



Luca  
Recchia  
Marketing Strategist  
AI Prompt Designer  
Innovation Manager UNI11814



# Il problema: analizzare brand ignorando il pubblico

Quando fai analisi di mercato ti concentri su cosa comunicano i brand: ads competitor, messaggi strategici, posizionamento.

Ma c'è un intero universo che stai ignorando: cosa dicono le PERSONE.

Commenti sotto i post, recensioni Google, thread Reddit, domande nei forum. Lì trovi pain points reali, obiezioni non risolte, linguaggio spontaneo del target.

Il problema è che questi dati sono dispersi e non strutturati. Senza metodo finisci per cercare solo conferme a ciò che già pensi.

**GUARDARE I BRAND SENZA ASCOLTARE GLI UTENTI È  
STRATEGIA A METÀ**





Luca  
Recchia  
Marketing Strategist  
AI Prompt Designer  
Innovation Manager UNI11814



# Brand intelligence vs customer intelligence

Due fonti complementari di intelligence di mercato.

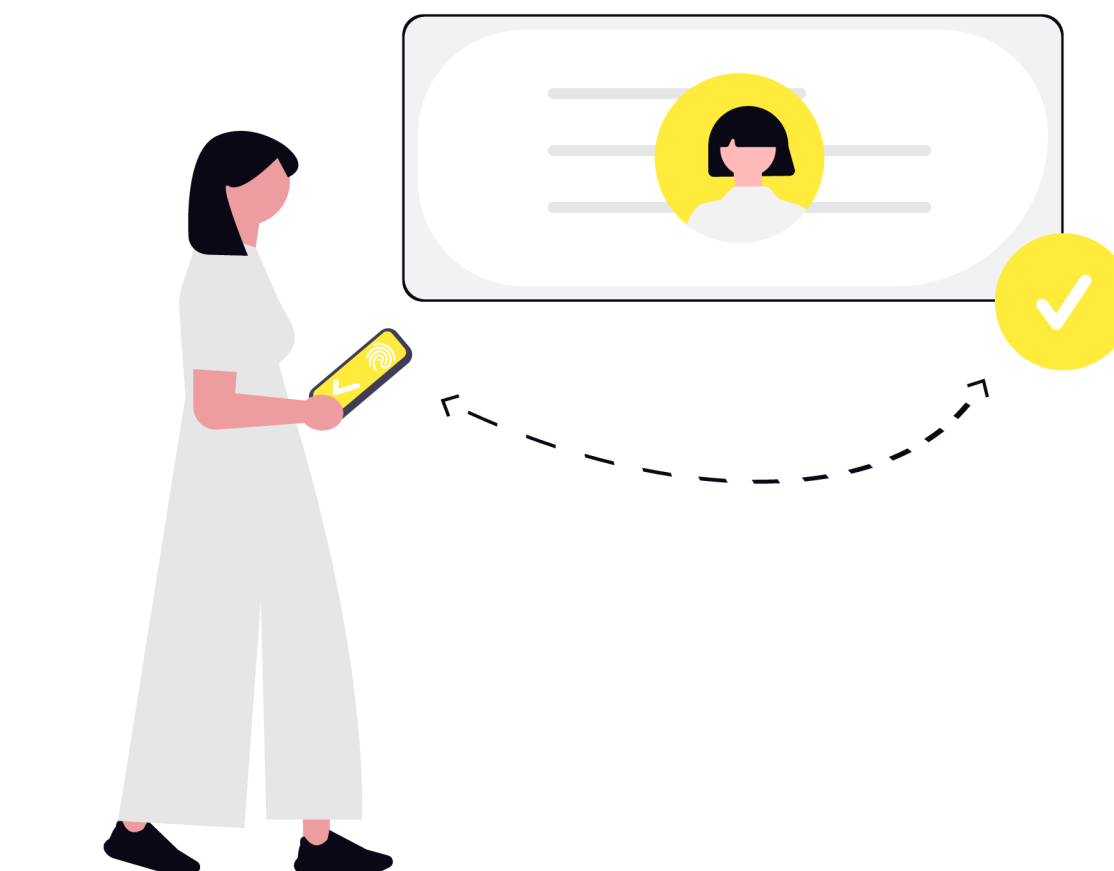
**BRAND INTELLIGENCE:** cosa comunicano i competitor, come si posizionano, quali messaggi usano.

**CUSTOMER INTELLIGENCE:** cosa chiedono gli utenti, quali problemi hanno, quale linguaggio usano spontaneamente.

**La differenza è radicale.**

I brand ottimizzano ogni parola, gli utenti esprimono pensieri autentici. I brand promettono, gli utenti raccontano cosa ricevono davvero.

**LE CONVERSAZIONI RIVELANO GAP TRA PROMESSE E PERCEZIONI REALI**



# Il framework: da conversazioni sparse a intelligence

Due fonti complementari di intelligence di mercato.

Analizzare commenti senza metodo produce impressioni, non dati. Serve un sistema che trasformi opinioni in intelligence quantificata.

**FASE 1: RACCOLTA CONTESTO** — Fonte, brand, obiettivo, periodo, numerosità.

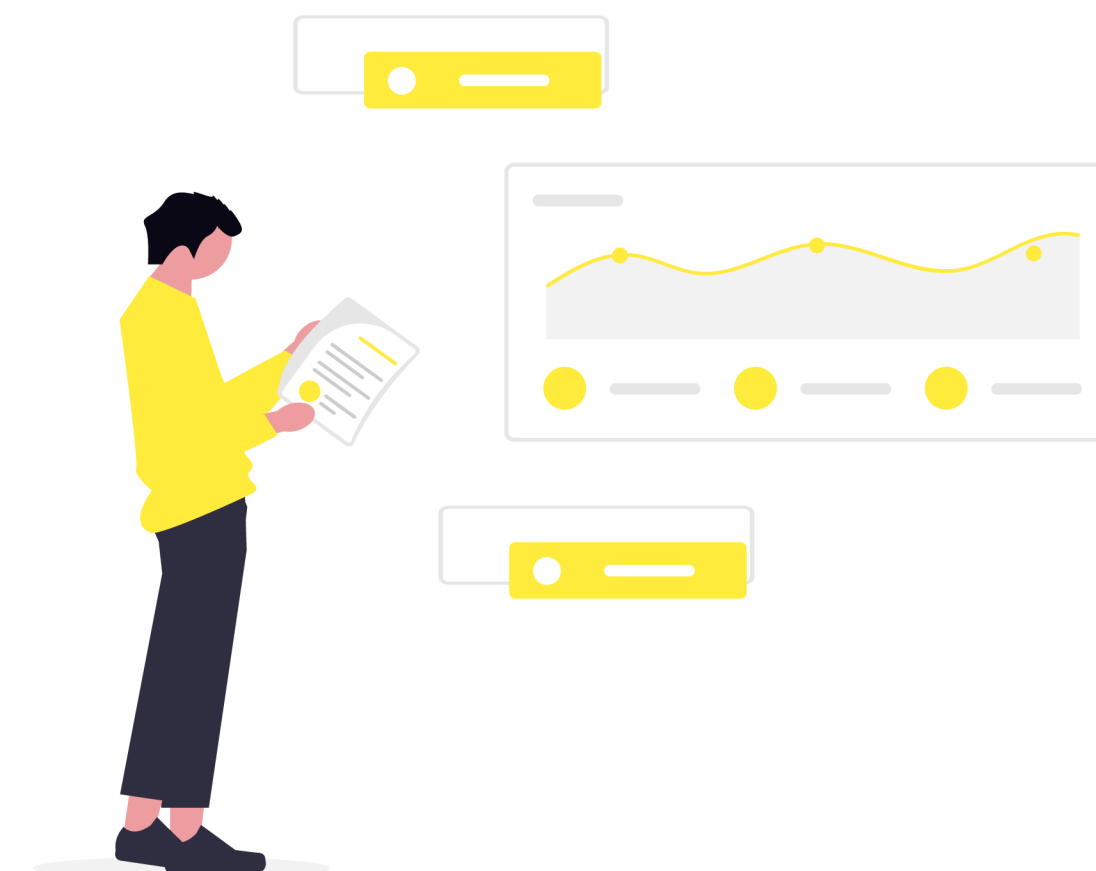
**FASE 2: VALIDAZIONE CAMPIONE** — Verifica soglie minime statistiche per tipo analisi.

**FASE 3: ANALISI SENTIMENT** — Classifica positivi, negativi, neutri + temi ricorrenti.

**FASE 4: REPORT QUANTIFICATO** — Output strutturato in 6 sezioni con percentuali e dati.

**FASE 5: ITERAZIONE** — Drill-down, confronti temporali, piani implementazione.

**LE CONVERSAZIONI RIVELANO GAP TRA PROMESSE E PERCEZIONI REALI**



# Cosa rivelano le conversazioni che le ads nascondono

Le ads mostrano la versione migliore, le conversazioni mostrano la realtà.

Esempio ristorante: le ads dicono "cucina gourmet atmosfera elegante servizio impeccabile".

Analizzi 300 recensioni e scopri: 65% elogia il cibo, 18% lamenta attese di 40 minuti, 12% segnala personale frettoloso, 10% trova il menu poco chiaro.

Ora hai dati azionabili. Il problema non è la cucina ma il servizio in sala.

Devi formare il personale o ripensare i turni, non cambiare chef.

**IL SENTIMENT REALE BATTE LE PROMESSE MARKETING**





Luca  
Recchia  
Marketing Strategist  
AI Prompt Designer  
Innovation Manager UNI11814

# ! I 3 errori che invalidano il monitoring

Raccogliere commenti senza struttura produce bias, non intelligence.

**ERRORE 1: CAMPIONE INSUFFICIENTE** — 20 commenti non bastano. Servono almeno 100 per monitoring brand, 50 per product development. Sotto queste soglie è statistica spazzatura.

**ERRORE 2: CHERRY PICKING** — Selezioni solo conferme a ciò che pensi, ignori segnali scomodi. Questo invalida completamente l'analisi.

**ERRORE 3: SENTIMENT SENZA TEMI** — Conti positivi e negativi ma non classifichi per argomento. Sapere che il 70% è positivo non dice COSA funziona.

**CERCARE CONFERME INVECE DI VERITÀ INVALIDA L'ANALISI**





Luca  
Recchia  
Marketing Strategist  
AI Prompt Designer  
Innovation Manager UNI11814



## Dal monitoring manuale al sistema AI

Raccogliere commenti senza struttura produce bias, non intelligence.

Analizzare manualmente 500 commenti richiede giorni, rischi categorizzazioni inconsistenti, impossibile quantificare con precisione.

L'AI analizza migliaia di commenti in minuti con criteri costanti.

Classifica sentiment per tema automaticamente, quantifica percentuali precise, identifica priorità d'azione, suggerisce strumenti marketing specifici.

**INPUT:** File CSV con commenti raccolti da scraping tool o manualmente.

**OUTPUT:** Report strutturato in 6 sezioni con executive summary, distribuzione sentiment, priorità bilanciate.

**L'AI TRASFORMA MONITORING QUALITATIVO IN INTELLIGENCE  
SCALABILE**



# Il tuo nuovo processo di ascolto

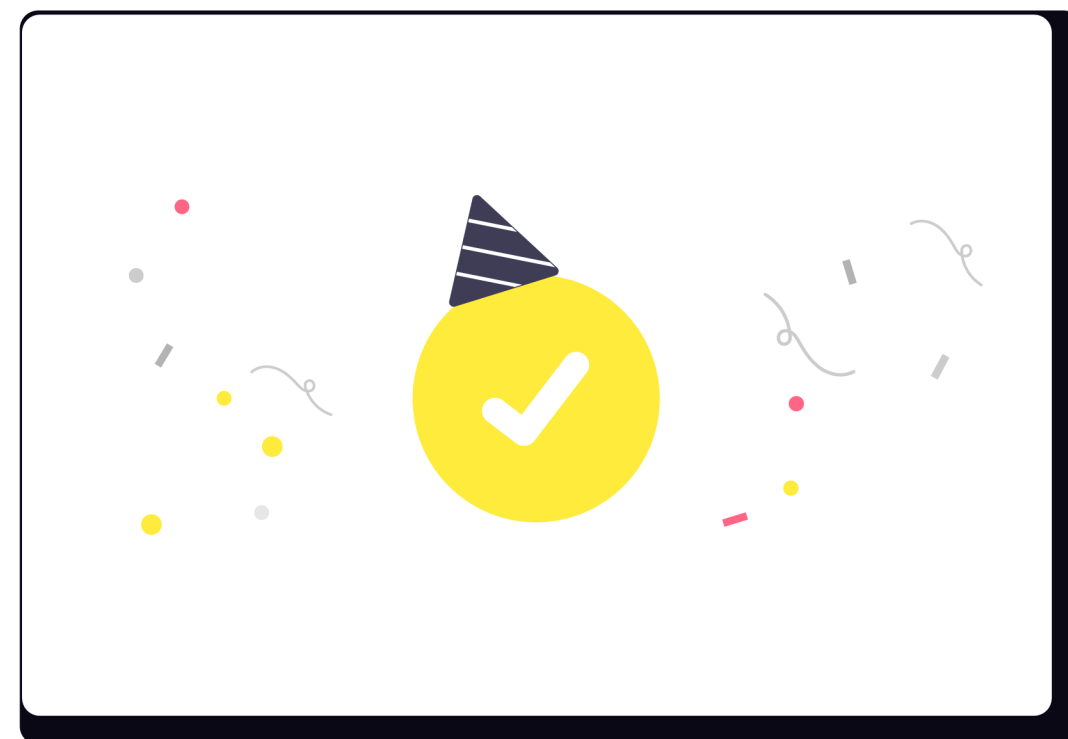
Raccogliere commenti senza struttura produce bias, non intelligence.

La maggior parte delle analisi si ferma a cosa dicono i BRAND. Ma l'altra metà della storia è cosa dicono le PERSONE: commenti pubblici, recensioni spontanee, conversazioni autentiche.

Il tuo arsenale completo:

1. Framework 5 fasi progressive
2. Soglie validazione statistiche per affidabilità
3. AI sentiment analyst con criteri costanti
4. Report quantificato con macro-categorie bilanciate
5. Strumenti marketing ancorati a dati reali
6. Metriche successo e sistema iterativo

**DA OGGI ASCOLTI COSA DICONO GLI UTENTI NON SOLO I BRAND**





Luca  
Recchia  
Marketing Strategist  
AI Prompt Designer  
Innovation Manager UNI11814



**GRAZIE!**