Sommario 2/2024

In questo numero 3

Direzione aziendale

- Come redigere un preventivo 4
- Ruolo dei soci e degli amministratori per l'accesso agli strumenti di regolazione della crisi 8

Tecnologia e risparmio

- Digitalizzazione della formazione per ottimizzare lo sviluppo delle risorse umane 10

Banche

- Ampliamento del microcredito imprenditoriale 14
- Applicazione di finanza decentralizzata in ambito aziendale 16
- Disconoscimento dell'operazione bancaria fraudolenta 18

Fisco e amministrazione

- Contributi Inps ridotti per artigiani e commercianti in regime forfetario 20
- Scegliere un sistema di franchising con l'analisi di bilancio 22

Estero

- Fatturazione elettronica verso l'UE del forfetario 30
- Importazione con contributo in conto stampi 32

Gestione del personale

- Benefici contributivi e incentivi all'assunzione 2024 34
- Gestione amministrativa del dipendente deceduto 38

Commerciale e vendite

- Applicare l'intelligenza artificiale (AI) al lancio di un'attività: nome, logo, brand 42
- Stimolo delle recensioni per attività di marketing 46

Contributi e agevolazioni

- Nuova Sabatini prorogata per il 2024 48
- Plafond *de minimis* (aiuto di Stato) dal 1.01.2024 52

Sicurezza e ambiente

- Medico competente e sorveglianza sanitaria 56

Notizie in breve 59

COME REDIGERE UN PREVENTIVO

La preparazione di preventivi è un'attività critica per molte aziende. Un processo apparentemente banale nasconde in realtà diverse insidie, tali da portare in dote pericoli come: sottostima dei costi, carenza di dettagli, termini e condizioni non chiare, concorrenza aggressiva, fluttuazione dei mercati, assenza di flessibilità al sopraggiungere di imprevisti. Tutte variabili che letteralmente determinano il successo o il fallimento di un'azienda. Per superare i problemi associati alla preparazione dei preventivi, è essenziale adottare una giusta combinazione di pratiche e strategie. Adottare un *template* (modello) aggiornato periodicamente che tenga conto delle criticità riscontrate durante il suo utilizzo è una buona base di partenza. Ogni interazione con i clienti o ogni nuovo progetto può fornire preziosi insegnamenti su come migliorare la presentazione dei costi, la struttura delle voci o la completezza delle informazioni. L'aggiornamento del *template* in base alle esperienze passate consente di affinare e migliorare costantemente il processo di preparazione dei preventivi. Includere nuove voci o modificarne altre sulla base delle situazioni riscontrate consente di adattarsi meglio alle esigenze del cliente e di fornire preventivi sempre più accurati.

COSTRUZIONE DEL MODELLO (TEMPLATE) DI PREVENTIVO

⇨ Per costruire un modello (*template*) efficace di preventivo è necessario osservare tutti i seguenti aspetti:

⇩

Analisi dei costi	Conoscere i costi diretti e indiretti che incidono nel lavoro è fondamentale.
Trasparenza	Dettagli chiari e completi creano autorità comunicativa e aiutano a evitare malintesi.
Costi accessori	Spese di spedizione, costi di gestione, ecc. non vanno dimenticati ed anzi vanno evidenziati nel preventivo.
Termini e condizioni	Includere informazioni su pagamenti, tempi di consegna, garanzie, validità dell'offerta e ogni altra condizione ritenuta critica.
Concorrenza	Evitare di sottostimare i costi o di ridurre al minimo la propria marginalità per battere la concorrenza sul prezzo. Ci sono tanti elementi che determinano le scelte del cliente e il prezzo è solo una di queste variabili.
Comunicazione	Trasmettere al cliente il valore della propria offerta, esaltarne le differenze rispetto alla concorrenza senza mai screditarla.

ANALISI DEI COSTI

⇨

- La determinazione del prezzo inizia dall'analisi dei costi. Una comprensione dettagliata di tutte le componenti che costituiscono costi diretti e indiretti è fondamentale per applicare poi la marginalità desiderata e proporre un preventivo che soddisfi le esigenze aziendali.
- I costi diretti sono spesso evidenti e di facile determinazione; tuttavia, a titolo esemplificativo, si evidenziano le criticità nel calcolo della minuteria o nell'imputazione corretta della manodopera. Se la minuteria e la maggior parte dei costi diretti residuali incidono in termini marginali nel calcolo del preventivo, ha però grande rilievo l'imputazione della manodopera.
- Molte aziende considerano "*manodopera*" solo quella derivante dalle prestazioni dei propri collaboratori e non valorizzano l'attività del titolare, soci o familiari.
- Altri possibili e frequenti errori di sottostima dei costi di manodopera sono legati al conteggio del valore orario. Il corretto calcolo è dato dal costo totale diviso per le ore effettive di lavoro.

ANALISI DEI COSTI DIRETTI E INDIRETTI

ESEMPIO: BASI DI CALCOLO PER IL CONTEGGIO DEL VALORE ORARIO	
Ore lavorate	**174,67**
Ferie	-14,42
Permessi	-1,67
Tot. media ore "lavorate" mese	**158,58**

I costi indiretti rappresentano un aspetto altrettanto cruciale nel calcolo complessivo dei costi, ma questi possono risultare più complessi da imputare correttamente rispetto ai costi diretti. Tra i costi indiretti più comuni troviamo quelli legati alla c.d. "*hidden factory*" (fabbrica nascosta): locazione, utenze, software, spese generali e amministrative, marketing, ecc. Utilizzare il metodo *Activity-Based Costing* (ABC) permette di determinare con precisione la quota di costi indiretti da attribuire a ciascun progetto o prodotto, ma non tutte le aziende sono adeguatamente strutturate, dotate di idonee competenze o semplicemente prediligono soluzioni di più semplice calcolo. Il metodo tradizionale (totale costi indiretti diviso numero pezzi) è ancora molto gettonato nelle Pmi italiane.

FORMULA

Una variabile del sistema per il corretto calcolo dei costi indiretti potrebbe essere la seguente:

$$\frac{\text{Costi indiretti}}{\text{Ore di lavoro effettive}}$$

TRASPARENZA

Fornire dettagli chiari e completi sulle attività incluse è essenziale per instaurare fiducia con il cliente e garantire una comprensione totale delle voci di spesa. Il risultato si ottiene descrivendo in modo dettagliato i servizi o i prodotti inclusi nel preventivo, specificando le caratteristiche, le quantità e le eventuali varianti e opzioni disponibili. Va esplicitato anche ciò che non è incluso nel preventivo, al fine stabilire i limiti delle prestazioni o dei prodotti offerti ed evitare così fraintendimenti o aspettative non realistiche del cliente.
Il linguaggio da utilizzare deve essere chiaro e diretto. Vanno evitati termini ambigui o ambivalenti che potrebbero essere interpretati in modi diversi. Oltre a ciò, è utile definire in modo specifico i termini tecnici o le condizioni contrattuali per assicurare una comprensione univoca.

Esempio - Indicazione in preventivo dei costi e delle prestazioni

Un CED deve presentare un preventivo per la registrazione di 1.000 righe contabili: come presentare al cliente la propria proposta?

Opzione 1	
Descrizione	**Prezzo**
Costo contabilità	2.000,00 €

Opzione 2			
Descrizione	**Prezzo unitario**	**Numero righe**	**Prezzo totale**
Registrazione contabile annua	2,00 €	1.000	2.000,00 €

La 2ª opzione eccelle rispetto alla prima nella trasparenza in favore del cliente, fornendo una visione dettagliata e chiara dei costi associati al servizio. Questo consente al cliente di valutare in modo chiaro e trasparente il rapporto costo-beneficio del servizio, riducendo la possibilità di fraintendimenti e di confusione.

La trasparenza è fondamentale, anche, quando i clienti confrontano i preventivi: offrire dettagli chiari e completi sulle attività incluse crea un vantaggio competitivo evidente e può fare la differenza nel processo decisionale del cliente.

COSTI ACCESSORI

Nella stesura di un preventivo, è essenziale considerare non solo i costi diretti e indiretti ma anche le spese accessorie che possono influire sul costo complessivo del progetto o del prodotto. Le spese aggiuntive includono una vasta gamma di voci che spesso vengono trascurate o dimenticate durante la valutazione iniziale. Queste possono comprendere i costi di spedizione o consegna, i tempi morti, le spese di incasso, ecc. Ignorare queste spese ha un impatto significativo sul margine di profitto o sulla precisione del preventivo. Anche queste voci necessitano di trasparenza nel preventivo.

Esempio - Indicazione in preventivo dei costi accessori

Un preventivo per la formazione in azienda dovrebbe conteggiare anche il tempo del trasferimento o la trasferta.

Descrizione	Prezzo orario	Ore	Prezzo totale
Formazione	80,00 €	4	320,00 €
Trasferta	80,00 €	0,5	40,00 €

TERMINI E CONDIZIONI

All'interno di un preventivo, è essenziale fornire dettagli specifici sui pagamenti richiesti o includere la specifica delle scadenze di pagamento e delle modalità di esecuzione delle transazioni finanziarie. Definire chiaramente le date di scadenza delle fatture o degli acconti richiesti consente sia al fornitore che al cliente di pianificare e gestire in modo efficace le risorse finanziarie. Inoltre, delineare le modalità di pagamento come bonifici bancari, pagamenti online o altri metodi accettati, contribuisce a evitare malintesi o ritardi nei pagamenti.
Oltre ai dettagli sui pagamenti, è fondamentale includere informazioni riguardanti altri aspetti cruciali come i tempi di consegna, le garanzie sui prodotti o servizi offerti, la validità dell'offerta e altre condizioni rilevanti.

La validità dell'offerta è un'altra componente chiave da indicare all'interno dei termini e delle condizioni. Stabilire un periodo di validità per il preventivo aiuta a garantire che le condizioni proposte siano attuali e che il cliente sia consapevole di eventuali variazioni nel tempo.

CONCORRENZA

Il terrore di perdere un ordinativo o che la concorrenza sia più competitiva porta a commettere errori nella redazione del preventivo. Per quanto sia importante rimanere competitivi sul mercato, la riduzione e sottostima dei costi soltanto per battere la concorrenza sul prezzo può compromettere inevitabilmente la sostenibilità finanziaria dell'azienda. Identificare e valorizzare i propri punti di forza e le differenze della propria offerta rispetto alla concorrenza è essenziale per creare un vantaggio competitivo sostenibile che superi l'ostacolo del prezzo.
Questi punti di forza possono essere i seguenti:

- caratteristiche uniche del prodotto;
- servizi aggiuntivi inclusi;
- processi più efficienti;
- qualità superiore;
- esperienza del cliente migliorata, ecc.

Comunicare chiaramente questi caratteri distintivi al cliente attraverso il preventivo influenza positivamente la decisione d'acquisto. Mostrare che l'offerta è superiore o che soddisfa meglio le esigenze del cliente rispetto alle alternative disponibili contribuisce a giustificare un prezzo maggiore e a stabilire una base solida per la decisione di acquisto.

COMUNICAZIONE

La comunicazione efficace nel preventivo non riguarda solo la trasmissione delle informazioni o del documento "*preventivo*". Comprende anche i seguenti aspetti:

- presentazione: una veste grafica (*layout*) pulita e professionale, unita a una descrizione chiara e strutturata delle voci di costo, è essenziale. Questo aspetto visivo influenza la percezione globale del servizio o del prodotto, quindi dedicare attenzione all'aspetto estetico è cruciale per suscitare interesse e fiducia nel cliente;
- assistenza: durante la fase decisionale, fornire chiarimenti, rispondere alle domande e guidare il cliente nella comprensione dei dettagli costruisce una relazione solida. La trasparenza nell'aiutare il cliente a comprendere ogni aspetto del preventivo consolida la percezione positiva dell'azienda;
- definizione dei passi successivi: dopo la consegna del preventivo, è strategico fissare un incontro ravvicinato per valutare eventuali richieste di chiarimento (*feedback*). Definire i tempi di risposta e le fasi successive del processo decisionale fornisce al cliente un percorso (*roadmap*) chiaro e lo aiuta nella pianificazione.

Un preventivo non solo determina il prodotto, ma attraverso una comunicazione efficace può trasformarsi in un solido rapporto tra cliente e fornitore.

APPLICARE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (AI) AL LANCIO DI UN'ATTIVITÀ: NOME, LOGO, BRAND

L'intelligenza artificiale (AI) offre alle aziende l'opportunità di massimizzare l'utilizzo delle risorse interne, ma può essere un alleato nell'identificare l'idea di *business* fornendo informazioni e prospettive agli imprenditori o aspiranti tali. Non solo gli strumenti come ChatGPT o Gemini (ex Bard: Google) consentono molteplici applicazioni in questo ambito, ma esistono anche programmi gratuiti per la creazione di *business plan*, lo sviluppo del *brand*, la scelta del nome (*naming*), del logo e altri aspetti simili. L'articolo prende in esame le principali funzioni e applicazioni disponibili, fornendo esempi pratici di "*prompt*" (striscia di dati) da rielaborare con gli strumenti AI.

DOMANDE (PROMPT) AL SISTEMA AI ⇨ ChatGPT, Gemini, Alexa, ecc. sono modelli di linguaggio progettati per generare un testo coerente e attinente alla domanda dell'utente. Le domande poste al sistema AI sono definite in gergo tecnico *prompt*: sono gli *input* da cui il sistema genera la risposta, ossia l'*output*. Per utilizzarlo efficacemente e ottenere risposte di alta qualità, è importante creare *prompt* perfetti. Il sistema necessita essenzialmente di rispondere alle domande seguenti: ⇨

- Chi?
- Cosa?
- Come?

STRUTTURA DEL PROMPT

- ⇨ Chiarezza e semplicità di linguaggio ⇨ I *prompt* devono essere chiari e concisi. Specificare dettagliatamente ciò che si desidera ottenere dalla risposta, senza perdersi in troppi giri di parole. Una buona idea potrebbe essere quella di utilizzare un linguaggio schematico.
- ⇨ Contesto ⇨ Il sistema necessita di conoscere la situazione o il problema in modo chiaro. Se si deve fare un post per i social, per esempio, è bene indicare anche il social a cui è destinato perché la risposta potrebbe essere diversa se si tratta di Instagram, LinkedIn o altro.
- ⇨ Stile ⇨ Trattandosi di un modello di linguaggio, il sistema è in grado di fornire risposte in base ai toni e agli stili desiderati.

ESEMPI DI PROMPT ⇨

- Prompt errato: "*Come migliorare il miei affari in modo più veloce?*"
- Prompt corretto: "*Quali strategie posso implementare per accelerare la crescita della mia attività aziendale nel settore della moda prêt-à-porter?*"
- Prompt potenziato: "*Quali strategie posso implementare per accelerare la crescita della mia attività aziendale nel settore della moda prêt-à-porter?*
  - *Fornisci la risposta in italiano.*
  - *Chiedimi cosa ti serve per rispondere.*
  - *Valuta il comando da 1 a 10, se il voto è superiore a 6 rispondi al quesito, se inferiore forniscimi suggerimenti su come migliorare il prompt.*".

AIUTO DEL SISTEMA ⇨ Per ogni argomento utilizzare una chat diversa: il sistema apprende dalle domande e risposte precedenti per cui contestualizzerà le risposte future sulla base delle informazioni pregresse. Terminare il *prompt* con "*chiedimi cosa ti serve sapere*" può aiutare a sopperire a comandi non creati in maniera perfetta. ⇨ Il sistema è multilingue, per cui la presenza in una frase di termini stranieri potrebbe portare a risposte in lingue non conosciute dall'utente. Non è raro ricevere risposte in inglese, lingua madre del sistema, anche se il *prompt* è in italiano. Il trucco è finire il *prompt* con "*Rispondi in Italiano*". Utilizzare in fondo all'input la locuzione "*Rispondi in Italiano*" è utile anche quando si utilizzano *prompt* di terze parti in lingua straniera. La maggior parte dei prompt divulgati, infatti, è in inglese.

Esempio - Prompt per ChatGPT: sviluppo di un business plan

Si propone un *prompt* che, copiato nella *chatbox* del programma con tutte le estensioni disattivate, genera una domanda in cui inserire i dati aziendali per poi elaborare un documento in 7 sezioni.

Assumi il ruolo di esperto specializzato nello sviluppo di business plan, crea un business plan completo e ben strutturato che dimostri la fattibilità e il potenziale del concetto aziendale proposto. Il business plan dovrebbe essere redatto in italiano, comprendendo tutte le sezioni essenziali e incarnando un approccio originale e innovativo che lo distingua dai modelli generici e dalle risorse online.

1. *Sommario - Questa sezione presenta brevemente l'azienda e chiarisce lo scopo principale. Illumina la proposta unica di vendita che differenzia l'azienda dalle altre sul mercato. Riassumi le previsioni finanziarie, mostrando chiaramente i rendimenti attesi e la redditività.*
2. *Descrizione dell'Azienda - Fornisci una panoramica completa dell'azienda, spiegando la sua natura, operazioni e settore di attività. Chiarisci la missione e i valori fondamentali, specificando come si allineino con gli obiettivi aziendali. Enumera i suoi prodotti o servizi, dettagliandone le caratteristiche uniche e i benefici.*
3. *Analisi di Mercato - Questa sezione dovrebbe includere una solida ricerca di mercato che identifica il pubblico target, i bisogni, le preferenze e i comportamenti. Valuta attentamente i concorrenti, delineandone punti di forza e debolezze e ciò che differenzia la tua azienda. Evidenzia le tendenze di mercato prevalenti e scopri opportunità che la tua azienda può sfruttare.*
4. *Strategia di Vendita e Marketing - Elabora un piano di marketing completo che dimostri come intendi raggiungere e coinvolgere il target. Spiega la strategia di vendita, inclusa la conversione dei lead in clienti e la generazione di ricavi. Rivela la tua strategia di prezzi, confrontala con i concorrenti e giustifica eventuali disparità basate sulla proposta di valore o sul posizionamento di mercato.*
5. *Dettagli Operativi e Aziendali - Questo segmento dovrebbe descrivere la struttura organizzativa, dettagliando i ruoli e le responsabilità all'interno del team di gestione. Spiega le operazioni quotidiane e i processi critici che garantiscono un funzionamento senza intoppi. Identifica eventuali considerazioni legali o normative che potrebbero influire sulla tua azienda, mostrando come intendi conformarti ad esse, alle varie aree dell'azienda. Fornisci un'analisi del punto di pareggio e stimare il ritorno sull'investimento (ROI), dimostrando la fattibilità finanziaria dell'azienda.*
6. *Proiezioni Finanziarie - Prepara un piano finanziario dettagliato che includa il conto economico, il bilancio e lo stato patrimoniale per mostrare la salute finanziaria dell'azienda e le previsioni di crescita. Identifica le tue esigenze di finanziamento, delineando come questi fondi saranno allocati alle varie aree dell'azienda. Fornisci un'analisi del punto di pareggio e stima il ritorno sull'investimento (ROI), dimostrando la fattibilità finanziaria dell'azienda.*
7. *Appendice - Questa sezione può includere eventuali documenti di supporto aggiuntivi come dati di ricerca di mercato, certificati di brevetto, curriculum dei membri chiave del team, ecc.*

Ricorda: il business plan dovrebbe essere persuasivo ma realistico, riflettendo la comprensione dell'ambiente aziendale, della concorrenza e delle strategie per il successo. Dovrebbe essere originale, dettagliato e sufficientemente convincente per attirare potenziali investitori e stakeholder.
Richiedi:
- *nome dell'azienda;*
- *prodotto o servizio venduto;*
- *informazioni che potrebbero essere utili.*

Elabora le informazioni ricevute.

Esempio – Prompt per valori e cultura aziendale

Un prompt per ChatGPT con estensione WebChatGPT attiva e utile a trovare valori aziendali potrebbe essere il seguente:
"*Elencami i trend di mercato dei valori che un'azienda con mission: [inserire la mission] e con vision [inserire la vision] è consigliato avere*".

Esempio – Prompt per identità visiva (colori e grafica)

Oltre ai valori aziendali, va ponderata la scelta dei colori, considerando anche il settore e il pubblico di riferimento. Il prompt per un'intelligenza artificiale di tipo generativo linguistico è il seguente:
"*Suggerisci la scala di colori da usare per un'azienda con i seguenti valori [inserire i valori aziendali], opera nel settore [inserire il settore] e il proprio pubblico di riferimento è [inserire il proprio target]*".
La verifica dei colori può essere utile anche come controprova della risposta fornita dalla macchina in precedenza, quando è stata interrogata sulle tonalità da scegliere. Il prompt da usare in questo caso è il seguente:
"*I colori [indicare i colori] che tipo di valori aziendali richiamano nel settore [indicare il settore] per [indicare il pubblico di riferimento)?*".
Come per la scelta della palette di colori, anche per la scelta del carattere grafico (font) è possibile ottenere suggerimenti dall'intelligenza artificiale generativa linguistica. Il prompt costruito sui consigli citati è il seguente:
"*Suggerisci massimo 3 font da usare per un'azienda che vuole trasmettere i seguenti valori [inserire i valori], ha come target [inserire il proprio pubblico] e i seguenti testi saranno usati [inserire se usati su carta, social, sito internet, ecc..]*".

Esempio – Utilizzo di intelligenza artificiale di tipo generativo grafica

Comando dato a Gemini: "*Crea un prompt per ideogrammi al fine di creare una pubblicità per un'azienda con: Mission: vestire i bambini di domani; Valori: sostenibilità e innovazione; Tono e stile: dolce e protettivo; Vantaggio distintivo: l'uso di materiali esclusivi e il confort nella vestibilità*".
Proposta di Gemini (prompt): "*Un bambino e una bambina giocano in un parco. Sono vestiti con abiti colorati e divertenti, realizzati con materiali sostenibili. I bambini sono liberi di giocare e divertirsi, senza preoccuparsi di essere limitati dai loro abiti*".
Didascalia: *"Liberi di essere se stessi. I nostri abiti sono realizzati con materiali sostenibili e confortevoli, per far sentire i bimbi sempre liberi di giocare e divertirsi"*.
Utilizzo del prompt generato da Gemini su Ideogram nella sezione poster: l'immagine è uno dei risultati offerti dal sistema.

L'immagine è uno dei risultati offerti da Gemini (Google)

IA NEL "NAMING" AZIENDALE

In rete sono disponibili diversi generatori di nomi per aziende e tralasciando le risorse a pagamento, i più gettonati gratuiti sono i seguenti:

- Namelix - È un generatore di nomi aziendali in grado di generare nomi in una varietà di lingue e stili, e offre anche la possibilità di verificare la disponibilità del nome di dominio. https://namelix.com/
- Namingmagic - Algoritmo di ricerca in grado di generare nomi che siano facili da ricordare, da pronunciare e con dominio disponibile.
  https://www.namingmagic.com/
- Shopify - La famosa piattaforma di e-commerce offre anche un generatore di nomi aziendali gratuito.
  https://www.shopify.com/tools/business-name-generator
- BNG - È un generatore di nomi aziendali che utilizza un algoritmo di ricerca per trovare nomi facili da ricordare e da pronunciare e disponibili come nome di dominio.
  https://businessnamegenerator.com/it/
- Novanym - È un generatore di nomi aziendali che utilizza un algoritmo di intelligenza artificiale per trovare nomi che siano distintivi e memorabili. Lo strumento consente di inserire una o più parole chiave che descrivono la propria attività e di scegliere tra diversi stili di nomi.
  https://novanym.com/

La differenza principale tra la tecnologia di generazione di nomi e l'intelligenza artificiale generativa linguistica risiede nell'apporto umano. Nella prima, l'apporto umano è minore e in un certo senso anche guidato, mentre nella seconda l'apporto umano è centrale nell'ottenimento del risultato. La conseguenza è che le competenze dell'utente determineranno quale strumento è maggiormente idoneo da utilizzare.

Esempio – Prompt per "naming" aziendale

Crea [inserire il numero di proposte desiderate] nomi aziendali per l'idea di business:
Attività: [inserire o l'attività svolta o il settore in cui si opera]
Valori: [inserire i valori che si vogliono comunicare]
Tono: [inserire il tono e lo stile della comunicazione]
Stile: [inserire classico, creativo, fantasioso, ecc..]
Mission: [inserire la mission aziendale]
Vision [inserire la vision aziendale]

Esempio – Prompt per messaggi e slogan (*claim*)

Trovare il messaggio di *brand* e il *claim* è un processo lungo di test e ottimizzazioni e può essere in costante evoluzione. L'intelligenza artificiale, potendo analizzare enormi quantità di dati per identificare modelli linguistici efficaci, è un valido supporto da cui trarre spunti. Questi dati, infatti, possono essere utilizzati per formulare messaggi e slogan coinvolgenti e memorabili che comunicano il valore e la promessa del brand, colpendo emotivamente il pubblico.
Il prompt da usare su un sistema di intelligenza artificiale generativa linguistica con varie possibilità di adattamento è il seguente:
"*Crea almeno 5 "messaggi di brand" i dati aziendali:*
Mission da comunicare: [inserire la mission]
Valori: [inserire i valori che si vogliono comunicare]
Tono e stile: [inserire il tono e lo stile della comunicazione]
Vantaggio distintivo: [inserire cosa contraddistingue l'azienda]".
Il prompt affinato potrebbe essere il seguente:
"*Crea almeno 5 messaggi di brand con i seguenti i dati aziendali:*
- *mission da comunicare: vestire i bambini di domani.*
- *valori: sostenibilità e innovazione.*
- *tono e stile: dolce e protettivo.*
- *vantaggio distintivo: l'uso di materiali esclusivi e il confort nella vestibilità".*