



Luca
Recchia
Marketing Strategist
AI Prompt Designer
Innovation Manager UNI11814

Analisi tono voce e strategia

 Analisi tono voce e strategia: decostruisci come comunicano i competitor

Quando analizzi competitor osservi i messaggi ma ignori il tono
Nel modulo precedente hai decostruito cosa competitor comunicano: strategia, copy, creatività, target.

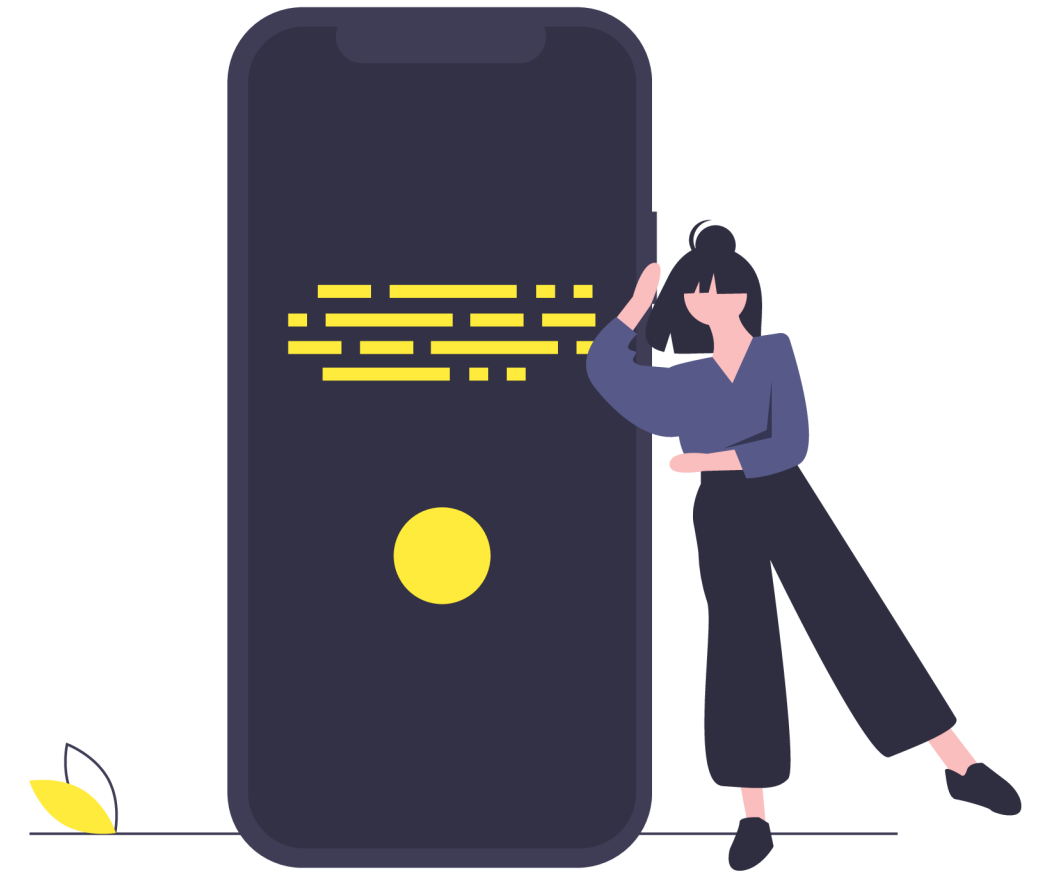
Sapere cosa dicono non basta, perché manca la dimensione del come lo dicono.

Due competitor comunicano lo stesso messaggio con toni completamente diversi: uno adotta un registro formale e distaccato, l'altro usa un approccio colloquiale e amichevole.

Il tono è il modo in cui il brand parla, il registro linguistico che sceglie, i valori che traspaiono, le leve psicologiche che attiva.

Quando ignori il tono perdi la dimensione che crea riconoscibilità e connessione emotiva con il target.

IL TONO DI VOCE RENDE UN BRAND RICONOSCIBILE E DISTINTIVO





Tono voce vs contenuto: perché il tono è strategico

Come dici qualcosa conta quanto cosa dici per differenziarti

Il contenuto veicola il messaggio razionale: caratteristiche del prodotto, benefici promessi, dettagli dell'offerta.

Il tono gestisce la dimensione emotiva: determina come fai sentire il target, quali emozioni attivi, quale connessione crei.

Prendiamo due brand tech che comunicano entrambi "velocità". Il primo usa un tono aspirazionale ("potenza che trasforma il tuo workflow"), il secondo un tono pratico e concreto ("risparmia 3 ore al giorno con automazioni").

Stesso contenuto, toni opposti, target diversi attratti da ciascuno.

Il tono rivela i valori del brand, il posizionamento scelto, l'archetipo sottostante.

- Contenuto: cosa comunichi (razionale)
- Tono: come lo comunichi (emotivo)

IL TONO CREA DIFFERENZIAZIONE DOVE IL CONTENUTO È COMMODITIZZATO



Decostruzione sistematica multi-dimensionale

Dall'impressione vaga all'analisi strutturata su 10 dimensioni

L'analisi decostruisce contenuti in dimensioni specifiche.

Identità e posizionamento percepiti dal testo.

Target implicito a chi sembra rivolgersi realmente il messaggio.

Obiettivo/azione implicita cosa vuole che tu faccia dopo aver letto.

Tono di voce effettivo formale/informale, tecnico/accessibile...

Valori comunicati cosa sta enfatizzando il brand.

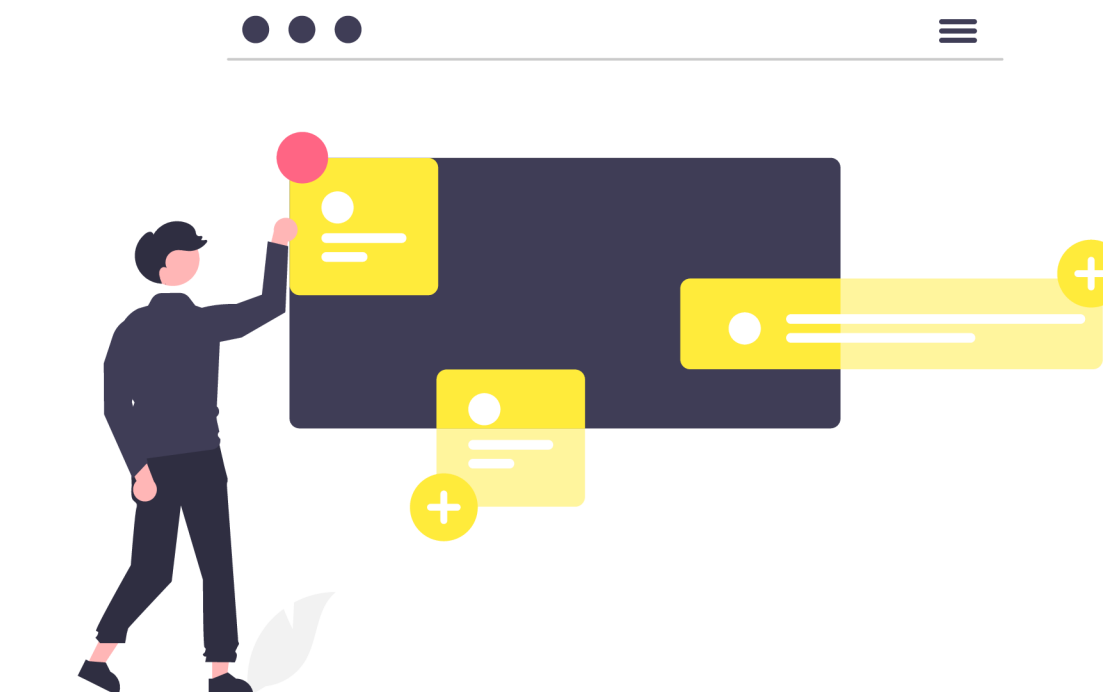
Leve persuasive: reciprocità, impegno/coerenza, riprova sociale, autorità, simpatia, scarsità.

Bias cognitivi attivati avversione alla perdita, ancoraggio, framing, dotazione.

Registro linguistico livello di formalità e complessità.

Fase funnel implicita (TOFU/MOFU/BOFU) identificata da tono, call-to-action, profondità contenuto.

OGNI DIMENSIONE RIVELA ASPETTI STRATEGICI DELLA COMUNICAZIONE BRAND





Luca
Recchia
Marketing Strategist
AI Prompt Designer
Innovation Manager UNI11814



La biforcazione strategica: analisi propria vs competitor

Due percorsi, due output diversi per obiettivi opposti

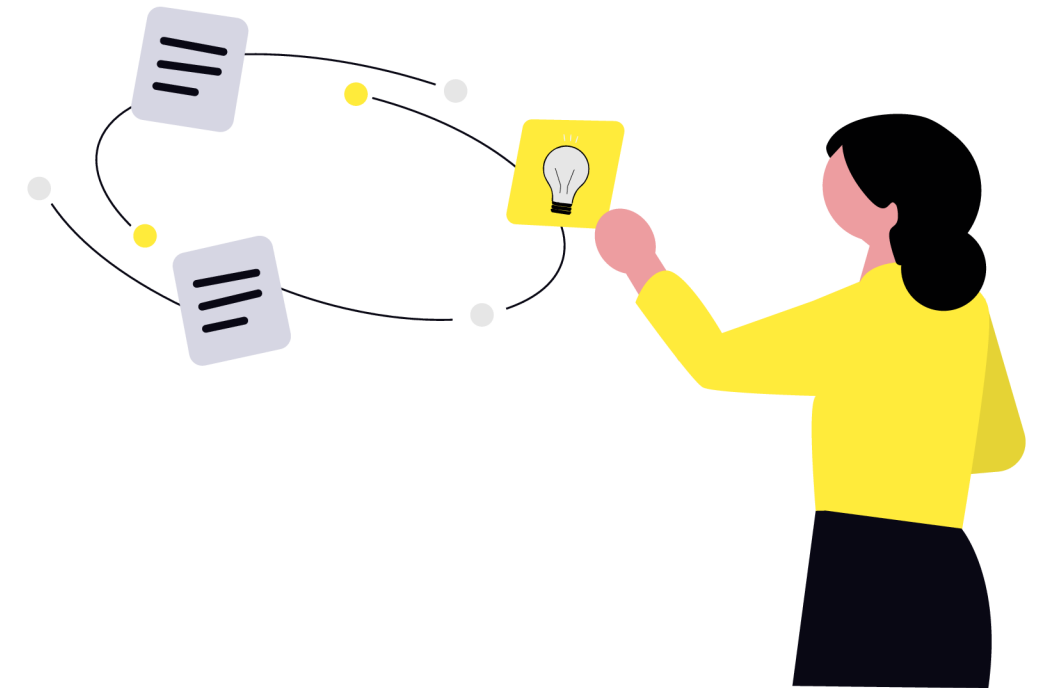
Il sistema non offre un'analisi unica. Il prompt inizia chiedendo se vuoi analizzare un tuo testo o un testo di un competitor.

ANALISI TESTO PROPRIO: Verifica l'allineamento tra intenzione dichiarata e esecuzione effettiva, identifica gap tra come vuoi comunicare e come comunichi realmente, migliora la coerenza tra strategia e tono.

ANALISI TESTO COMPETITOR: Identifica errori comunicativi che puoi sfruttare, trova spazi vuoti nel tono di voce presidiato, definisce angoli di differenziazione emotiva.

La scelta iniziale determina il flusso della conversazione e il formato dell'output finale.

LA BIFORCAZIONE INIZIALE ORIENTA L'ANALISI VERSO ALLINEAMENTO O VANTAGGIO COMPETITIVO



Scenario prima, testo dopo: la logica del prompt

Raccogli contesto strategico completo prima di analizzare

Dopo aver scelto il tipo di analisi, il sistema raccoglie lo scenario operativo completo: mercato di riferimento, target, obiettivo, altre informazioni rilevanti.

L'AI pone poi 3-4 domande emergenti adattive, costruite su ciò che hai già condiviso, non domande generiche ma specifiche sui gap informativi.

Se menzioni un target generico, chiede caratteristiche psicografiche e comportamentali; se l'obiettivo è vago, chiede l'azione concreta desiderata; se manca il posizionamento, chiede la percezione voluta.

Limite massimo 5 domande totali per non rallentare il processo.

Solo quando ha raccolto mercato, target dettagliato, obiettivo specifico e posizionamento desiderato, passa al testo.

**RACCOGLIERE LO SCENARIO PRIMA PERMETTE DI CONFRONTARE
INTENZIONE VS ESECUZIONE**





Luca
Recchia
Marketing Strategist
AI Prompt Designer
Innovation Manager UNI11814

! Gli errori che rendono l'analisi tono inutile

Quando valuti la superficie senza struttura analitica

ERRORE 1: ANALISI IMPRESSIONISTICA - Valuti il tono con impressioni generiche tipo "sembra professionale" senza identificare leve e bias specifici attivati.

ERRORE 2: IGNORARE COERENZA - Analizzi un singolo contenuto senza verificare l'allineamento cross-canale e temporale.

ERRORE 3: NON CONTESTUALIZZARE - Valuti il tono in astratto senza considerare l'adeguatezza a target, obiettivi, valori brand.

ERRORE 4: CONFONDERE PROPRIO E COMPETITOR - Usi lo stesso approccio per verificare il tuo allineamento e per trovare gap competitivi da sfruttare.

L'ERRORE PIÙ COMUNE È DIRE "BEL TONO" SENZA CAPIRE SE FUNZIONA PER QUEL BRAND E QUEL TARGET





Luca
Recchia
Marketing Strategist
AI Prompt Designer
Innovation Manager UNI11814



Dal giudizio soggettivo al sistema AI strutturato

L'analisi del tono resa sistematica e ripetibile

Analizzare manualmente il tono su 10 dimensioni richiede competenze linguistiche e psicologiche avanzate, i bias personali influenzano il giudizio, il processo non è scalabile.

L'AI analizza sistematicamente ogni dimensione con criteri costanti generando report strutturati.

Il prompt guida attraverso la raccolta di scenario e contesto, la decostruzione sistematica su tutte le dimensioni, il confronto tra risultati e scenario dichiarato, l'output differenziato per tipo di analisi.

L'output mostra come il brand comunica realmente e cosa puoi fare con questa informazione.

**L'AI TRASFORMA IL GIUDIZIO SOGGETTIVO IN ANALISI
STRUTTURATA RIPETIBILE**



ChatGPT

Gemini



Claude



Luca
Recchia
Marketing Strategist
AI Prompt Designer
Innovation Manager UNI11814



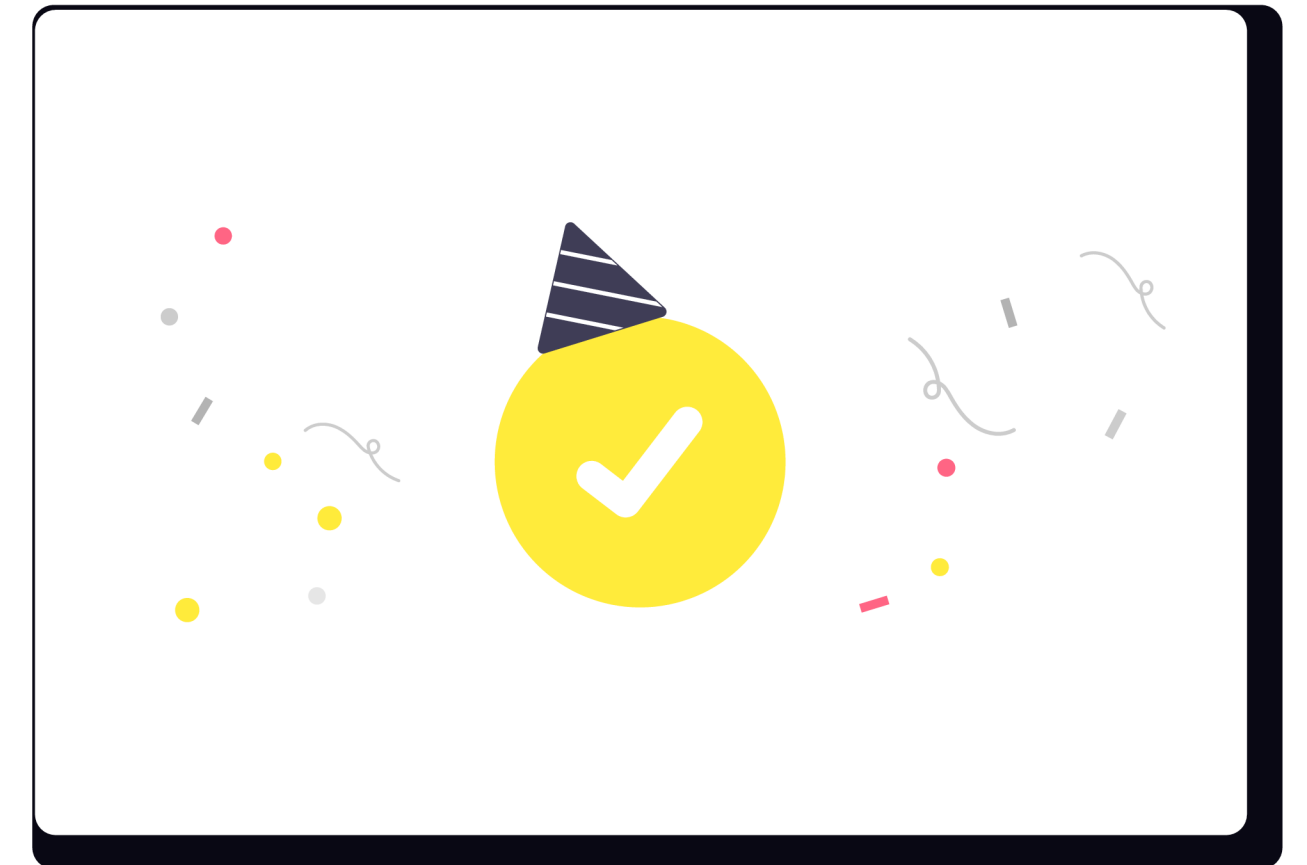
Dal tono inconsapevole alla voce brand strategica differenziata

Framework + Prompt + AI = Analisi sistematica tono voce e strategia

Il tuo arsenale completo:

1. Biforcazione strategica per output orientati ad allineamento o vantaggio competitivo
2. Sistema multi-dimensionale: identità, target, obiettivo, tono, valori, leve, bias, registro, funnel)
3. Raccolta scenario contestuale con domande emergenti adattive
4. Decostruzione comparativa confronto sistematico tra scenario dichiarato e comunicazione effettiva
5. Output differenziato operativo relazione con consigli o opportunità tattiche (competitor)

DA OGGI ANALIZZI COME I COMPETITOR COMUNICANO NON SOLO COSA COMUNICANO





Luca
Recchia
Marketing Strategist
AI Prompt Designer
Innovation Manager UNI11814



GRAZIE!