi capita spesso di dover spiegare come le automazioni, i tool di AI, le intelligenze predittive possano velocizzare processi, ottimizzare budget, persino scrivere testi. Ma io non vendo "l'AI", vendo una scelta strategica guidata da una visione umana. Il vero valore di ciò che faccio non sta nel mezzo, ma nel fine. Ecco perché quando qualcuno mi chiede: "Ma lo ha scritto una persona o un'intelligenza artificiale?", io ribalto la questione: "Ti è utile? Ti emoziona? Ti fa crescere?". Se la risposta è sì, allora quel contenuto ha raggiunto il suo scopo. Non dobbiamo giudicare chi esegue, ma l'impatto che genera. Etica non significa rifiutare la tecnologia. Significa usarla con consapevolezza, trasparenza e visione. Quando un'azienda lavora con me, sa che dietro ogni risultato c'è un pensiero critico, un'intenzione precisa, un'attenzione vera. Anche se c'è di mezzo una macchina. Il cliente giusto, al momento giusto. Solo che... non rispondi subito. Magari perché sei in riunione. O in viaggio. Oppure pensi: "Lo farò dopo cena". Due giorni dopo riapri la mail o il messaggio. Il potenziale cliente, però, ha già firmato con un altro. Non è un caso. È statistica. Secondo una ricerca pubblicata dalla Harvard Business Review, chi risponde entro 5 minuti ha 21 volte più probabilità di trasformare quel lead in cliente. Aspetti un'ora? Lo

Italian

2406/2500

ChatGPT

GPT3.5

GPT4

Gemini

IA + persona

Persona

33% IA

possibilità crollano del 96%. Dopo un giorno, sei fuori dai giochi. andosi sul caso della Thailandia. La pandemia ha avuto un impatto significativo sull'economia globale e nazionale, con particolare rilevanza per le PMI, che rappresentano una parte fondamentale del tessuto economico della Thailandia. Il contesto pandemico ha portato a sfide senza precedenti per le PMI, comprese restrizioni alla mobilità, interruzioni delle catene di approvvigionamento e una contrazione della domanda. 100% Di conseguenza, il governo thailandese ha introdotto diverse politiche e misure per mitigare gli impatti negativi sulla sostenibilità delle PMI. Questo studio si propone di analizzare criticamente l'efficacia di tali politiche e misure attraverso una revisione della letteratura, l'analisi dei dati economici e interviste con rappresentanti delle PMI e funzionari governativi. Saranno esplorate le politiche di sostegno finanziario, i programmi di formazione e assistenza tecnica, nonché gli incentivi fiscali offerti dal governo thailandese.

Italian

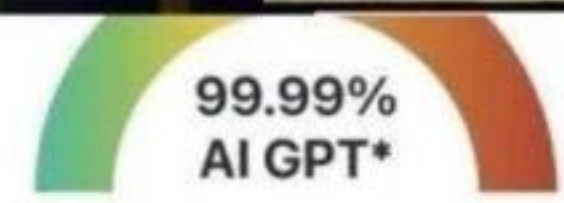
2406/2500

Funzionano? A volte e sempre meno

Un popolare strumento di rilevamento AI ha scandalizzato il mondo accademico identificando la storica Dichiarazione d'Indipendenza Americana del 4 luglio 1776 come testo generato al 99,99% da intelligenza artificiale. Il documento firmato da Thomas Jefferson e dai Padri Fondatori è finito sotto accusa di "plagio digitale" da parte di un algoritmo che evidentemente non conosce la storia.



AI DETECTOR



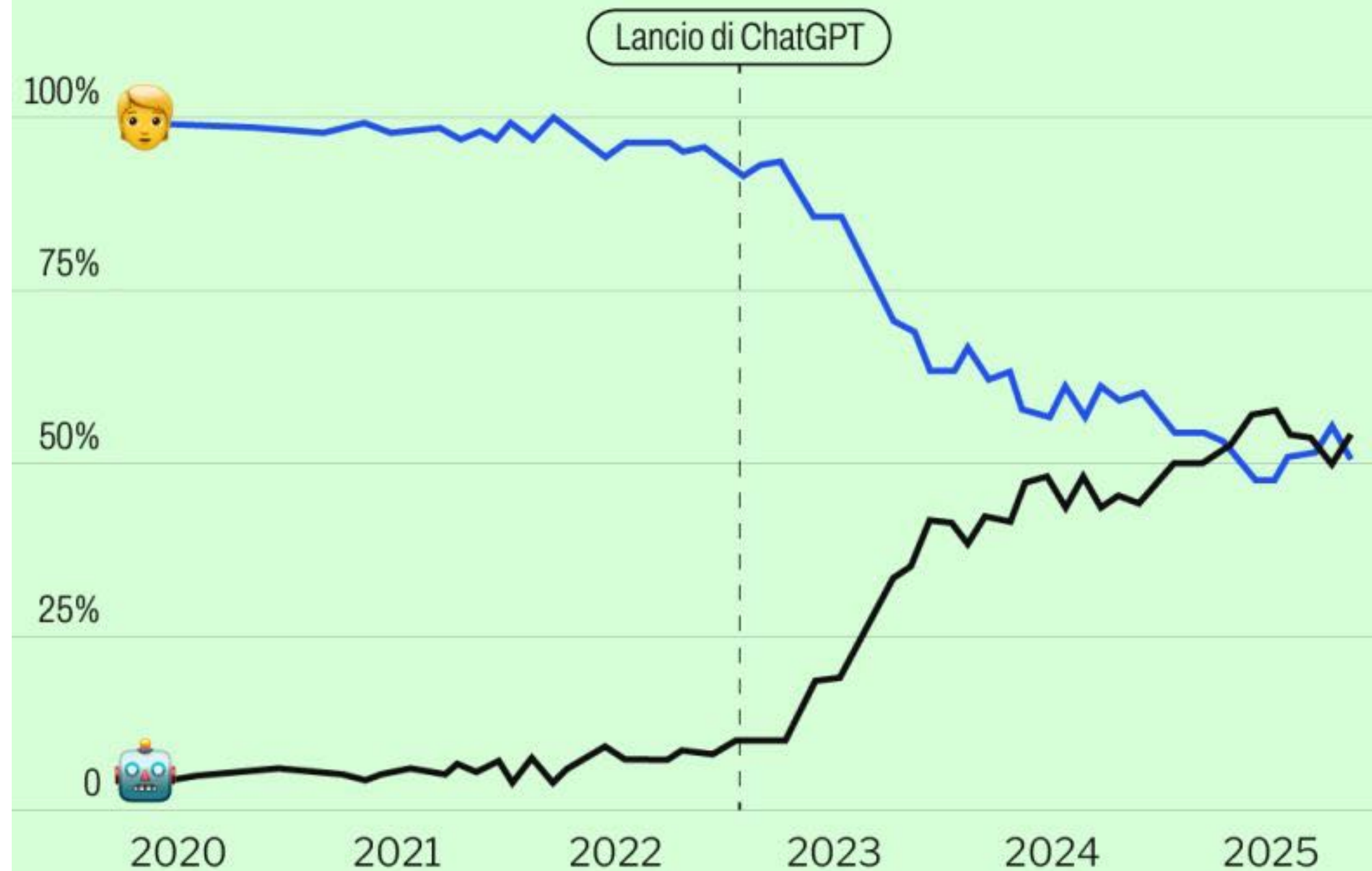
IN CONGRESS, JULY 4, 1776 The unanimous Declaration of the thirteen united States of America
When in the Course of human events it becomes necessary for one people to dissolve the political
bands which have connected them with another and to assume among the powers of the earth, the
separate and equal station to which the Laws of Nature and of Nature's God entitle them, a decent
respect to the opinions of mankind requires that they should declare the causes which impel them to
the separation. We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are
endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty and the

Su internet non scrivono più (solo) *le persone*



Contenuti scritti da persone vs contenuti generati dall'AI (2020-2025)

— Persone — AI



In meno di due anni l'AI è passata da fenomeno tech di nicchia a **principale fonte di produzione di testi online**

Fonte: Studio Graphite, analizzato da VICE - dati su 65.000 articoli, 2020-2025



Business Presenting

Piccoli miglioramenti tutte le settimane per rendere le presentazioni aziendali efficaci e...



Il Business Presenting: Sfatiamo i Luoghi Comuni



Pierpaolo Muzzolon

Leggi questo articolo su LinkedIn per partecipare alla conversazione

[Leggi su LinkedIn](#)

Le presentazioni sono molto di più di semplici momenti di comunicazione: rappresentano opportunità per influenzare decisioni, conquistare investitori e trasformare idee in realtà tangibili.

Tuttavia, molte pratiche consolidate nel "business presenting" si basano su luoghi comuni che non solo limitano il nostro potenziale, ma possono anche ostacolare il successo delle nostre

Corso Pratico Gratuito Formazione Finanziata (🚀 Corso Pratico Gratuito Formazione Finanziata)

Esterni 📧 Posta in arrivo x

✦ Riassumi questa email



Emiliano Ruozzo <emiliano.ruozzo@ninjamarketing.it>

[Annulla iscrizione](#)

11:43 (11 minuti fa)



inglese → italiano
[Mostra originale](#)

ANALISI DATI

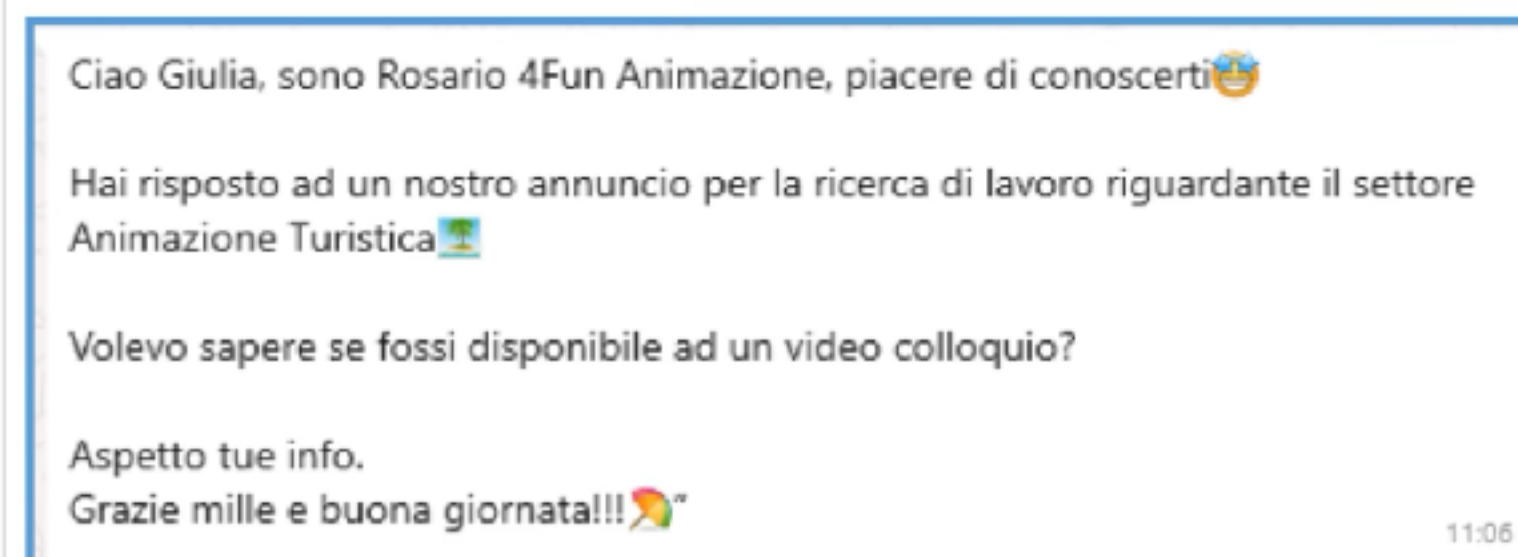
CASE

Animatori turistici

	CV ASSEGNATI	NON RISPONDE	ALTRI PERCORSI	LAVORATI
TOTALE	291	191	17	148
DIFFERENZA (Cv assegnati-Non risponde)	65,64			
PERDITA CV LAVORATI	54,1			
MEDIA RESA	41,9			

Il primo dato salta all'occhio è quello che vorrei sottoporre alla vostra attenzione ossia di 291 CV che sono lavorabili solo il 45 % risponde al primo whatsapp "aggancio"

Qui di seguito esempio di whatsapp che mandiamo contestualmente alla ricezione CV Mandato personale ossia con nome candidato (qui un esempio)





Posta di Thomas Bandini SRL - anali...

PDF

sei un esperto di digital marketing. un mio cliente mi chiede una consulenza.

Il cliente ha recruiting di ragazzi che vogliono fare gli animatori turistici.

I cv arrivano grazie a campagne google ads italia e reel su instagram. Arrivano molti cv e questi vengono ricontattati dallo staff del cliente subito con whatsapp (vedi messaggio in allegato). Da quello che dice il cliente però da settembre ad oggi solo il 45% risponde al primo whatsapp "aggancio".

ad oggi A questo messaggio 191 su 291 non ci risponde al messaggio e non visualizza.

Maggior parte non risponde altri declinano dicendo abbiamo già trovato lavoro o i kn altri modi del tipo mi farò risentire io. cosa si può fare per migliorare la risposta?

prima di darmi le indicazioni dimmi passo passo se ti serve altro da sapere? una domanda alla volta



Per avere un quadro più completo e poter migliorare l'engagement dei candidati tramite WhatsApp, ecco alcune domande utili da chiarire prima di passare alle strategie:

1. **Profilo del Candidato:** Sai qual è il profilo medio dei ragazzi che inviano il CV? Ad esempio, età, background o se sono alla prima esperienza.
2. **Timing e Modalità di Invio del Messaggio:** Il primo WhatsApp viene inviato subito dopo l'invio del CV? Potrebbe essere utile sapere anche in quale fascia oraria avviene l'invio del primo messaggio.
3. **Contenuto del Messaggio:** Oltre all'esempio presente nel documento, il testo contiene un link o call-to-action specifica che invita a una risposta immediata?
4. **Azioni Successive al Primo Messaggio:** Hai detto che, se non c'è risposta, viene fatto un follow-up con una chiamata. In genere, dopo quanto tempo si effettua questa chiamata?

Questi dettagli possono aiutarci a costruire un approccio più mirato e a individuare eventuali ostacoli che impediscono un miglior tasso di risposta.

Profilo del Candidato: Sai qual è il profilo medio dei ragazzi che inviano il CV? Ad esempio, età, background o se sono alla prima esperienza.

PRIMA ESPERIENZA
DAI 18 AI 25 ANNI

Timing e Modalità di Invio del Messaggio: Il primo WhatsApp viene inviato subito dopo l'invio del CV? Potrebbe essere utile sapere anche in quale fascia oraria avviene l'invio del primo messaggio.

ENTRO LE 24H
DALLE 10 ALLE 17

Contenuto del Messaggio: Oltre all'esempio presente nel documento, il testo contiene un link o call-to-action specifica che invita a una risposta immediata?

NO

Azioni Successive al Primo Messaggio: Hai detto che, se non c'è risposta, viene fatto un follow-up con una chiamata. In genere, dopo quanto tempo si effettua questa chiamata?

12H

Ciao Giulia, sono Rosario 4Fun Animazione, piacere di conoscerti 😊

Hai risposto ad un nostro annuncio per la ricerca di lavoro riguardante il settore Animazione Turistica 🌍

Volevo sapere se fossi disponibile ad un video colloquio?

Aspetto tue info.
Grazie mille e buona giornata!!! 🎉"

11:06



PRIMA
41,9%

1. Alternativa diversa dalle attuali

Messaggio:

Ciao [Nome]! 🎉 Abbiamo ricevuto la tua candidatura per diventare animatore turistico con 4Fun! Ti aspettiamo online per un'intervista veloce e scoprire insieme il prossimo passo 🚀.

👉 Scrivimi qui per scegliere il giorno e l'ora che preferisci!

Motivazione:

- Meno enfasi sul messaggio generico e più sull'azione immediata.
- Inserimento della flessibilità ("scegli tu") per abbassare le barriere iniziali.
- Tono amichevole ma concreto.

2. Professionale e ingaggiante

Messaggio:

Ciao [Nome], sono Valerio di 4Fun Animazione.
La tua candidatura è stata accettata e ci piacerebbe conoscerti meglio per parlarti del lavoro come animatore turistico 🌍.

📅 Prenota subito un colloquio online rispondendo a questo messaggio! Ti aspettiamo.

Motivazione:

- Tono più serio e affidabile, che comunica professionalità.
- Invito all'azione chiaro con un riferimento diretto all'importanza della candidatura.



DOPO
62,3%

CONSIGLI

Il problema non è più il prompt perfetto, ma saper spiegare bene il proprio bisogno.

Invece di scrivere prompt super strutturati, parlo direttamente con GPT.

Uso pause, correzioni, cambi di direzione. E in 3-4 minuti di "chiacchiere" ottengo esattamente ciò che mi serve.



Assistente vocale





STRATEGIA

ANALISI CONCORRENZA

Predittore delle mosse dei competitor

Analizza le strategie recenti e i posizionamenti di [COMPETITOR].

Predici le 3 mosse strategiche più probabili che attueranno nei prossimi mesi.

Usa:

- andamento dei trend del settore
- storico delle loro scelte passate
- segnali deboli nei contenuti, partnership, pricing, R&D.

Per ogni previsione, indica impatto atteso e rischio di imitazione.

FOCUS GROUP

Idee nuove

Agisci come un ricercatore di marketing che sta conducendo un test preliminare su un nuovo prodotto o messaggio pubblicitario.

1. Genera 10 profili sintetici di consumatori realistici (età, genere, professione, livello di reddito, stile di vita e valori). Assicurati che siano diversificati e coerenti con il mercato target.
2. Per ciascun profilo, rispondi alla seguente domanda di marketing:
[INSERISCI QUI LA TUA DOMANDA]
3. Ogni risposta deve essere personale, spontanea e coerente con il profilo del consumatore. Evita linguaggio generico: voglio sentire la voce di una persona vera.
4. Al termine, crea una tabella che riassume:
 - i 3 temi comuni emersi tra i consumatori,
 - le principali differenze di percezione tra i profili,
 - e un insight finale per chi progetta la campagna.

Formato finale:

- Tabella riassuntiva
- 5 righe di sintesi conclusiva

TROVARE CLIENTI

Trovare contatti online?

Sei un'esperto di ricerca ed estrapolazione dati dal web. mi serve sapere l'indirizzo email di tutti, e dico tutti, **aziende legate al mondo della nautica.**

Nazione italia

REGOLA DI RECUPERO

Recupera email aziendali pubbliche ma anche personali di persone che sono legate al mondo della nautica (siti ufficiali, Google Business Profile, social media)

Anche email personali

Amministratori pagine facebook e altri social, nomi dello staff che trovi nei siti e trova le loro email online.

Mi serve qualsiasi tipo di email che trovi che possa essere rincoducibile ad aziende legate al mondo della nautica. Tutto chiaro? se si procedi a fare tabella con nome attività ed email. Poi esporta tutto in csv.

Tabella – Nautica Italia (cantieri · charter · marine)

Nome attività	Categoria	Città / Prov.	Sito	Email aziendale pubblica	Pagina contatti	Telefono
Ferretti Group	Cantiere	Forlì (FC)	ferrettigroup.com	info@ferrettigroup.com ↗	/contacts	+39 0543 787711
Benetti Yachts	Cantiere	Viareggio (LU)	benettiyachts.it	info@benettiyachts.it ↗	/contacts	+39 0584 382211
Sanlorenzo Yachts	Cantiere	Ameglia (SP)	sanlorenzoyacht.com	info@sanlorenzoyacht.com ↗	/contacts	+39 0187 17701
Azimut Yachts	Cantiere	Avigliana (TO)	azimutyachts.com	info@azimutyachts.com ↗	/contacts	+39 011 9319111
Cantiere del Pardo	Cantiere	Forlì (FC)	cantieredelpardo.it	info@cantieredelpardo.it ↗	/contatti	+39 0543 797511
Navigare Charter	Charter	Napoli (NA)	navigarecharter.com	info@navigarecharter.com ↗	/contatti	+39 081 764 42 04
Spartivento Group	Charter	Olbia (SS)	spartivento.it	info@spartivento.it ↗	/contatti	+39 0789 645555
Dream Yacht Charter Italy	Charter	Portisco (SS)	dreamyachtcharter.com	italy@dreamyachtcharter.com ↗	/contact	+39 0789 99774
Marina di Porto Cervo	Marina	Arzachena (SS)	marinapc.it	info@marinapc.it ↗	/contatti	+39 0789 91152
Marina di Varazze	Marina	Varazze (SV)	marinadivarazze.it	info@marinadivarazze.it ↗	/contatti	+39 019 9354890
Marina Genova	Marina	Genova	marinagenova.it	info@marinagenova.it ↗	/contatti	+39 010 614 3300
Marina di Rimini	Marina	Rimini (RN)	marinadirimini.com	info@marinadirimini.com ↗	/contatti	+39 0541 26520

EXCEL

GEMINI EXCEL

Assistente Gemini

The screenshot shows a Google Sheet titled "Health Log" with columns for Date, Weight (lbs), BF %, Activity / Work, Breakfast, Lunch, and Dinner. The Gemini AI assistant is overlaid on the right side of the sheet, displaying the text "Automate your most complex tasks in Google Sheets". Below this text are three suggested tasks: "Create a quarterly business review", "Create a project plan & Gantt chart", and "View all suggestions". At the bottom of the Gemini interface is an "Ask Gemini" input field with a "Beta" label and an upward arrow.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Date	Weight (lbs)	BF %	Activity / Work	Breakfast	Lunch	Dinner
2	Feb 1	165	16.00%	REST: 20 min Mx	Egg White Omelet	Tuna Salad Wrap	Salmon with Cai
3	Feb 2	165.1	16.00%	Upper Power: Bx	Steak and Eggs	Beef 'N' Rice	Ski Chicken avocad
4	Feb 3	165.4	16.10%	Lower Power: Bx	Breakfast Burrito	Chicken Wrap	Butter Chicken
5	Feb 4	165.2	16.10%	Boxing: 5x3 min	Protein Oats	Peanut Chickpea	Turkey and Swe
6	Feb 5	165.5	16.10%	Upper Hyper: In	Protein French T	Salmon, Rice & J	Ground Beef, Pc
7	Feb 6	165.8	16.20%	Lower Hyper: Hx	Crispy Quesadilla	Chicken & Brocc	Lasagna and sal
8	Feb 7	165.3	16.00%	REST: 20 min Mx	Overnight oats w	Turkey Meatballs	Grilled Lemon H
9	Feb 8	165.6	16.10%	Upper Power: Bx	Steak and Eggs	Beef Stir-Fry w/it	One-Pan Sausag
10	Feb 9	165.7	16.10%	Lower Power: Sx	Breakfast Burrito	Chicken Wrap	Steak salad with
11	Feb 10	165.9	16.20%	Boxing: Double-	Eggs, potatoes,	Chicken Lettuce	Chicken and Bro
12	Feb 11	166.1	16.20%	Upper Hyper: Cx	Protein Pancake	Mexican Beef 'N	3 beef tacos
13	Feb 12	166	16.20%	Lower Hyper: Gx	Sweet Potato Hx	Salmon Rice & J	Ground Beef, Pc
14	Feb 13	166.2	16.30%	REST: 20 min Mx	Shrimp and Spin	Tuna Salad Wrap	Salmon with Cai
15	Feb 14	166.5	16.30%	Upper Power: Bx	Steak and Eggs	Chickpea curry	Lasagnchiladas
16	Feb 15	166.4	16.30%	Lower Power: Sx	Breakfast Burrito	Beef Stir-Fry w/it	Shrimp cobb sal
17	Feb 16	166.6	16.40%	Boxing: 6 Round	Protein Oats	Peanut Chickpea	Turkey and Swe
18	Feb 17	166.8	16.40%	Upper Hyper: Dx	Greek yogurt bo	Mexican Beef 'N	3 beef tacos and
19	Feb 18	166.7	16.40%	Lower Hyper: Fx	Eggs, avocado,	Chicken & Brocc	Mediterranean C
20	Feb 19	167	16.50%	REST: 20 min Mx	Egg White Omelet	Turkey Meatballs	Grilled Lemon H
21	Feb 20	167.2	16.50%	Upper Power: Bx	Steak and Eggs	Salmon Rice & J	Ground Beef Po
22	Feb 21	167.1	16.50%	Lower Power: Sx	Breakfast Burrito	Chicken Wrap	Buffalo Chicken
23	Feb 22	167.4	16.60%	Boxing: 8x3 min	Smoked Salmon	Chicken Lettuce	Chicken and Bro
24	Feb 23	167.5	16.60%	Upper Hyper: Px	Protein Pancake	Beef Stir-Fry w/it	Lean Beef Chili
25	Feb 24	167.8	16.70%	Lower Hyper: Wx	Eggs & Sesame	Mexican Beef 'N	Sesame Ahi Tun
26	Feb 25	167.6	16.70%	REST: 20 min Mx	Cottage Cheese	Pesto Chicken P	Salmon with Cai
27	Feb 26	167.9	16.70%	Upper Power: Bx	Steak and Eggs	Chicken & Brocc	Mediterranean L
28	Feb 27	168.2	16.80%	Lower Power: Sx	Breakfast Burrito	Salmon Rice & J	Ground Beef Po
29	Feb 28	168.5	16.80%	Boxing: 10 Round	Tofu Scramble	Barb Mi Bowl	Turkey and Swe

Fai creare rapidamente a Gemini grafici partendo da una grande quantità di dati

Dashboard



Google Sheets

Lead AI MOMENT

File Modifica Visualizza Inserisci Formato Dati Strumenti Gemini Estensioni Guida

Menu 100% € % .00 .00 123 Prede... 10 + B I A

	A	B	C	D	E	F	G
1	Nome	Email	Tel	Azienda	Richiesta	Data	
2	Thomas Bandini	tuna@thomasbandini.it	393475779579	Thomas Bandini	prova	2026-01-11 17:26:20	
3	Thomas Bandini	tuna@thomasbandini.it	393475779579	Thomas Bandini	ff	2026-01-11 17:35:04	
4	Thomas Bandini	tuna@thomasbandini.it	393475779579	Thomas Bandini	v	2026-01-11 17:38:38	
5	Thomas	info@thomasbandini.it	3475779579			2026-01-17 14:15:16	
6	Thomas Bandini 2	tuna@thomasbandini.it	393475779579	prova		2026-01-17 14:51:12	
7	FORM NON INVIATO Thomas Bandini	tuna@thomasbandini.it				2026-01-17 14:55:35	
8	FORM NON INVIATO Thomas	Tina@thomasbandini.it	222222	Thomas Bandini	Chi sei	2026-01-18 16:49:05	
9	FORM NON INVIATO Thomas	Tina@thomasbandini.it	333333	Thomas Bandini	Prova	2026-01-18 16:55:17	
10	Thomas	Tina@thomasbandini.it	333333	Thomas Bandini	Prova	2026-01-18 16:59:16	
11	Thomas	info@thomasbandini.it	2222	Thomas Bandini	Prova	2026-01-18 17:08:27	
12	Thomas bandinj	info@thomasbandini.it	6666	Thomas Bandini	Prova	2026-01-18 17:24:28	
13	Thomas	info@thomasbandini.it	3333	Thomas Bandini	Prova	2026-01-18 17:34:19	
14	Thomas	info@thomasbandini.it	2222	Thomas Bandini	Prova	2026-01-18 17:40:28	
15	Thomas Pippo	info@thomasbandini.it	123	Thomas Bandini	Prova prova da	2026-01-18 18:01:56	
16	Thomas Bandini	tuna@thomasbandini.it	393475779579	Thomas Bandini	prova	2026-01-19 11:36:08	
17					Vorrei integrare		
18					Grazie	2026-01-21 20:08:58	
19					lest	2026-01-23 13:39:02	

Foglio1 domande

Gemini

fai un grafico a torta

Passaggi analisi

Distribuzione delle Richieste per Nome

Ho creato un grafico a torta che mostra la distribuzione delle richieste basate sul nome del richiedente.

Osservazioni principali:

- Thomas è la fonte principale delle richieste, rappresentando la maggioranza assoluta con diverse varianti del nome.

Chiedi a Gemini

Gemini in Workspace può fare errori. Scopri di più

A1 fx

	A	B	C	D	E	F	G
1	<h3>Distribuzione delle Richieste per Nome</h3> <p>Tommaso Tedaldi 5,9%</p> <p>Thomas bandinj 5,9%</p> <p>Thomas Pippo 5,9%</p> <p>Thomas Bandini 2 5,9%</p> <p>Thomas Bandini 23,5%</p> <p>FORM NON INVIATO Thomas 11,8%</p> <p>FORM NON INVIATO Thomas 5,9%</p> <p>Massimo Mecca 5,9%</p> <p>Thomas 29,4%</p>						
2							
3	Nome	Conteggio					
4	FORM NON INV	2					
5	FORM NON INV	1					
6	Massimo Mecc	1					
7	Thomas	5					
8	Thomas Bandin	4					
9	Thomas Bandin	1					
10	Thomas Pippo	1					
11	Thomas bandin	1					
12	Tommaso Teda	1					
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							

Foglio1 domande [Grafico1] Distribuzione delle Richieste per Nome

ESEMPIO

2025

XLSX

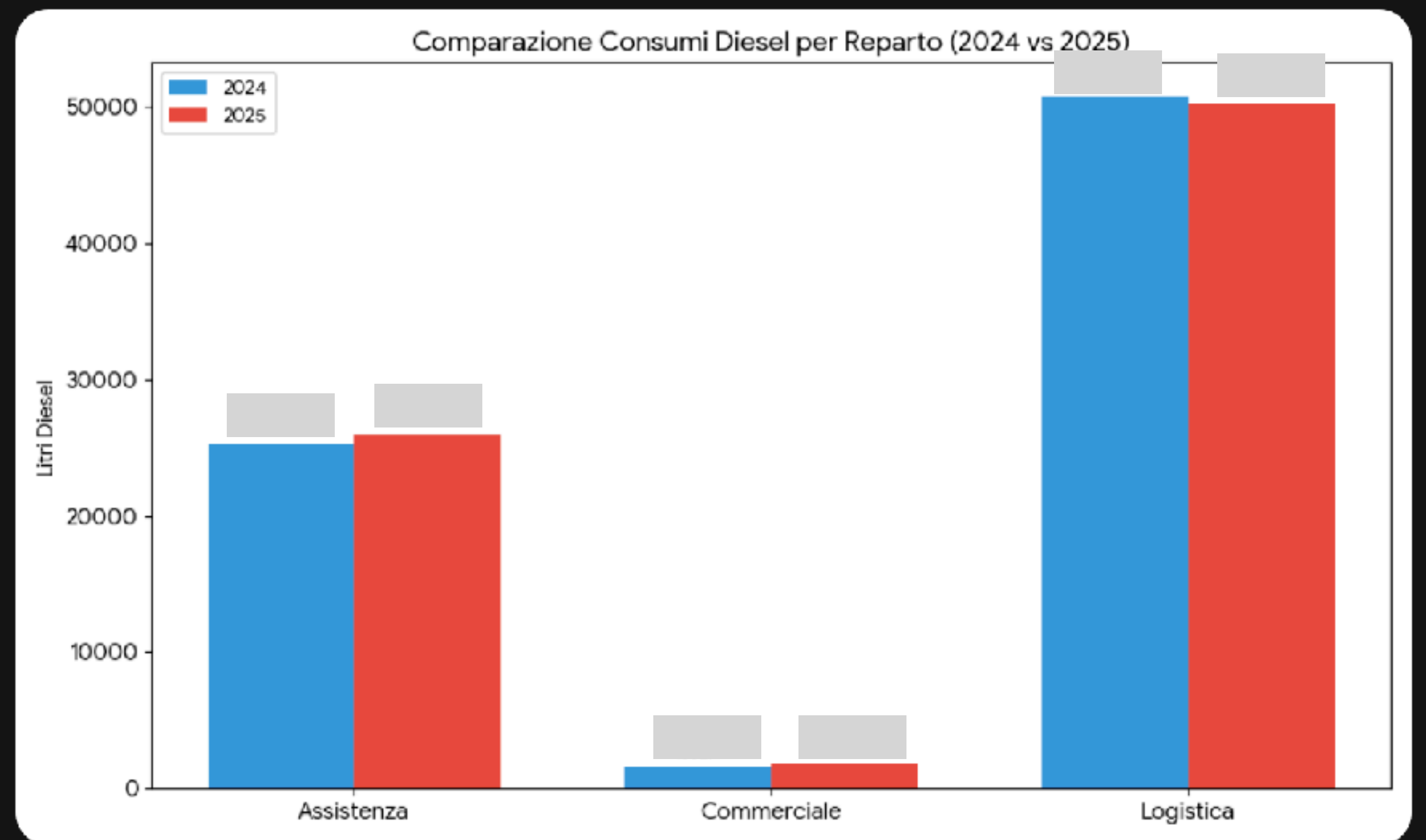
fammi un nuovo file excel dove mi crei un grafico con la comparazione tra litri del diesel del tab 2025 e del tab 2024.
poi fammi una tabella con dati totali e differenza in %.
prima di farlo dimmi se ti serve sapere altro.

Confronto_..._2024_2025

XLSX

Confronto_..._2024_2025

XLSX



Ho completato l'analisi e generato il file Excel richiesto.

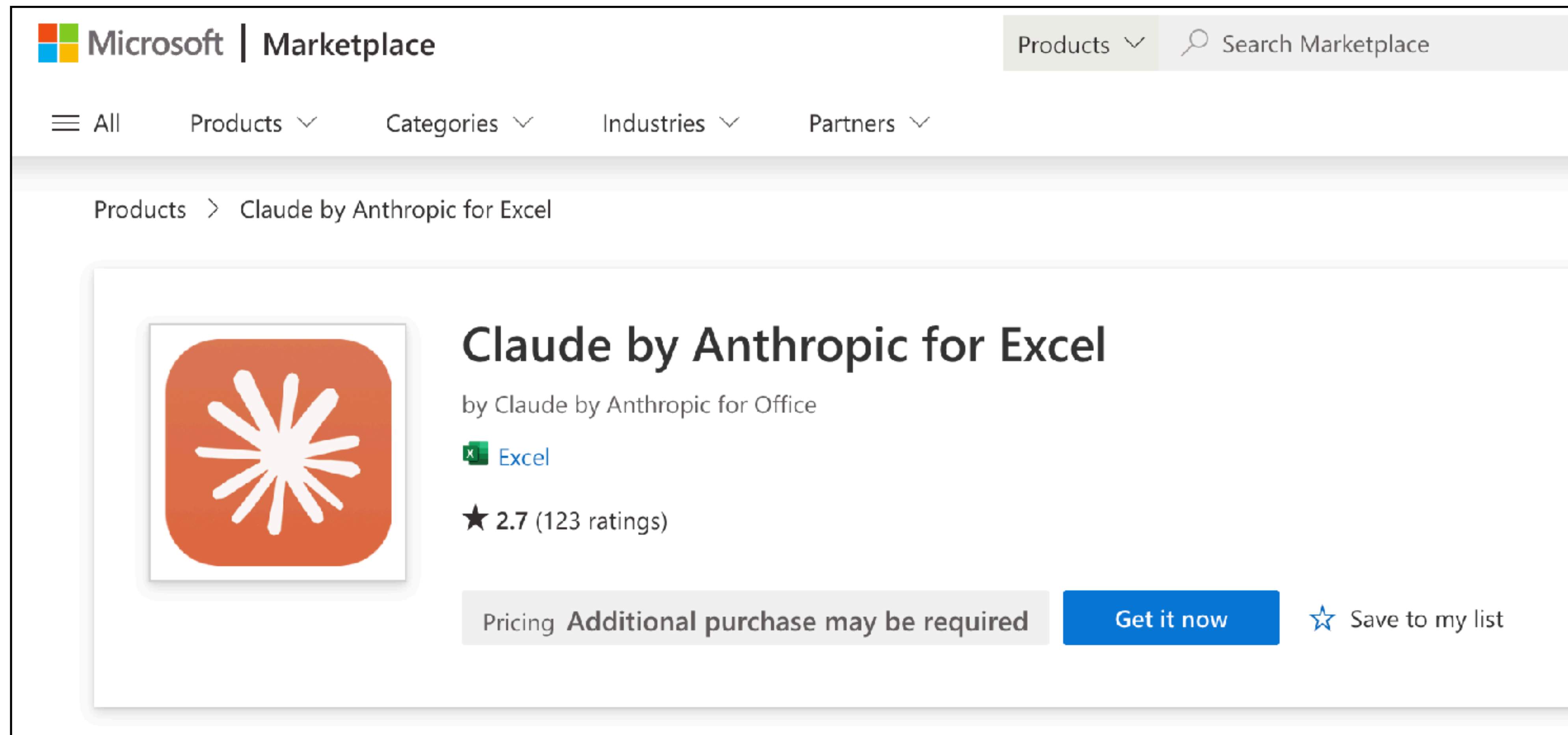
CLAUDE EXCEL

Claude in Excel

Possiamo attivare Claude dentro i file Excel, quindi ci aiuta a:

- interpretare e spiegare i dati
- creare/correggere formule trovando il problema
- generare spreadsheet da zero (financial plan, media plan, ecc)
- creare tabelle pivot
- creare grafici

Estensione excel




The screenshot shows the Microsoft Marketplace interface. At the top left is the Microsoft logo and the text 'Microsoft | Marketplace'. To the right is a search bar with a magnifying glass icon and the text 'Search Marketplace'. Below this is a navigation bar with 'All', 'Products', 'Categories', 'Industries', and 'Partners', each with a dropdown arrow. The main content area shows a breadcrumb trail 'Products > Claude by Anthropic for Excel'. The product card features an orange square icon with a white starburst pattern. To the right of the icon, the title 'Claude by Anthropic for Excel' is displayed in a large, bold font. Below the title, it says 'by Claude by Anthropic for Office'. There is a small Excel icon followed by the word 'Excel'. Below that, a star icon is followed by '2.7 (123 ratings)'. At the bottom of the card, there is a pricing section with the text 'Additional purchase may be required', a blue 'Get it now' button, and a star icon followed by 'Save to my list'.

Microsoft | Marketplace


Products Search Marketplace

All Products Categories Industries Partners

Products > Claude by Anthropic for Excel

 **Claude by Anthropic for Excel**

by Claude by Anthropic for Office

 Excel

★ 2.7 (123 ratings)

Pricing Additional purchase may be required [Get it now](#) [★ Save to my list](#)

<https://marketplace.microsoft.com/en-us/product/saas/wa200009404?tab=overview>

Salvataggio automatico

CLAUDE_2025

Home Inserisci Disegno Layout di pagina Formule Dati Revisione Visualizza Automatizza Acrobat

Incolla Aptos Narrow (Cor... 14 A A Generale Formattazione condizionale Formatta come tabella Stili cella Celle Modifica Componenti aggiuntivi Copilot ChatGPT for Excel Claude

A1 CONFRONTO CONSUMI DIESEL — 2024 vs 2025

32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78

2025 2024 Confronto +

Pronto Accessibilità: verifica

Claude

Beta

How can I help with your spreadsheet?

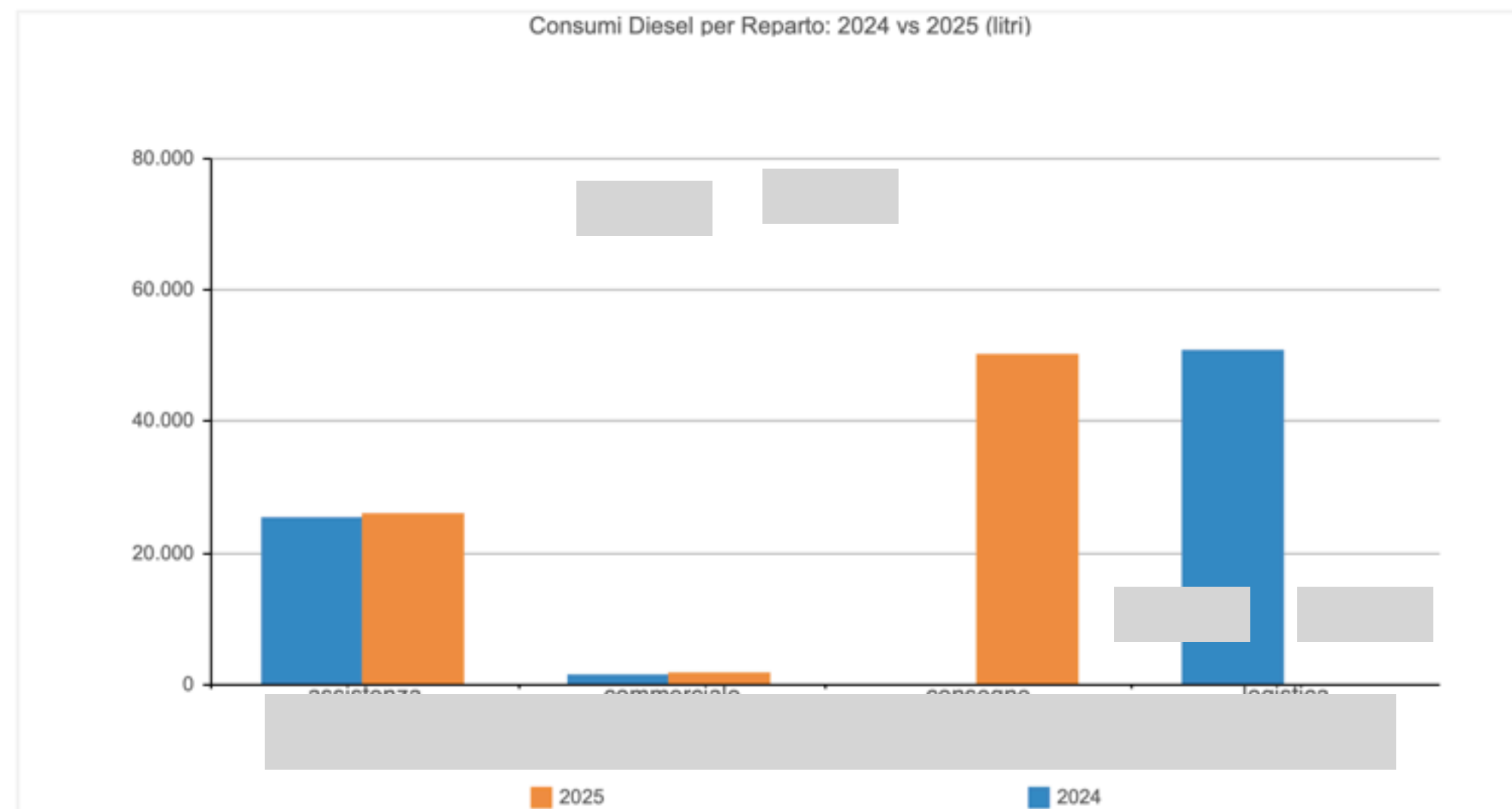
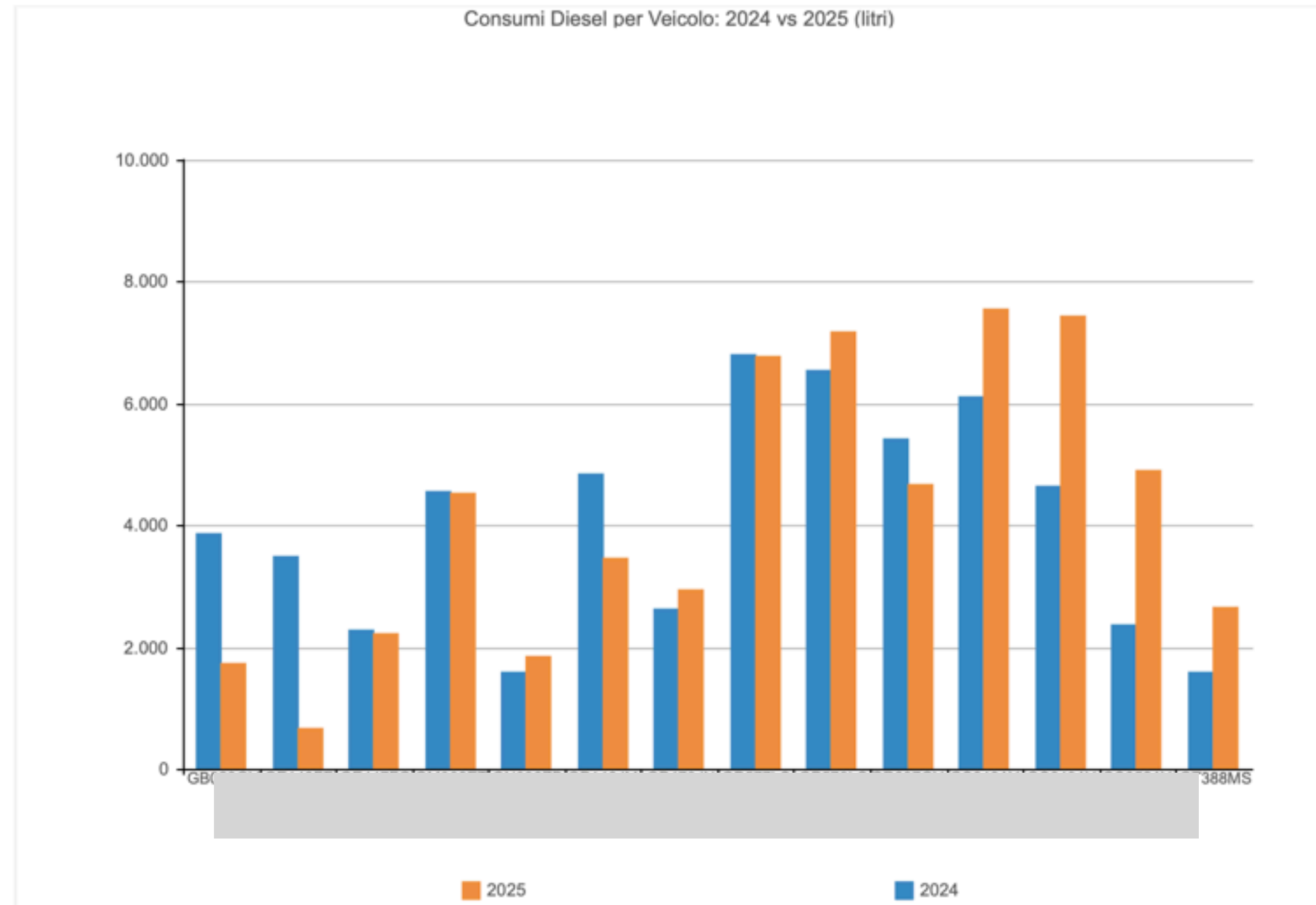
- Build a financial model
- Explain this workbook
- Transform messy data
- Debug my formulas

Reply

Sonnet 4.6

ESEMPIO

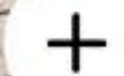
CONFRONTO CONSUMI - 2024 vs 2025					
Targa	Reparto	Litri 2024	Litri 2025	Differenza (L)	Var. %
		,61		Dismesso	
		,10	,03	-2.107,07	-54,8%
		,17	,50	-2.826,67	-81,3%
		,23		Dismesso	
		,53		Dismesso	
		,10	,95	-69,15	-3,0%
		,20		Dismesso	
		,09		Dismesso	
		,58	,35	-25,23	-0,6%
		,87	,83	264,96	16,7%
		,24	,63	-1.399,61	-28,9%
		,67	,47	304,80	11,6%
		,93	,82	-27,11	-0,4%
		,98	,10	633,12	9,7%
		,93		Dismesso	
		,71	,02	-766,69	-14,1%
			,62	Nuovo	
			,55	Nuovo	
		,95	,88	1.430,93	23,4%
		,42	,37	2.796,95	60,2%
		,97	,72	2.524,75	107,0%
			,30	Nuovo	
		,59	,10	1.061,51	67,1%
			,80	Nuovo	
			,42	Nuovo	
			,25	Nuovo	
			,20	Nuovo	
			,89	Nuovo	
			,91	Nuovo	
TOTALE		77.567,87	78.060,71	492,84	0,6%
RIEPILOGO PER REPARTO					
Reparto	Litri 2024	Litri 2025	Differenza (L)	Var. %	
ass	,06	,63	,57	3,0%	
cor	,87	,83	,96	16,7%	
cor	,00	,25	,25		
log	,94	,00	,94	00,0%	
TOTALE	77.567,87	78.060,71	492,84	0,6%	
DATI GRAFICO — Veicoli in entrambi gli anni					
Targa	2024 (L)	2025 (L)			
		,03			
		,50			
		,95			
		,35			
		,83			
		,63			
		,47			
		,82			
		,10			
		,02			
		,88			
		,37			
		,72			
		,10			



Spunti da OPENAI
(segui il profilo)



openai



Suggeriscimi una ricetta per la cena da fare in 15 minuti con questi ingredienti



Le risposte alle domande di tutti i giorni.

 [Iscriviti](#)



openai



Prova ChatGPT Business oggi stesso



ChatGPT Business

Trasforma file CSV in grafici utilizzabili all'istante

Riepilogo vendite primo trimestre

100

Quali regioni stanno trainando la crescita e quali invece restano indietro?

 Riepilogo vendite primo trimestre



Trasforma appunti... altro

 [Iscriviti](#)

NOTEBOOK LM

Tutti I miei notebook Condivisi con me

Più recente + Crea nuovo

Notebook recenti

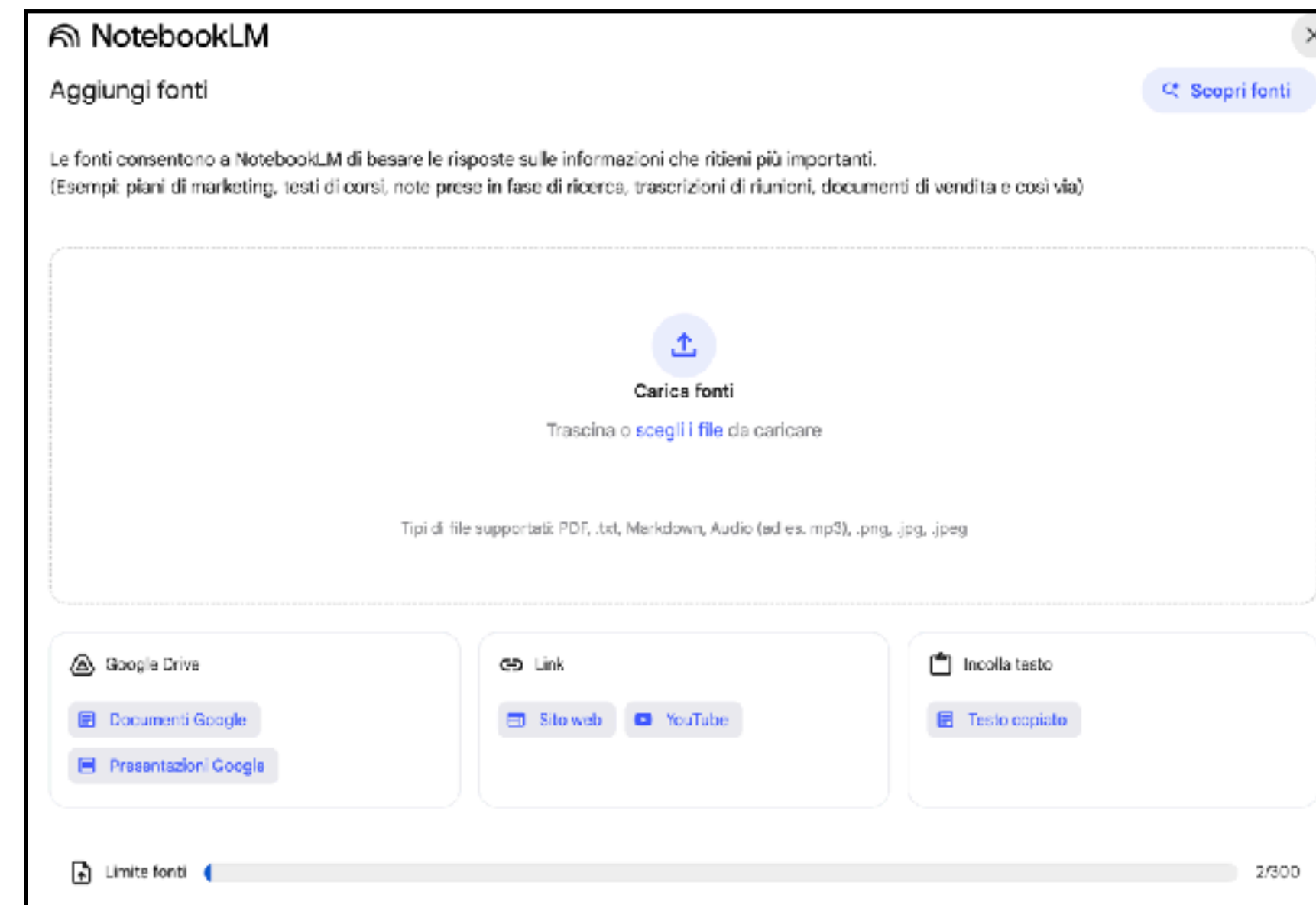
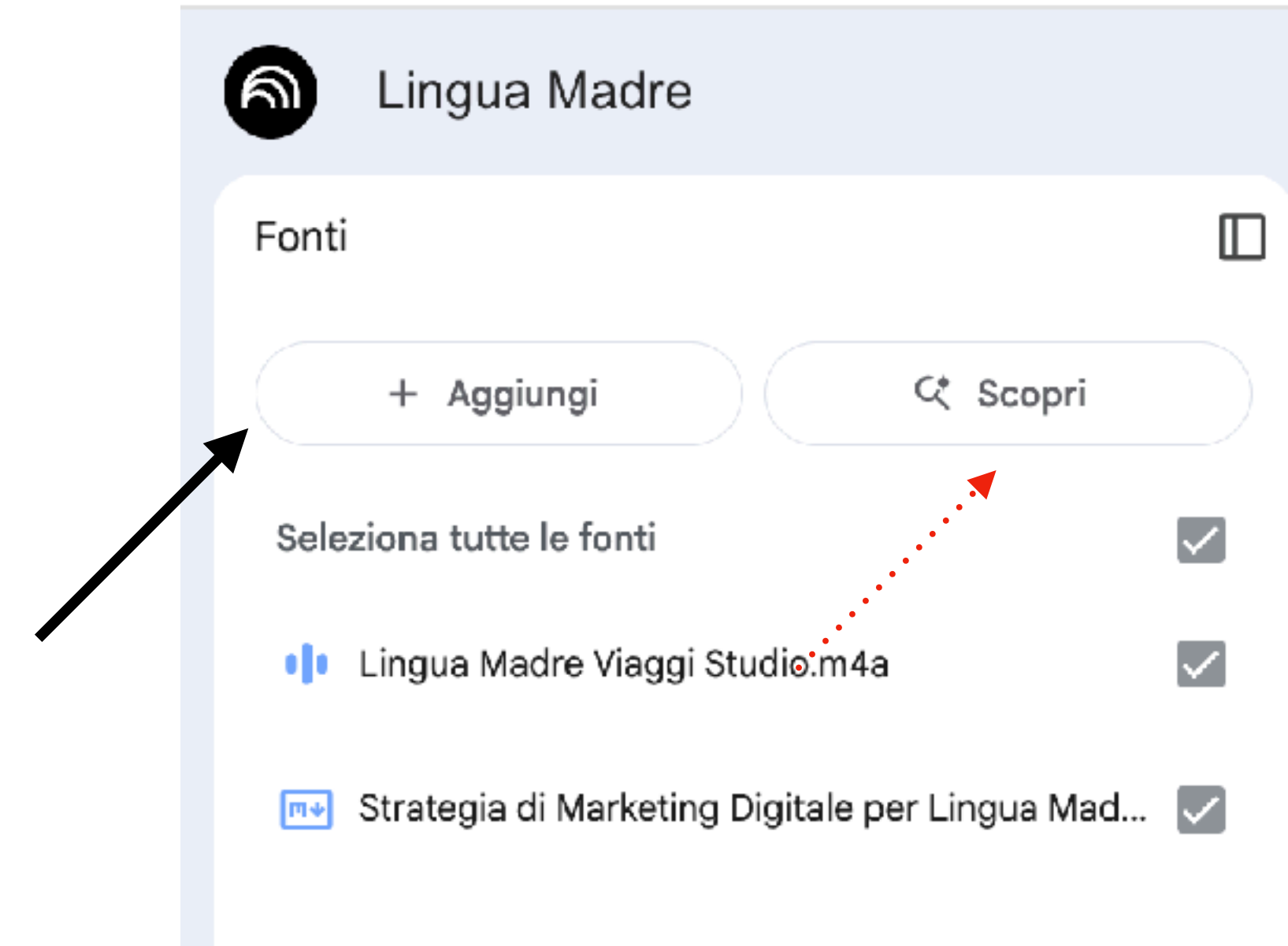
Crea nuovo notebook	Pieri Group 19 nov 2025 · 2 fonti	AI, Umani e il Nuovo Equilibrio della... 28 nov 2025 · 1 fonte	Menabo - Digital nov 25 24 nov 2025 · 2 fonti	Exera Group - Riunione Menabò 12 nov 2025 · 1 fonte	Acanto - AI Progetto 2026 21 nov 2025 · 1 fonte
BMI - AI - nov 25 17 nov 2025 · 1 fonte	Pienissimo - Don Carlos e Miranda 19 nov 2025 · 1 fonte	Zani Works 14 nov 2025 · 1 fonte	Strategia Digitale per MACIOCE Pasticceri... 13 nov 2025 · 1 fonte	Brighi AGENTI - nov 25 13 nov 2025 · 2 fonti	Veicoli Elettrici, Branding e Intelligen... 4 nov 2025 · 7 fonti
Untitled notebook 12 nov 2025 · 0 fonti	Test Podcast THOMAS 19 nov 2024 · 3 fonti	Costruendo Comunità: Antonian... 3 nov 2025 · 1 fonte	Formazione sull'Intelligenza... 29 ott 2025 · 1 fonte	Agente + CRM dati AI Moca - sett 25 24 set 2025 · 1 fonte	Corso AI RETE PMI 19 ott 2025 · 1 fonte
Pasticceria Macioce 23 ott 2025 · 1 fonte	PMR 13 gen 2025 · 2 fonti	Rete PMI prova 22 ott 2025 · 1 fonte	Untitled notebook 22 ott 2025 · 0 fonti	Tecnologia e Reinvenzione: Il... 14 ott 2025 · 1 fonte	Expansion Group 17 ott 2025 · 1 fonte
Snasto ATTILIO 15 ott 2025 · 1 fonte	Revisione e Strategia Digitale Brighi 14 ott 2025 · 1 fonte	Untitled notebook 8 ott 2025 · 0 fonti	Lattuga GOOGLE ADS 6 ott 2025 · 1 fonte	Strategie e Strutture per l'Assistenza... 3 ott 2025 · 1 fonte	Time Box 22 lug 2025 · 1 fonte

Fonti

Fonte delle informazioni:

NotebookLM si limita ai tuoi documenti, mentre gli LLM usano la loro conoscenza generale.

In sostanza, NotebookLM è come avere un assistente di ricerca specializzato sui tuoi documenti, mentre un LLM è come avere un tutore generale con vasta cultura.



Notebook LM

Carichi un audio della riunione e ti fai fare la trascrizione e riassunto.

The screenshot displays the NotebookLM interface. On the left, a sidebar shows the notebook name 'NotebookLM', a list of sources including 'Origini' and 'Via Trieste 3.m4a', and checkboxes for 'Seleziona tutte le origini' and 'Via Trieste 3.m4a'. The main area is titled 'Easydive riunione 29 10 24' and contains a chat window with the prompt: 'fammi il riassunto della riunione diviso in macro punti e sotto punti con breve descrizione di quello che si è detto per ogni macro punto'. The AI response provides a structured summary:

Ecco il riassunto della riunione diviso in macro punti e sotto punti:

- Sito Web**
 - **Stato attuale:** Il nuovo sito è quasi pronto, con nuove funzionalità come un CRM integrato per la gestione dei clienti e delle manutenzioni, un configuratore di prodotti, una sezione dedicata all'usato, un blog e una migliore organizzazione delle categorie e dei tag. (1 2 3 4 ...)
 - Il sito è stato progettato in modo responsivo per una visualizzazione ottimale su diversi dispositivi. (10)
 - **Prossimi step:**
 - Rifinitura di alcuni dettagli grafici e implementazione di alcune funzionalità mancanti. (2 3 11 12)
 - Ottimizzazione del sito, revisione e aggiunta di contenuti. (2 9 13 14)
 - Definizione della strategia di lancio, che includa la creazione di hype e la comunicazione delle nuove funzionalità. (15 16 17 18)
 - Raccogliere feedback dagli utenti tramite un questionario post-lancio. (19 20)
- Marketing e comunicazione**
 - **Remarketing:** Implementare campagne di remarketing per recuperare i carrelli abbandonati sul sito. (13 21 22 23)
 - I messaggi di remarketing dovrebbero evidenziare i vantaggi di Easy Dive, come l'assistenza eccellente, la garanzia a vita, la possibilità di utilizzare la custodia con diversi modelli di fotocamera e il valore dell'investimento a lungo termine. (24 25 26)
 - Si possono utilizzare diverse tipologie di contenuto per il remarketing, tra cui immagini, video e testo. (27)
 - Il budget iniziale può essere contenuto, ad esempio 5 euro al giorno. (28)


At the bottom, there are three question prompts: 'Quali problemi riguardano la collaborazione con Mirko?', 'Quali sono le principali caratteristiche del nuovo sito e-commerce?', and 'Come si intende utilizzare...'. A chat control bar includes 'Chiudi chat', a text input field with '1 fonte' and 'Inizia a digitare...', a send button, and a 'Guida di Notebook' link. A footer note states: 'NotebookLM può fare errori, quindi verifica le sue risposte.'

Google Meet by Gemini

Note: "Pienissimo Moment" 3 giu 2025 Posta in arrivo x

Gemini gemini-notes@google.com
a me

[Traduci in italiano](#) x





Note della riunione "Pienissimo Moment"

[Apri gli appunti sulla riunione](#)

Le note contengono un riepilogo e una sintesi dettagliata. Una trascrizione e una registrazione, se presenti, verranno collegate nelle note quando saranno pronte.































Ti consigliamo di rivedere le note di Gemini per assicurarti che siano accurate.

[Appunti di Gemini](#)

Pienissimo Moment - 2025/06/03 13:57 CEST - Appunti di Gemini ☆  

File Modifica Visualizza Inserisci Formato Strumenti Estensioni Guida

14:22 (2 minuti fa)

100% Testa nor... Roboto - 12 + B I U A                              

Studio

Studio



Overview audio



Overview video



Mappa mentale



Report



Flashcard



Quiz



Infografica

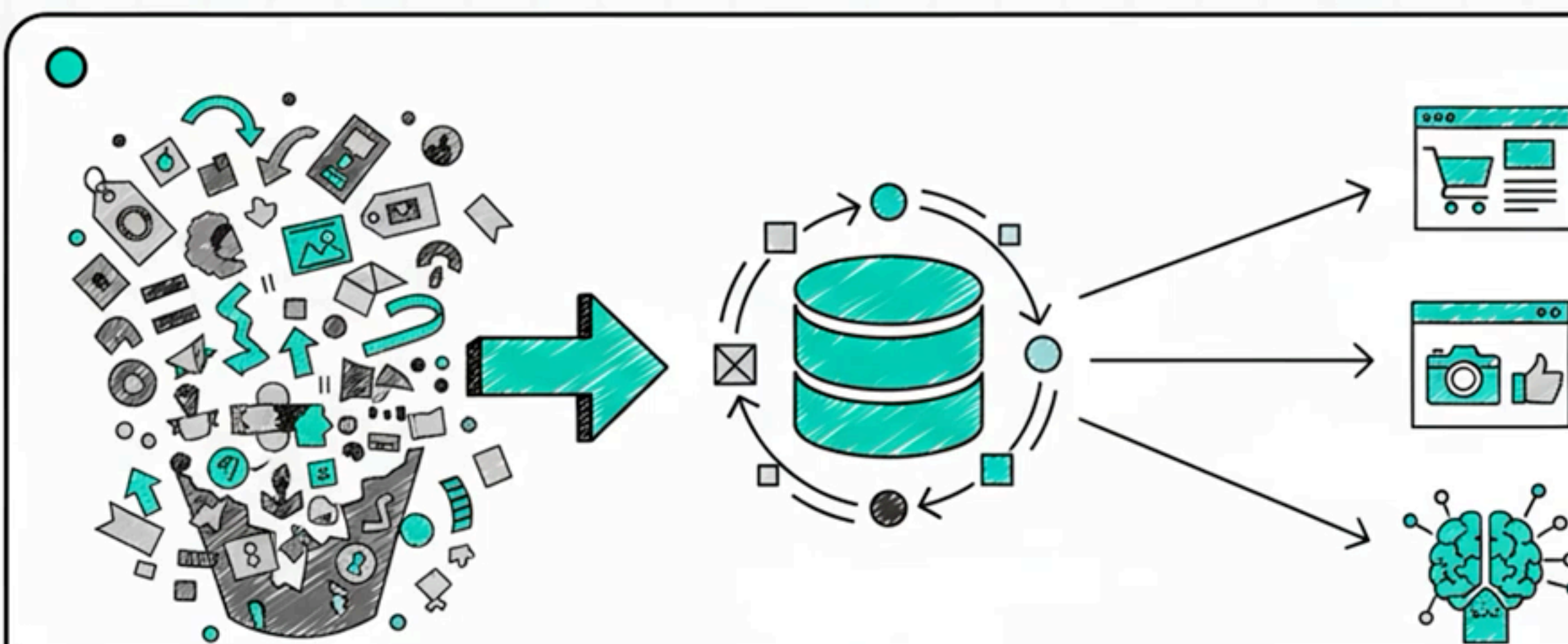


Presentazione



Studio

Doma il caos dati con un PIM



Audio Overview (Podcast)



Francamente TECH

Episodi

Informazioni

Contenuti simili



Più recenti • Tutti gli episodi



AI ucciderà il business su cui si basa internet?

Discutiamo dell'impatto potenziale dell'Intelligenza Artificiale (AI) sulle attività commerciali di Internet, affrontando la questione se l'AI "uccider...

30 giu • 6 min



Foto al Museo: Un'Odissea tra Pixel e Capolavori a Londra

Ciao a tutti! Oggi parliamo di un'esperienza comune ma frustrante nei musei. Vi racconto la mia recente visita a Londra, al British Museum e alla...

29 giu • 5 min



Neuralink: Oltre la Scienza, una Nuova Era per l'Interazione Mente-Macchina?

Ciao a tutti e benvenuti al nostro podcast. Sono Franco Farnedi e oggi faremo un viaggio nel futuro, un futuro che, a quanto pare, è già qui. Parl...

29 giu • 5 min

Notebook LM - Audio Overview (Podcast)

* Guida al notebook

Aiutami a creare

Domande frequenti

Guida allo studio

Sommario

Sequenza temporale

Documento di briefing

Riepilogo

Il primo testo è un estratto dal libro "Il Maratoneta e l'Oscuro Passeggero" di Thomas Bandini, in cui l'autore descrive il suo viaggio personale e il modo in cui ha imparato ad affrontare le proprie paure interiori per raggiungere il successo. Il secondo testo è un estratto di un podcast in cui Thomas Bandini discute dei vantaggi e degli svantaggi di lavorare con un'agenzia web o un freelance, offrendo la sua prospettiva da chi ha sperimentato entrambi i modelli. Bandini esplora anche l'impatto del COVID-19 sul settore digitale, la crescente importanza del marketing digitale e l'uso dell'intelligenza artificiale nel settore.

Riassunto audio

Untitled notebook



00:49 / 15:22

Domande suggerite

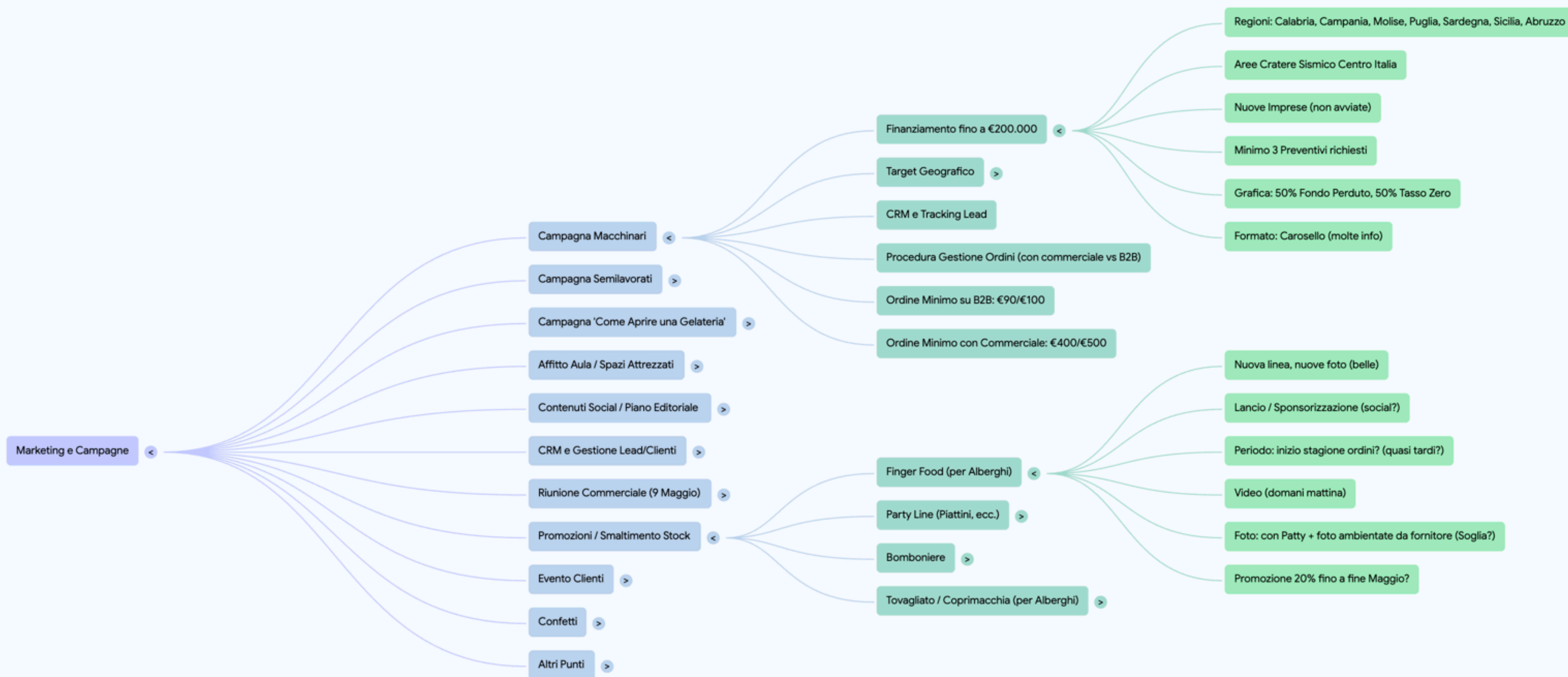
Quali sono i punti di forza e di debolezza digitale rispetto a lavorare con un freelance?

In che modo le esperienze personali influenzano la sua visione del lavoro?

Quali sono le principali sfide che le aziende affrontano quando cercano di integrare le strategie digitali?



Notebook LM



AUDIO

Voice sentiment analysis

sei un esperto di voice sentiment analysis.

Fammi un report sull'audio allegato che rappresenta una riunione dove ho presentato un progetto di formazione AI.

Voglio analizzare il voice sentiment dei partecipanti non il mio che presentavo.

Voglio capire se c'è speranza che acquistino i miei servizi e dove sono stati momenti critici.

Analizza:

- Analisi del tono
 - Identificazione delle emozioni
 - Qualità della voce (tensione, calma, esitazioni)
 - Pattern prosodici
- Ti allego trascrizione.

1) Analisi del tono dei partecipanti

Il tono complessivo del gruppo è stato **collaborativo**, con momenti di **leggera difensività**, e fasi di **apertura autentica**.

Tre toni dominanti:

Tono 1 – Ironia distensiva

Ricorrono battute, riferimenti scherzosi, piccole provocazioni amichevoli.

Questa ironia non è fuga: è un modo per alleggerire discussioni che toccano responsabilità interne, inefficienze e paure individuali.

→ Segnale positivo: **quando un gruppo scherza, non è in chiusura. Si sente a proprio agio.**

Tono 2 – Pragmatismo

Quando parlano di problemi reali (commerciali resistenti, processi lenti, ripetitività), il tono si abbassa e diventa serio, diretto.

Nessuno minimizza. Nessuno dice "non abbiamo bisogno di questo".

Al contrario, emerge una voglia di "capire meglio", "mettere ordine", "cambiare".

→ Segnale positivo: **il pragmatismo è un pre-acquisto emotivo.**



SUMMARY TRANSCRIPT ASK FATHOM

Your free use of Ask Fathom, Advanced AI Summaries, and AI Action Items has ended for this month. Unlock unlimited access by upgrading to Premium today—or wait until next month to use these features on 5 more calls, on us!

Chronological

IT

Copy Summary

Italia Ortofrutta - indicizzazione pagine

Problema con l'handle di Instagram @ 0:00

Federica e Thomas discutono di un problema con l'handle di Instagram per il marchio "Identità che innova". L'handle è stato configurato in modo errato e le politiche di Instagram impediscono di modificarlo per 14 giorni. Determinano che l'errore è stato commesso dall'agenzia e decidono di attendere semplicemente il periodo di 14 giorni.

Problemi con la sitemap e l'indicizzazione @ 1:36

Thomas spiega l'importanza della sitemap per consentire a Google di indicizzare efficacemente un sito web. Esamina i dati della sitemap per il sito web di Italia Ortofrutta, notando discrepanze tra il numero di pagine nella sitemap e il numero di pagine indicizzate da Google. Identificano alcuni reindirizzamenti e errori 404 che devono essere risolti.

Gestione dei contenuti legacy @ 21:46

Thomas condivide un esempio di come ha gestito una grande quantità di contenuti legacy durante la migrazione di un sito web di notizie a una nuova piattaforma. Si è concentrato sul reindirizzamento solo dei contenuti più popolari e sull'impostazione di errori 404 per il resto, invece di importare tutto.

Configurazione e tracciamento dei mini-siti @ 24:49

Federica e Thomas discutono il processo di configurazione di Google Search Console e il tracciamento per i mini-siti in fase di creazione. Concordano di coordinarsi con Simona sulle specifiche esigenze di tracciamento per questi siti, concentrandosi sui download di PDF piuttosto che sugli invii di moduli.

Prossimi passi @ 30:44

Federica e Thomas concordano di dare seguito alla configurazione e al tracciamento dei mini-siti e di fornire un aggiornamento a Simona nel loro prossimo incontro. Discutono anche brevemente della revisione di alcuni dati sulle prestazioni SEO per il sito web principale.

Italia Ortofrutta - indicizzazione p...

May 26, 2025

Share

ATTENDEES

Recording Sent

Federica Pogliani

RELATED

Visibilità organica sito Menabò
Most Recent Meeting • May 27, 2025

ACTION ITEMS

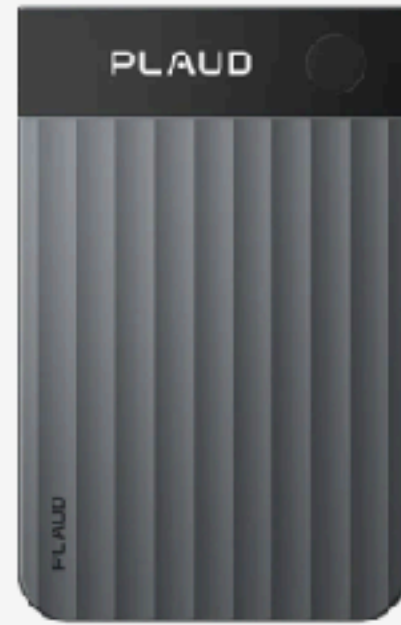
Extract Action Items from Transcript

YOUR QUESTIONS

- “Chi è che ha sbagliato questa cosa? Ah, l'agenzia.”
- “Allora, partiamo dal presupposto, la search console è una server metrica, no?”
- “Tu sei abilitata a levare search console, no? Non credo.”
- “Se fosse un e-commerce ci sarebbe anche products e ci sarebbe category products, poi dopo non gli cito autori, tag, feed, cioè tutti quei link inutili, perché autori sono gli autori dei post, no?”
- “Quello di Elemental, che cos'è?”
- “E qui ci sta il fatto, è presente che Francesco ha detto 301, 302? Sì, esatto.”
- “Quindi questo ti permette di fare un check veloce, capito?”
- “E per la Search Console mi sembrava che qualcosa fosse stato fatto o bisognava aspettare?”
- “Andava bene quello che ho fatto, no?”
- “Ma quindi mercoledì dobbiamo parlare della landing o di questa cosa qui?”
- “Cambia il contenuto, ma la struttura?”
- “Di cose dobbiamo parlare?”
- “Ah, è stata organizzata Francesco?”

THEIR QUESTIONS

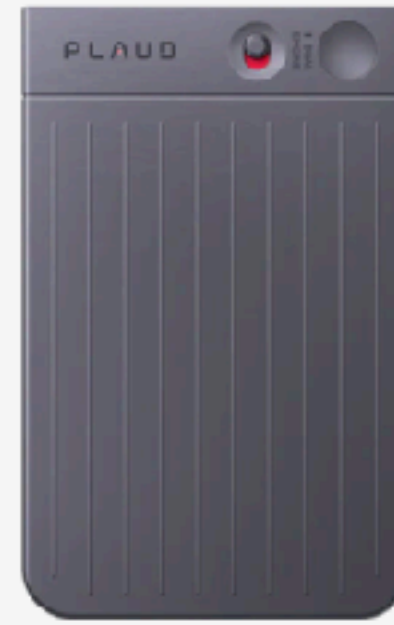
- “Quindi questo, scusa Thomas, sono pagine che erano nel vecchio sito e che sono state riportate nel sito nuovo, ho capito bene?”
- “Oddio, che cos'è quello? Qui va, invece di andare alla regione, va un pdf.”
- “Cioè, in che senso?”
- “Quindi lui cosa farà?”
- “No, che cos'è?”
- “Ok, e la stessa cosa vale per i mini siti? Sì, esatto.”
- “E allora cosa gli ho detto?”



Plaud Note Pro

Lo strumento di note IA più versatile

€189,00



Plaud Note

Notetaker IA professionale

€152,90



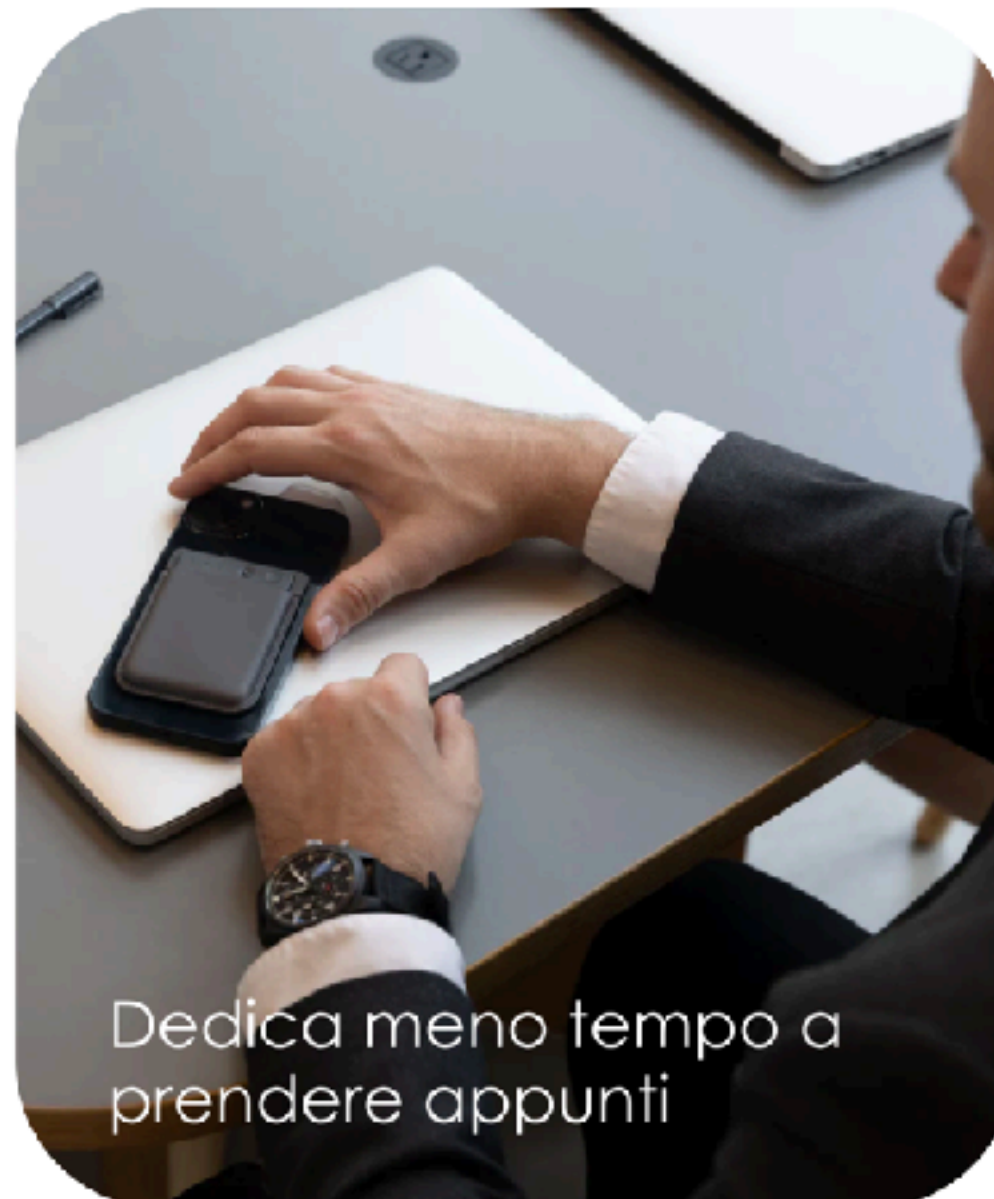
Plaud NotePin

Notetaker IA indossabile

€152,90



Partecipa appieno a ogni conversazione



Dedica meno tempo a prendere appunti



Non perdere nessuna delle Tue ottime idee

SEGUIMI!



https://t.me/AI_moment_by_Thomas



DEEP RESEARCH

COS'È

Deep Research – La ricerca che ragiona

L'AI non si ferma ai risultati, come Google che trova link.

La Deep Research non ti dà 10 link blu, ma 3 idee chiave, già ragionate. È come avere un analista che in 10 secondi legge 50 pagine per te.

Lo fanno strumenti come ChatGPT Pro, Claude, Perplexity e Gemini.

Il loro vantaggio? Capiscono l'intento e costruiscono risposte con fonti reali.

Google è come un elenco telefonico, ChatGPT è come un collega che ti riassume tutto e ti spiega il perché.

Ma serve imparare a chiedere in modo diverso.



STEP 1

Crea un Piano

Definisci la struttura e gli obiettivi del tuo progetto



STEP 2

Trova le Fonti

Ricerca e raccogli informazioni affidabili e pertinenti



STEP 3

Legge i Link

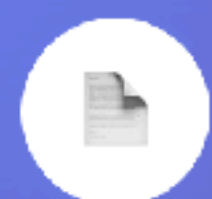
Analizza e comprendi i collegamenti e le risorse trovate



STEP 4

Ragiona sui Contenuti

Elabora e sintetizza le informazioni raccolte



STEP FINALE

Crea un Report

Componi il documento finale con tutti gli insights raccolti

Per cosa usarla?

1. Ricerca di tool e app
2. Ricerca di fonti
3. Ago nel pagliaio
4. Analisi target audience
5. Analisi di trend

6. Confronto competitor
7. Idee per contenuti
8. Preparazione di report
9. Presentazioni
10. Preparazione riunioni

DOV'È

Cos'hai in mente oggi?

+ Fai una domanda



📎 Aggiungi foto e file

🔍 Deep Research

🖼️ Crea immagine

👤 Modalità agente

📖 Studia e impara

⋮ Altre opzioni >

Ancora 24 a disposizione

Maggiori informazioni disponibili su 30 ottobre

Ciao, Gemini per Thomas Bandini SRL

🛡️ Inserisci un prompt per Gemini



🛠️ Strumenti



- 🔍 Deep Research
- 🎬 Video con Veo
- 🖼️ Immagini con Imagen
- 📄 Canvas
- 📖 Apprendimento guidato
- 💡 Deep Think

COME USARLA

Il prompt perfetto

Cosa vuoi fare con la ricerca?

Fammi una ricerca approfondita degli strumenti che consentono di integrare app e automatizzare workflow (come zapier, make, n8n e altri) per scegliere quale è il più adatto per una startup che non ha tanto budget da spendere

Che informazioni ti servono?

Ho bisogno dei nomi di questi tool, i loro siti web ufficiali, i costi (e anche se hanno un piano free), i casi d'uso più frequenti, quante applicazioni diverse supportano

Come le vuoi?

Nel report finale voglio una sezione introduttiva con diverse tabelle comparative, poi un paragrafo dettagliato per ogni tool che hai trovato, infine delle conclusioni che mi diano indicazioni su quale tool sia più adatto a quale caso specifico

Analizza il posizionamento di mercato dei principali competitor

Analizza il posizionamento di mercato dei principali competitor di Stagnoli nel mercato degli ingranaggi in tecnopolimero e dell'automazione cancelli in Italia ed Europa. Competitor da analizzare: CAME, FAAC, Nice, BFT per la divisione Accessories; Igus, Madler, KHK per la divisione Gears.. Confronta con la presenza attuale di Stagnoli.



<https://chatgpt.com/c/69dbbc35-6fcc-8389-8c46-2fc7954ea13c>



<https://claude.ai/public/artifacts/b6b7438f-dd76-475e-9439-f691587572bd>

ESEMPIO I

Prompt I

Obiettivo

Assumi il ruolo di ****analista di mercato senior****. Conduci un'analisi completa dei trend passati (ultimi 5-10 anni) e futuri (prossimi 12 mesi) per la categoria **BIBITE GASSATE AL GUSTO LIMONE** nel settore **BEVERAGE** nel mercato ITALIA

Vincoli (opzionali)

usa solo fonti pubbliche
limita l'analisi alla Gen Z

Preferenze di ricerca (facoltative)

- Priorità a report OECD, Eurostat, Statista Pro, annual report dei top-3 player.
- Evita fonti non peer-review.

Contenuti richiesti

1. ****Dimensioni di mercato & performance storica****
2. ****Driver di crescita e fattori frenanti****
3. ****Segmentazione**** (con nota per eventuale focus demografico)
4. ****Comportamento del consumatore****
5. ****Proiezione 12 mesi**** (metodi ARIMA / Prophet indicati)
6. ****Opportunità & rischi****

Output desiderato

- Executive summary (max 1 pagina) + sezioni analitiche complete.
- Grafici/tabelle (PNG + XLS/CSV) incorporati o link "sandbox:/...".
- Citazioni puntuali con URL complete dopo ogni dato numerico.

Lingua: Italiano.

Nessun limite di lunghezza purché la struttura sia chiara e le fonti accuratamente citate.

Risultati

Claude

ANALISI

<https://claude.ai/public/artifacts/3fcf0b25-a904-4206-a38c-13672bdaa256>

PRESENTAZIONE

<https://claude.ai/public/artifacts/76e4ecd8-68a9-43d1-bc49-cd7200ac1036>

Perplexity

ANALISI

<https://www.perplexity.ai/search/assumi-il-ruolo-di-analista-di-C2Ah2X30TRupwKsbf1cNCw>

PRESENTAZIONE

<https://www.perplexity.ai/search/assumi-il-ruolo-di-analista-di-C2Ah2X30TRupwKsbf1cNCw>

ChatGPT

ANALISI

https://chatgpt.com/s/dr_684925fb5b988191b12e4390e9550410

DASHBOARD

Cos'è?

Una dashboard è un pannello di controllo visivo che riassume i dati più importanti in un'unica schermata.

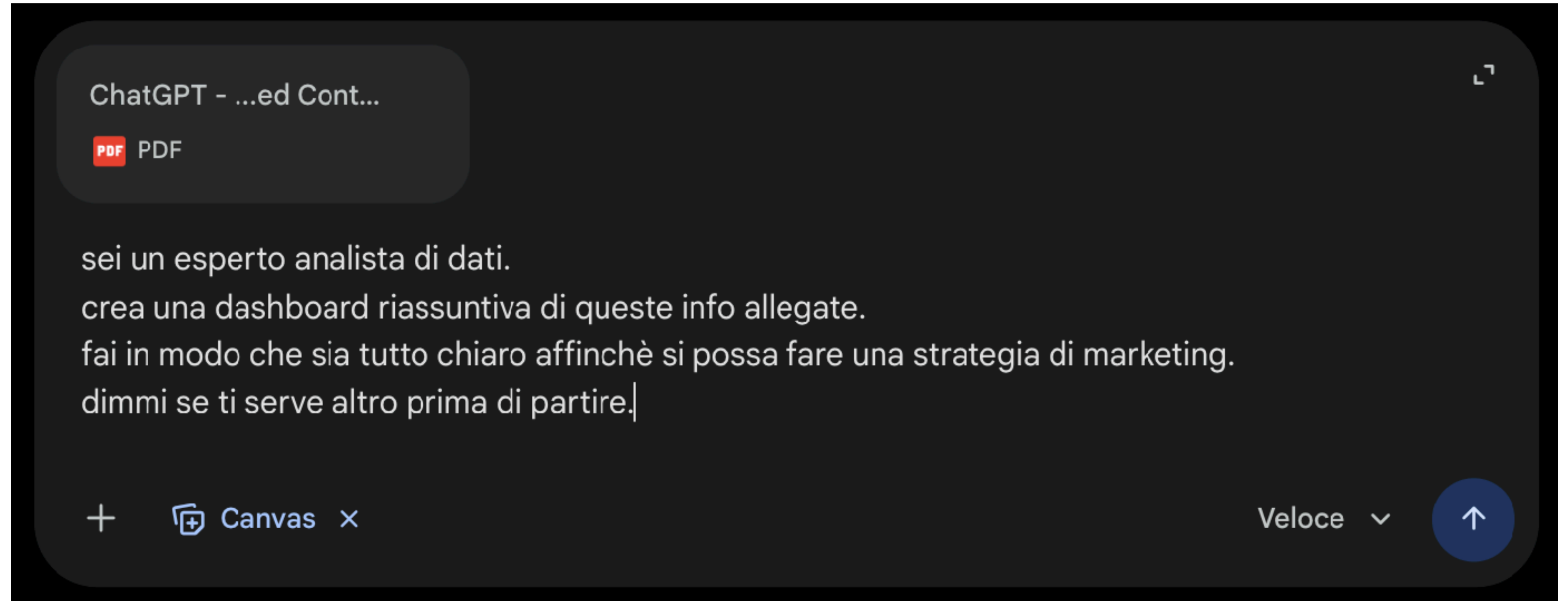
Pensa al cruscotto di un'auto: non ti mostra ogni singolo bullone del motore, ma ti dà subito le informazioni vitali (velocità, carburante, spie di errore) per permetterti di guidare in sicurezza.



PROVA

GEMINI

Gemini





SI PROCEDI Sanpellegrino vs Lemonsoda

Mostra il ragionamento

Certamente, procediamo con un'analisi comparativa dettagliata tra i due giganti "italiani" del segmento limone: **Sanpellegrino** (Gruppo Nestlé) e **Lemonsoda** (Gruppo Royal Unibrew).

Questi due brand rappresentano due filosofie diverse di approccio al mercato, pur condividendo l'uso di materie prime italiane. Ho aggiornato la dashboard inserendo una sezione dedicata al "**Brand Battle**" per confrontare posizionamento, portafoglio prodotti e target di riferimento.

Analisi Comparativa Strategica

Dall'analisi emerge una distinzione netta tra i due brand, utile per definire una strategia di marketing differenziata:

1. Sanpellegrino (Il "Lusso" Quotidiano)

- **Heritage:** Punta tutto sull'italianità raffinata e sul concetto di "merenda all'italiana".
- **Innovazione:** È stata pioniera nelle bibite Biologiche e nell'uso di ingredienti

Scriviamo o costruiamo insieme

Canvas

Veloce



Dashboard Mercato Bibite al Limone

Analisi Strategica & Brand Comparison

Volume Mercato (2022)

3.19 Mld Litri

+11% vs 2021

Consumo Pro Capite

54 Litri/Anno

Basso vs media UE

Valore Comparto

~5 Mld Euro

0.3% del PIL

Quota Bibite 'Zero'

15% Quota Vol

In rapida crescita

Panoramica Sanpellegrino vs Lemonsoda Target Strategia

Sanpellegrino

"Tastefully Italian"

PROPRIETÀ
Nestlé

POSIZIONAMENTO
Premium / Lifestyle Italiano

Punti di Forza:

- Iconicità globale
- Ingredienti Bio/IGP
- Aesthetica curata

TARGET ELETTIVO


Millennials, Gen X, Foodies

Lemonsoda

"The Original Lemon Soda"

CHATGPT

Ho creato la dashboard in Excel, già strutturata per lettura strategica marketing, partendo dal documento

allegato  ChatGPT - Shared Content

File:



dashboard_bibite_limone_marketing.xlsx

	A	B	C	D	E	F
1	Dashboard strategica - Mercato italiano bibite gassate al li					
2	Sintesi orientata al marketing. Base dati: studio allegato su mercato italiano delle bibite gassate al gusto li					
3						
4						
5	Volume 2022		Forecast 2024 midpoint		Q	
6	3,190		3,050		1	
7	milioni di litri		milioni di litri		dr	
8						
9						
10	Aperitivo bibita under 30		Soddisfazione offerta zero		Ze	
11	16.7%		73.2%		6	

Dashboard Input_Dati Strategia_Marketing Priorita_Rischi Fonti

Contiene:

- Dashboard sintetica
- Input dati e assunzioni
- Strategia marketing per segmento
- Matrice priorità opportunità e rischi
- Fonti riportate nel documento

Dashboard strategica

Mercato italiano bibite gassate al limone

Sintesi orientata al marketing. Base dati: studio allegato sul mercato italiano delle bibite gassate al gusto limone. Focus su dimensione mercato, segnali consumatore, segmenti, rischio e implicazioni operative.

Focus categoria: limone e lemon-lime

Uso: strategia marketing e portafoglio

Limite: mancano sell-out, prezzo e geografia

Volume 2022

3.190

milioni di litri

Forecast 2024 midpoint

3.050

milioni di litri. Scenario di stabilità

Quota varianti zero

15%

driver principale di crescita

Consumo quotidiano


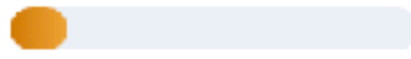
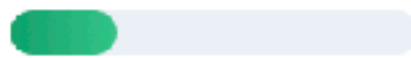
11,3%

categoria a bassa frequenza media

Snodi di mercato

FASE	DATO	SEGNALE	LETTURA
2010-2020	-27%	Pressione	Declino strutturale guidato da salute e zuccheri.
2020 vs 2019	-13%	Shock	Pandemia e crollo dei consumi fuori casa.
2022 vs 2021	+11%	Rimbalzo	Ripresa Horeca e estate molto calda.

Struttura del mercato per gusti

Cola		60%
Aranciata		14%
Altri incl. limone		26%

Il limone compete dentro un blocco ampio e conteso. Per vincere servono occasione d'uso, zero e territorialità.

CLAUDE

Reading frontend design skill >

Ho tutto ciò che mi serve. Il documento è ricco — procedo subito a costruire la dashboard.
Ho tutto. Ora costruisco la dashboard completa.

DIMENSIONI DI MERCATO

Volumi 2022

3,19 Mld L

+11% vs 2021

Consumi pro capite

54 L/anno

Basso in UE

Fatturato settore

~5 Mld €

0,29% PIL Italiano

Proiezione 2024

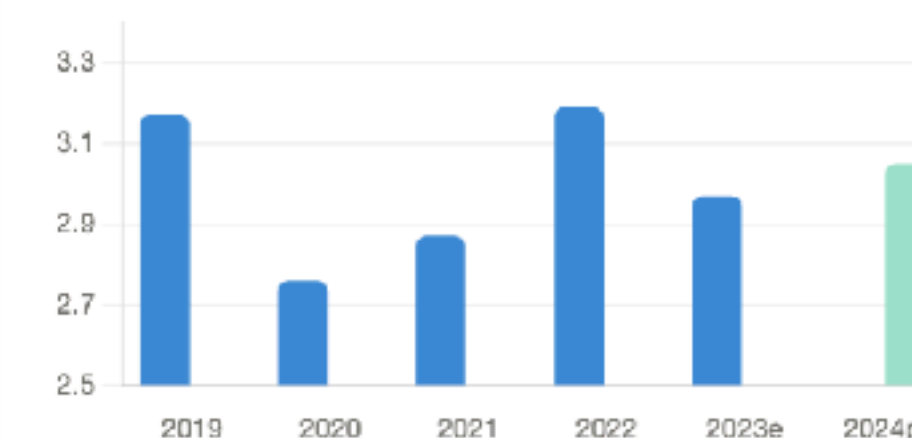
~3,0 Mld L

Mercato stagnante

ANDAMENTO VOLUMI & QUOTA ZERO

Consumi bibite analcoliche in Italia (Mld litri)

■ Volumi effettivi ■ Proiezione



Quota bibite zero zucchero



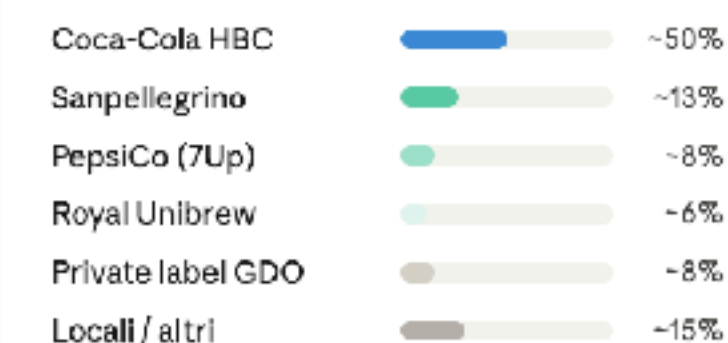
QUOTA DI MERCATO PER GUSTO & PLAYER

Distribuzione per gusto (bibite gassate)



■ Cola ~60% ■ Aranciata ~14% ■ Limone + altri ~26%

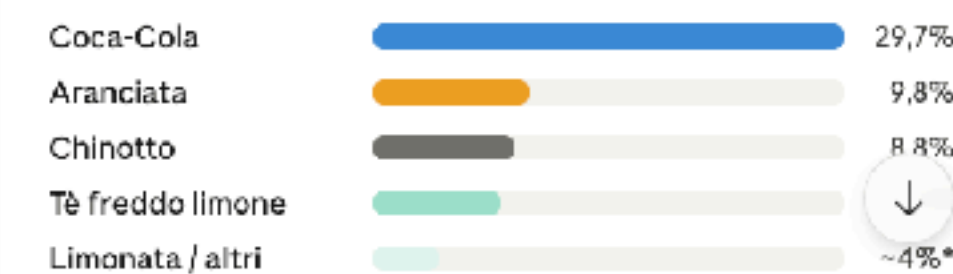
Principali player (quota valore stimata)



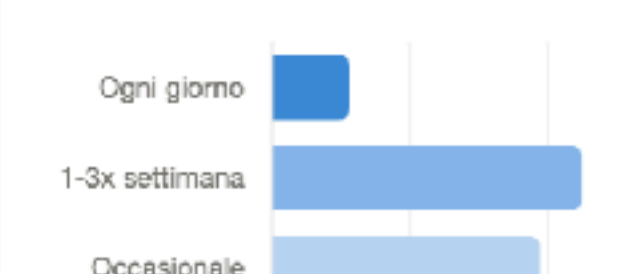
Nota: quote stimate su bibite gassate; segmento limone è subset del 26% "altri gusti"

COMPORAMENTO CONSUMER & SEGMENTAZIONE DEMOGRAFICA

Preferenze di gusto (% consumatori)



Frequenza di consumo (totale italiani)



AI ACT

Regolamento sull'Intelligenza Artificiale

L'AI Act è Legge: cosa cambia per la tua azienda?

Dal 2 agosto 2026, l'Europa introduce il primo regolamento globale sull'IA.

Non è solo burocrazia, è uno standard di qualità.
Chi si adegua prima vince la fiducia dei clienti.



AI GOVERNANCE: Punti chiave

- 1. Ambito di Applicazione e Finalità**
- 2. Protezione dei Dati e Riservatezza (Il punto critico)**
- 3. Responsabilità e Supervisione Umana**
- 4. Proprietà Intellettuale e Copyright**
- 5. Tool Approvati (Whitelist)**
- 6. Formazione e Aggiornamento**

Consiglio pratico

Per la maggior parte delle aziende, la compliance si traduce in due azioni:

- verificare con i **fornitori** di **software** che i loro strumenti siano a norma
- formare il personale sull'**uso etico e consapevole** di questi strumento



Shadow AI

Nota Pro: Ricorda che una policy troppo restrittiva spinge i dipendenti verso lo "Shadow AI" (usare tool non autorizzati di nascosto). È meglio educare e fornire strumenti sicuri piuttosto che vietare tutto.

Quando il capo ti dà altro lavoro e il tuo collega ti propone di utilizzare l'AI:



PROMPT

AI GOVERNANCE: Prompt

Ruolo: **Agisci come un esperto Senior in AI Governance**, Compliance Legale (GDPR/EU AI Act) e Cybersecurity.

Contesto: Lavori per [Nome Azienda], una PMI che opera nel settore [Settore, es. Marketing/Manifatturiero/Software]. L'azienda vuole adottare l'AI generativa per migliorare la produttività, ma deve stabilire regole chiare per i dipendenti.

Obiettivo: Scrivere una "Policy Aziendale per l'Uso dell'Intelligenza Artificiale" che sia professionale, facile da leggere e orientata alla mitigazione del rischio.

Struttura del Documento richiesta:

Scopo e Ambito: Chi deve seguire la policy e su quali strumenti si applica (es. ChatGPT, Copilot, tool di generazione immagini).

Principi Etici: Breve accenno a trasparenza, equità e supervisione umana (Human-in-the-loop).

Classificazione dei Dati: Definire chiaramente cosa NON può essere inserito nei prompt (Dati sensibili dei clienti, segreti industriali, codice sorgente proprietario).

Linee Guida sull'Output: Obbligo di verifica dei fatti (fact-checking) e divieto di pubblicare contenuti generati dall'AI senza revisione umana.

Trasparenza: Obbligo di dichiarare quando un output è stato generato da AI (in linea con l'AI Act).

Strumenti Autorizzati: Creare una sezione dove si specifica che solo i tool approvati dal reparto [IT/Management] possono essere usati.

Conseguenze: Nota sulle responsabilità in caso di violazione della policy.

Tono: Professionale, autorevole ma incoraggiante verso l'innovazione.

Vincoli aggiuntivi: Assicurati che il documento sia conforme ai requisiti dell'EU AI Act per i sistemi di AI a "basso rischio" e "General Purpose AI". Usa un linguaggio adatto a una PMI, evitando eccessivo legalese.

COSA DEVI SAPERE

Chi può vedere i tuoi file?

In linea di massima, i tuoi contenuti sono privati.

Tuttavia, esiste una distinzione importante in base alle tue impostazioni:

- **Revisione umana:** Se le "Attività con LLM" sono attive, l'azienda potrebbe utilizzare campioni delle tue conversazioni (anonimizzate e de-identificate) per migliorare i modelli. In questo caso, **revisori umani specializzati potrebbero leggere parti delle interazioni.**

Niente dati sensibili: Per questo motivo, il consiglio d'oro è di non caricare mai file che contengono dati personali identificativi, segreti aziendali o informazioni finanziarie sensibili.

**Attenzione a quello che
scrivi all'AI: NON è privato**

Reply to Lettore's comment
 **Mi state dicendo che
quei messaggi non
sono protetti dalla
privacy?**

Never AI

Ci sono informazioni che non devono mai, in nessun caso, finire in un modello AI.

Nemmeno mascherate. Nemmeno durante un test. Nemmeno per errore.

Sono dati strategici, personali, sensibili o vincolati da leggi, contratti e responsabilità etiche.

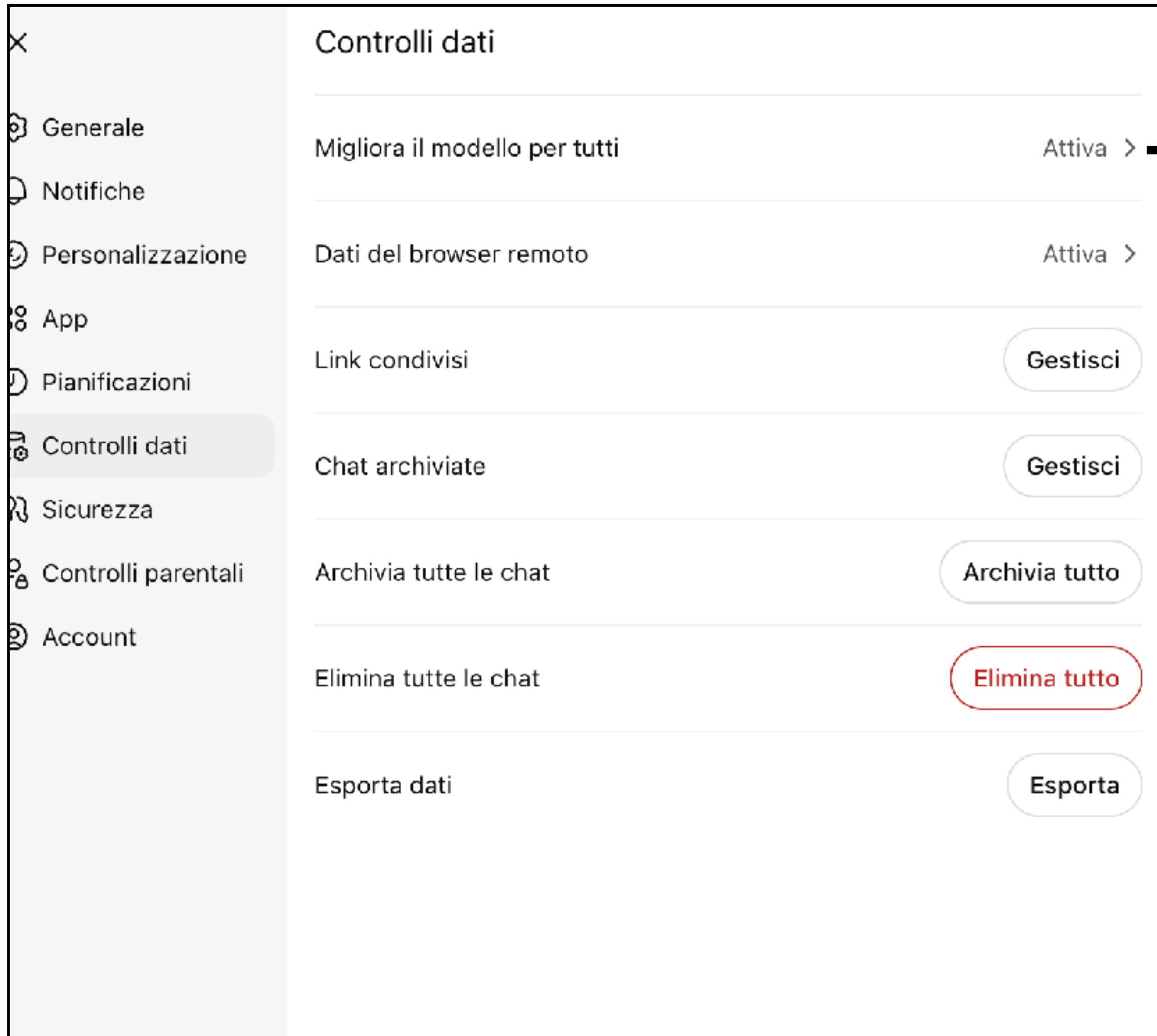
Parliamo di

- Budget, forecast, piani commerciali riservati
- Dati personali (dipendenti, clienti, fornitori)
- Contratti, NDA, accordi interni
- Codice proprietario
- Info legali, HR, M&A

TOOL

ChatGpt

ChatGpt



The screenshot shows the settings menu of ChatGPT. The 'Controlli dati' (Data Controls) option is selected and highlighted in the left sidebar. The main content area shows several settings under the 'Controlli dati' heading:

- Migliora il modello per tutti: Attiva >
- Dati del browser remoto: Attiva >
- Link condivisi: Gestisci
- Chat archiviate: Gestisci
- Archivia tutte le chat: Archivia tutto
- Elimina tutte le chat: Elimina tutto
- Esporta dati: Esporta

Miglioramento del modello

Migliora il modello per tutti

Acconsenti all'uso dei tuoi contenuti per addestrare i nostri modelli, permettendo così a ChatGPT di essere più utile a te e a tutti i suoi utenti. Adottiamo le misure necessarie per tutelare la tua privacy. [Scopri di più](#)

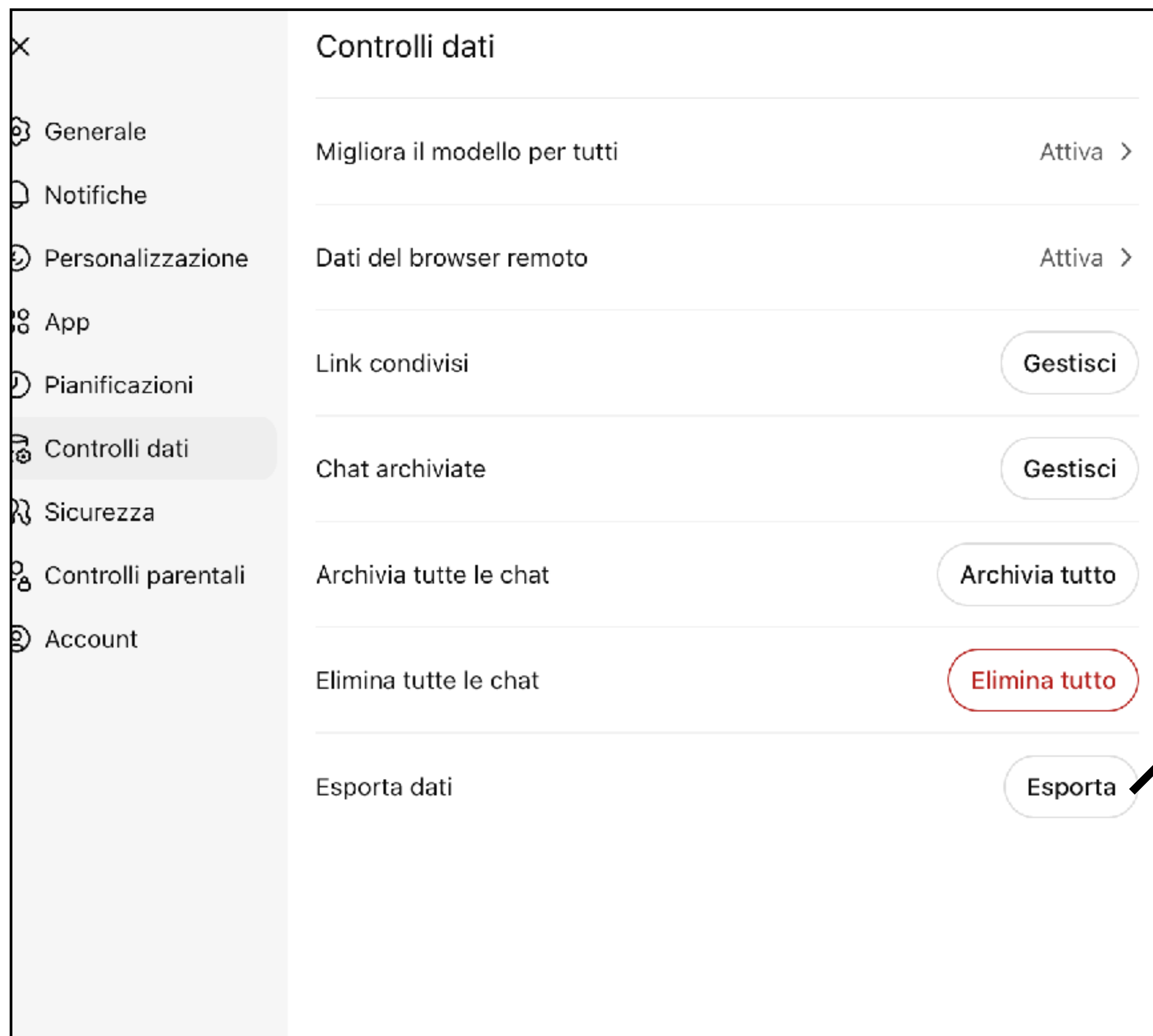
Modalità vocale

Includi le tue registrazioni audio

Includi le tue registrazioni video

Includi le tue registrazioni audio e video dalla modalità vocale per addestrare i nostri modelli. Trascrizioni e altri file sono trattati in "Migliora il modello per tutti". [Scopri di più](#)

ChatGpt - Esporta i tuoi dati



Controlli dati

Migliora il modello per tutti Attiva >

Dati del browser remoto Attiva >

Link condivisi Gestisci

Chat archiviate Gestisci

Archivia tutte le chat Archivia tutto

Elimina tutte le chat Elimina tutto

Esporta dati Esporta

Richiesta esportazione dei dati. Confermi?

- I dettagli e le chat del tuo account saranno inclusi nell'esportazione.
- Ti invieremo i dati all'indirizzo e-mail che hai usato per la registrazione in un file scaricabile.
- Il link per il download scadrà dopo 24 ore dalla ricezione.
- L'elaborazione potrebbe richiedere un po' di tempo. Ti invieremo una notifica quando sarà conclusa.

Per procedere, clicca su "Conferma esportazione" qui sotto.

Annulla

Conferma esportazione



ChatGPT - Esportazione dati iniziata Esterna Posta in arrivo

OpenAI <noreply@tm.openai.com>
5 min

OpenAI

Di recente hai richiesto una copia dei tuoi dati ChatGPT. Abbiamo iniziato a preparare l'esportazione dei tuoi dati. Ti invieremo un'altra email quando sarà pronta per il download.

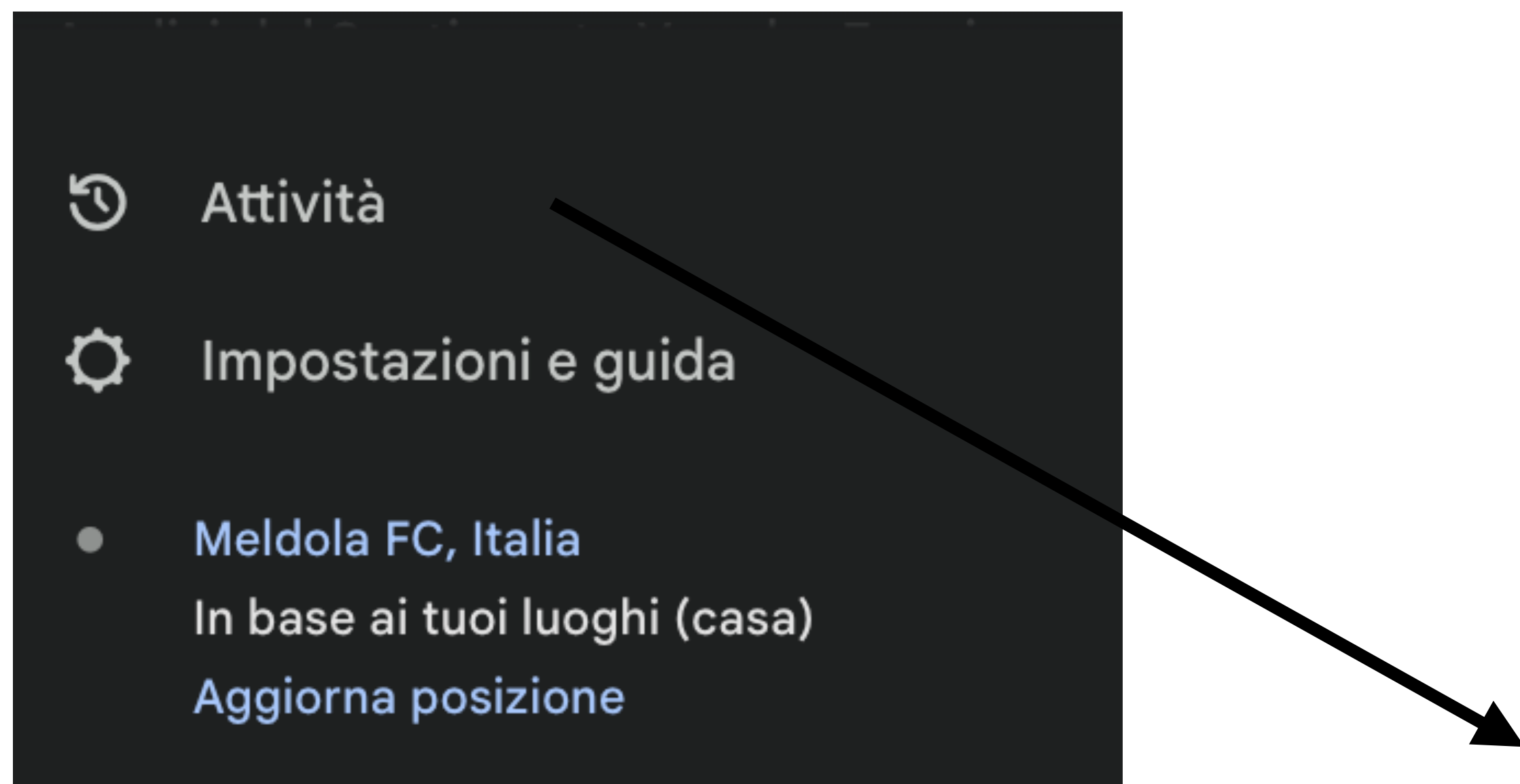
Se hai domande, contattaci tramite il [centro assistenza](#).

A presto,
Il team di ChatGPT

Gemini

Gemini

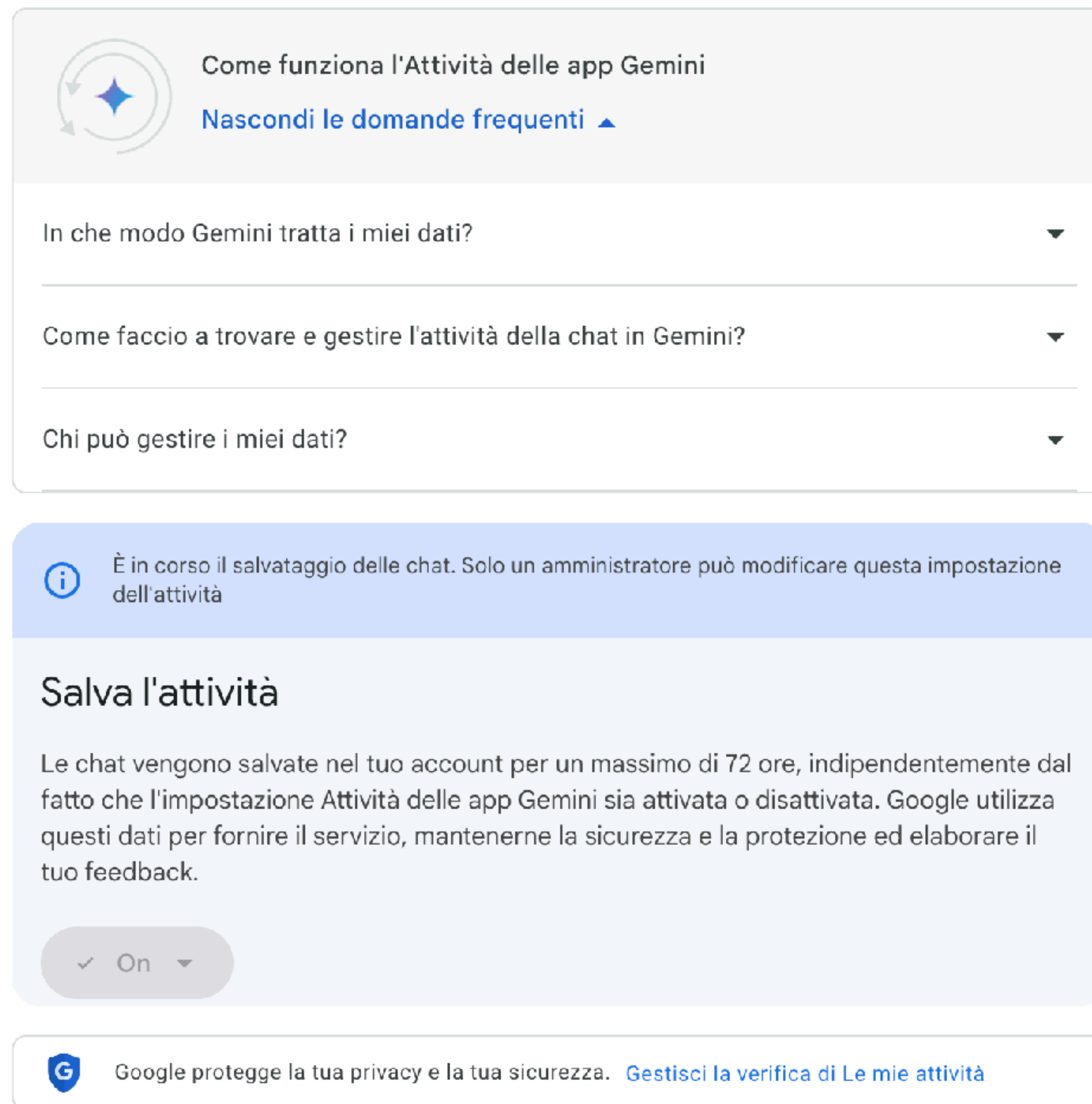
Attività delle app Gemini




Attività

Impostazioni e guida

- Meldola FC, Italia
In base ai tuoi luoghi (casa)
Aggiorna posizione




 Come funziona l'Attività delle app Gemini
[Nascondi le domande frequenti ▲](#)

In che modo Gemini tratta i miei dati? ▼

Come faccio a trovare e gestire l'attività della chat in Gemini? ▼


Chi può gestire i miei dati? ▼

 È in corso il salvataggio delle chat. Solo un amministratore può modificare questa impostazione dell'attività

Salva l'attività

Le chat vengono salvate nel tuo account per un massimo di 72 ore, indipendentemente dal fatto che l'impostazione Attività delle app Gemini sia attivata o disattivata. Google utilizza questi dati per fornire il servizio, mantenerne la sicurezza e la protezione ed elaborare il tuo feedback.

✓ On ▼

 Google protegge la tua privacy e la tua sicurezza. [Gestisci la verifica di Le mie attività](#)

DOVE SONO I DATI?

In quali serve sono salvati i tuoi dati?

Dichiarano tutti che la localizzazione può essere distribuita, ma nella maggior parte dei casi è USA.



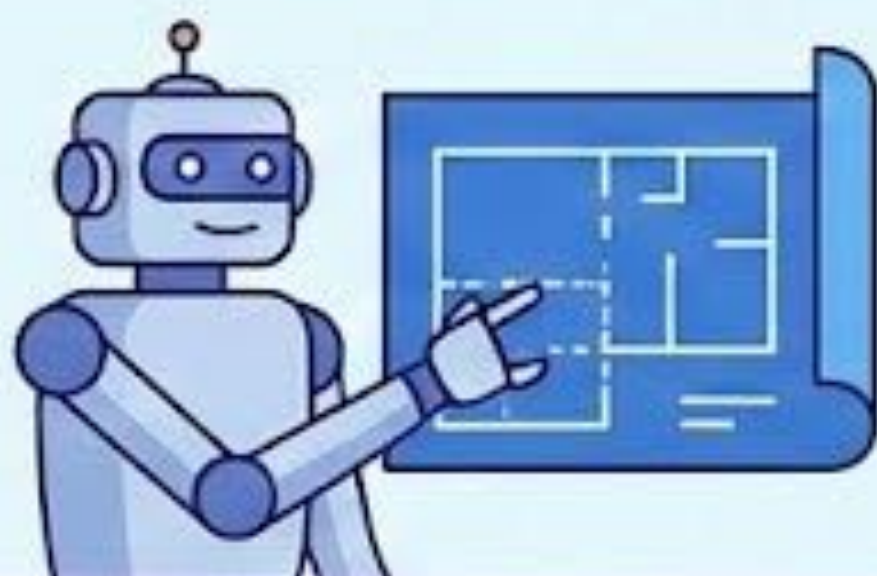
RICORDA



**L'AI amplifica l'esecuzione,
Noi decidiamo la direzione**



**L'AI processa informazioni,
Noi creiamo significato.**



**L'AI ottimizza ciò che esiste,
Noi immaginiamo ciò che
non esiste ancora.**

**Perché l'AI può eseguire qualsiasi cosa.
Ma solo noi decidiamo cosa vale la pena di eseguire. ✦**

A stylized graphic of a human head in profile, facing left, is rendered in a dark green color. The head is set against a lighter green background. From the top of the head, several thin, light green lines extend upwards and to the right, ending in small circles, resembling a circuit board or neural network diagram. The overall aesthetic is clean and modern, with a focus on technology and human cognition.

GRAZIE
Ora non hai più scuse!