

## Personal Branding con l'AI

*Costruire un'identità professionale distintiva e scalabile attraverso l'intelligenza artificiale*

### **Obiettivi del corso**

Trasformare professionisti e imprenditori in thought leader del loro settore, utilizzando l'AI per creare un sistema di personal branding autentico, consistente e ad alto impatto.

---

### **MODULO 1: Content Strategy - Il Sistema dei Pilastri**

#### **Framework: The Authority Matrix™**

#### **Prompt Master per Content Strategy:**

Sviluppa una content strategy per il mio personal brand.

#### **BACKGROUND:**

- Ruolo: [posizione attuale]
- Expertise: [3 aree di competenza]
- Target audience: [descrizione dettagliata]
- Obiettivi: [cosa vuoi ottenere in 6-12 mesi]
- Competitor/Ispirazioni: [3-5 nomi]

Crea una CONTENT STRATEGY basata su:

#### **1. CONTENT PILLARS (4 pilastri principali)**

Per ogni pilastro definisci:

- Tema centrale
- Sottotemi (5-7 per pilastro)
- Formato preferito (testo, video, carousel, etc.)
- Frequenza pubblicazione
- KPI specifico

#### **2. CONTENT BUCKETS**

- 40% Educational (insegna qualcosa)
- 30% Inspirational (motiva/ispira)
- 20% Personal (dietro le quinte)
- 10% Promotional (CTA soft)

### 3. UNIQUE ANGLE

Cosa rende unica la mia prospettiva?

Come differenziarmi in un mercato saturo?

### 4. CONTENT SERIES

Proponi 3 format ricorrenti che creano aspettativa

## Il Metodo S.P.I.N. per Content Ideation

**S - Situazioni** (problemi del target) **P - Problematiche** (pain point specifici) **I - Implicazioni** (cosa succede se non si risolve) **N - Necessità** (la tua soluzione/prospettiva)

### Prompt Template SPIN:

Genera 20 idee di contenuto usando il metodo SPIN per [tuo settore].

Target: [descrizione audience]

Per ogni idea fornisci:

- TITOLO accattivante
- SITUAZIONE che il target vive
- PROBLEMA che emerge
- IMPLICAZIONE se ignorato
- NECESSITÀ/SOLUZIONE che offri
- FORMATO ottimale (post, carousel, video)
- HOOK di apertura
- CTA di chiusura

## Content Multiplication Framework

**Un contenuto → 10 formati diversi:**

Prendi questo concetto core: [inserisci idea principale]

Trasformalo in:

1. Post LinkedIn lungo (1500 caratteri)
2. Thread di 5 tweet

3. Carousel 10 slide (testo per ogni slide)
4. Script video 60 secondi
5. Newsletter approfondimento (800 parole)
6. Podcast outline (15 minuti)
7. Case study pratico
8. Checklist scaricabile
9. Mini-corso email (5 parti)
10. Webinar structure (30 min)

Mantieni coerenza di messaggio adattando formato e profondità.

---

## **MODULO 2: Calendar Editoriale - Il Sistema Perpetuo**

### **The 90-Day Sprint Calendar**

#### **Mega-Prompt per Calendar Generation:**

Crea un calendario editoriale di 90 giorni per il mio personal brand.

#### **PARAMETRI:**

- Frequenza: [post a settimana]
- Piattaforme: [LinkedIn, newsletter, etc.]
- Pillar topics: [lista 4 pilastri]
- Eventi/Date chiave: [conferenze, lanci, festività]
- Tempo disponibile: [ore a settimana per contenuti]

#### **STRUTTURA OUTPUT:**

MESE 1: [Nome mese]

Tema del mese: [macro-argomento]

Settimana 1:

- Lunedì: [Tipo post] - "[Titolo]" - Pillar: [X]
- Mercoledì: [Tipo post] - "[Titolo]" - Pillar: [Y]
- Venerdì: [Tipo post] - "[Titolo]" - Pillar: [Z]

[Continua per 12 settimane]

Per ogni contenuto includi:

- Hook principale
- 3 key points
- CTA specifico
- Hashtag (5-7)
- Visual suggestion
- Repurpose opportunity

### **The Evergreen Loop System**

#### **Framework per contenuti sempreverdi:**

Identifica 20 contenuti evergreen per [tua nicchia] che posso riciclare ogni 90 giorni.

Criteri evergreen:

- Sempre rilevante
- Alto valore educativo
- Aggiornabile facilmente
- Genera engagement costante

Per ogni contenuto crea:

1. VERSIONE BASE (prima pubblicazione)
2. VERSIONE AGGIORNATA (dopo 90 giorni)
3. VERSIONE AVANZATA (dopo 180 giorni)
4. VERSIONE RETROSPETTIVA (dopo 1 anno)

Include variazioni di:

- Hook di apertura
- Esempi/Case study
- Dati/Statistiche
- Visual/Formato

### **Batch Creation Protocol**

#### **Prompt per produzione in batch:**

Devo creare contenuti per le prossime 4 settimane in una sessione di 2 ore.

Topic focus: [argomento del mese]

Tone: [definire]

Obiettivo: [awareness/engagement/conversion]

Genera:

- 4 post lunghi (1500+ caratteri)
- 8 post brevi (500 caratteri)
- 4 carousel (outline per 10 slide ciascuno)
- 12 hook alternativi
- 20 headline variations
- 4 newsletter snippet (200 parole)

Organizza per settimana con varietà di formati e angolazioni.

---

### **MODULO 3: Tone of Voice Development - La Tua Firma Unica**

#### **Voice Architecture Framework**

##### **Prompt per Voice Discovery:**

Analizza questi miei contenuti passati [incolla 5 esempi] e definisci il mio tone of voice.

Identifica:

#### **1. VOICE ATTRIBUTES (scegli 3-5)**

- ☐ Autoritativo ☐ Amichevole ☐ Provocatorio
- ☐ Empatico ☐ Analitico ☐ Visionario
- ☐ Pragmatico ☐ Ironico ☐ Motivazionale
- ☐ Educativo ☐ Controverso ☐ Riflessivo

#### **2. LINGUISTIC PATTERNS**

- Lunghezza frasi tipica
- Uso di domande retoriche
- Metafore ricorrenti
- Strutture preferite

- Vocabolario caratteristico

### 3. EMOTIONAL REGISTER

- Energia: [Alta/Media/Bassa]
- Formalità: [Scala 1-10]
- Intimità: [Distante/Professionale/Personale/Intimo]
- Autorità: [Peer/Mentor/Expert/Guru]

### 4. SIGNATURE ELEMENTS

- Frasi ricorrenti
- Modi di dire tipici
- Strutture narrative preferite
- Call-to-action caratteristici

Ora crea un VOICE GUIDE con:

- DO (cosa fare sempre)
- DON'T (cosa evitare)
- ESEMPI pratici
- TONE VARIATIONS per contesti diversi

### **The Persona Stack Method**

#### **Creazione di micro-personas per diversi contesti:**

Sviluppa 5 variazioni del mio tone of voice per diversi contesti:

BASE VOICE: [descrivi il tuo tono principale]

#### 1. TEACHER PERSONA (contenuti educativi)

- Adattamenti linguistici
- Struttura tipica
- Esempio pratico

#### 2. CHALLENGER PERSONA (contenuti controversi)

- Come provocare mantenendo professionalità
- Limiti da non superare

- Esempio pratico

### 3. STORYTELLER PERSONA (case study/storie)

- Elementi narrativi da enfatizzare
- Ritmo e suspense
- Esempio pratico

### 4. ADVISOR PERSONA (consulenza/consigli)

- Bilanciamento autorità/accessibilità
- Framework di supporto
- Esempio pratico

### 5. CONNECTOR PERSONA (networking/community)

- Elementi di inclusività
- Linguaggio di appartenenza
- Esempio pratico

## **Voice Consistency Checker**

### **Prompt per validazione tono:**

Analizza questo contenuto che ho scritto:

[incolla testo]

Verifica coerenza con il mio tone of voice:

- Autorità senza arroganza
- Dati con storytelling
- Professionale ma personale
- [altri attributi]

Fornisci:

1. CONSISTENCY SCORE (1-10)
2. ELEMENTI ON-BRAND
3. ELEMENTI OFF-BRAND
4. RISCrittura SUGGERITA
5. ALTERNATIVE (3 versioni)

---

## MODULO 4: Storytelling e Narrative Design

### The Story Architecture System

#### Framework: HEARTS

- Hook (gancio iniziale)
- Emotion (connessione emotiva)
- Arc (sviluppo narrativo)
- Revelation (momento di svolta)
- Takeaway (lezione/valore)
- Spark (La scintilla / introduce la CTA.)

#### Master Prompt per Story Creation:

Trasforma questa esperienza/concetto in una storia coinvolgente:

[descrivi esperienza/lezione/caso]

Applica il framework HEARTS:

HOOK (prime 2 righe):

- Crea curiosity gap
- Usa dettaglio specifico/inaspettato
- Genera domanda implicita

EMOTION:

- Quale emozione primaria evocare?
- Momento di vulnerabilità/autenticità
- Dettaglio sensoriale per immersione

ARC:

- Setup (contesto)
- Conflitto (ostacolo/sfida)
- Progressione (tentativi/errori)

REVELATION:



- Momento "aha"
- Svolta inaspettata
- Insight controintuitivo

TAKEAWAY:

- Lezione universale
- Applicabilità per il lettore
- Framework replicabile

SPARK

- Bridge naturale al CTA
- Domanda di riflessione
- Invito all'azione soft

Crea 3 versioni:

1. MICRO (300 caratteri - per post breve)
2. STANDARD (1500 caratteri - per post lungo)
3. EXTENDED (2500 caratteri - per newsletter)

**The Metaphor Engine**

**Prompt per generazione metafore:**

Il concetto da spiegare: [concetto complesso del tuo settore]

Target audience: [descrizione]

Genera 10 metafore/analogie usando mondi familiari:

1. Sport
2. Cucina
3. Viaggi
4. Natura
5. Cinema/Serie TV
6. Musica
7. Architettura
8. Gaming
9. Relazioni

## 10. Crescita personale

Per ogni metafora:

- Setup (1 frase)
- Sviluppo (2-3 frasi)
- Payoff (collegamento al concetto)
- Visual suggestion

### **The Vulnerability Matrix**

#### **Framework per storie autentiche:**

Identifica 10 momenti di vulnerabilità professionale che posso condividere:

Categorie:

- Fallimenti che sono diventati lezioni
- Momenti di dubbio superati
- Errori costosi e recovery
- Feedback difficili ricevuti
- Pivot di carriera
- Sindrome dell'impostore

Per ogni momento crea:

1. TITOLO intrigante
2. SETUP vulnerabile (ammissione)
3. PROCESSO di crescita
4. OUTCOME positivo
5. LEZIONE universale
6. DOMANDA per audience

Bilancia vulnerabilità con professionalità.

Non cadere nel "trauma dumping".

Mantieni focus sul valore per il lettore.

---

## **MODULO 5: LinkedIn Post Optimization**

### **The LinkedIn Algorithm Decoder**

### **Prompt per ottimizzazione algoritmica:**

Ottimizza questo contenuto per l'algoritmo LinkedIn:

[incolla bozza del post]

#### **OTTIMIZZAZIONI RICHIESTE:**

##### **1. HOOK OPTIMIZATION**

- Prime 2 righe (125 caratteri visibili)
- Crea pattern interrupt
- Evita clickbait
- Test 5 varianti

##### **2. FORMATTING**

- Paragrafi di 1-2 righe max
- Uso strategico degli spazi
- Emoji: sì/no e dove
- Elenchi puntati vs narrativa

##### **3. DWELL TIME TACTICS**

- Elementi che aumentano tempo lettura
- "See more" placement strategico
- Micro-cliffhanger interni
- Rhythm variation

##### **4. ENGAGEMENT TRIGGERS**

- Domanda finale (3 opzioni)
- Controversial element (calibrato)
- Relatable moment
- Pattern recognition

##### **5. HASHTAG STRATEGY**

- 3-5 hashtag massimo
- Mix: 1 broad, 2 niche, 1 branded

- Posizionamento ottimale

## 6. COMMENT STARTER

Prima risposta da pubblicare subito:

- Aggiunge valore
- Stimola discussione
- Include domanda

### The 7 LinkedIn Post Templates

#### 1. The Contrarian Take

"Tutti dicono che [credenza comune].

Dopo [esperienza/dato], ho scoperto l'opposto.

Ecco cosa ho imparato:

[3-5 punti numerati]

La verità è che [insight controintuitivo].

[Breve esempio/prova]

Risultato: [outcome misurabile]

Qual è la vostra esperienza con [topic]?"

#### 2. The Micro Case Study

"[Numero] [timeframe] fa, [situazione iniziale].

Il problema: [pain point specifico]

Invece di [soluzione ovvia], ho provato:

Step 1: [azione]

Step 2: [azione]

Step 3: [azione]

Risultato inaspettato:

→ [metrica 1]

→ [metrica 2]

→ [metrica 3]

Lezione chiave: [takeaway]

[Domanda per audience]"

### **3. The List Post Evolution**

"[Numero] [cosa] che [beneficio] ([timeframe]):

1. [Titolo accattivante]

↳ [Spiegazione 1 riga]

2. [Titolo accattivante]

↳ [Spiegazione 1 riga]

[continua...]

Il mio preferito? Il #[numero] perché [ragione].

Quale aggiungereste?"

### **4. The Vulnerable Victory**

"Confessione: [ammissione vulnerabile].

Per [timeframe], ho [struggle].

Poi ho realizzato: [momento aha]

Ho cambiato approccio:

- Da [vecchio] → A [nuovo]

- Da [vecchio] → A [nuovo]

- Da [vecchio] → A [nuovo]

Oggi: [risultato positivo]

La lezione? [insight universale]

Chi altro ha vissuto questo?"

## **5. The Data Story**

"[Statistica sorprendente]

Ma ecco cosa non ti dicono:

[Contesto/caveat]

Ho analizzato [cosa] e ho scoperto:

- [Finding 1 con numero]
- [Finding 2 con numero]
- [Finding 3 con numero]

Implicazione: [cosa significa]

Come [professione/ruolo], questo cambia tutto.

[Call to action/domanda]"

## **6. The Future Prediction**

"Nel [anno futuro], [predizione bold].

Segnali che lo confermano:

- ✓ [Trend 1]
- ✓ [Trend 2]
- ✓ [Trend 3]

Chi non si adatta rischia: [conseguenza]

3 mosse per prepararsi:

1. [Azione]
2. [Azione]
3. [Azione]

Sto già [azione personale].

Voi come vi state preparando?"

### **7. The Teaching Moment**

"Come [risultato desiderabile] in [timeframe]:

PROBLEMA: [Pain point]

SOLUZIONE TRADIZIONALE: [Metodo comune]

Perché non funziona: [Ragione]

METODO ALTERNATIVO: [Il tuo framework]

Step 1: [Dettaglio]

Step 2: [Dettaglio]

Step 3: [Dettaglio]

ESEMPIO PRATICO:

[Mini caso studio]

RISULTATO ATTESO: [Outcome]

Provate e fatemi sapere!"