ITALEAD

POTENZA DIGITALE · SU MISURA

GUIDA GRATUITA

I CLIENTI CHE PERDI SENZA ACCORGERTENE

E come l'AI te li fa recuperare.

Dodici punti in cui un'attività perde clienti. Per ognuno: cosa fare da solo con l'AI, gratis, e quando conviene farlo fare.



SETTEMBRE 2026

Italead · Potenza Digitale

PRIMA DI COMINCIARE

LE REGOLE

Quattro regole che valgono per tutta la guida.

1 **Niente dati dei clienti nelle AI gratuite**

Nomi, numeri, indirizzi: toglili prima di incollare. Le versioni per uso personale possono usare le conversazioni per addestrare i modelli. In ChatGPT si spegne da Impostazioni, Controlli dati, voce «Improve the model for everyone». Dei dati dei tuoi clienti rispondi tu.

2 **Se risponde un'AI, dillo**

Dal 2 agosto 2026 il regolamento europeo sull'AI chiede che chi parla con un'AI lo sappia, al più tardi alla prima interazione, a meno che non sia evidente. Basta una riga nel primo messaggio.

3 **Rileggi sempre**

L'AI sbaglia anche quando sembra sicura, e a volte inventa numeri. Trattala come un collaboratore appena arrivato: le spieghi cosa vuol dire «fatto bene» e controlli il lavoro.

4 **Foto e promesse vere**

Niente foto finte di quello che vendi e niente promesse che non puoi mantenere: il cliente se ne accorge quando arriva da te.

Nei testi da copiare, le parti [tra parentesi quadre] le sostituisci con le tue.

Fonti, lette il 28/09/2026: Regolamento (UE) 2024/1689 sull'intelligenza artificiale, artt. 50 e 113 · OpenAI Help Center, «Data controls in ChatGPT».

DA DOVE PARTIRE

IL CHECK-UP

Per ogni domanda: «sì», «no, ma sarebbe utile» oppure «no, e non mi interessa». Leggi i capitoli dei «sarebbe utile».

PRIMA DI ARRIVARE DA TE

Sai quanti clienti ti porta la pubblicità che paghi?	CAP. 1
Sai cosa dicono i clienti dei tuoi concorrenti?	CAP. 2
Pubblichi sui social con regolarità?	CAP. 3
Le foto di quello che vendi gli rendono giustizia?	CAP. 4
Dal telefono, sul tuo sito ti chiamano o ti scrivono con un tocco?	CAP. 5

QUANDO TI CERCANO

Quando sei chiuso o occupato, qualcuno risponde a chi ti cerca?	CAP. 6
Vedi WhatsApp, Instagram, Facebook ed email in un posto solo?	CAP. 7
Chi prenota riceve un promemoria il giorno prima?	CAP. 8

DOPO

Richiami chi ha chiesto un preventivo e poi è sparito?	CAP. 9
Scrivi a chi ha già comprato, per farlo tornare?	CAP. 10
Chiedi la recensione a tutti i clienti?	CAP. 11

DENTRO L'ATTIVITÀ

Il personale trova le risposte senza chiedere sempre a te?	CAP. 12

PARTI DA UNO SOLO

Il «sarebbe utile» che ti costa di più. Hai solo un minuto? Il capitolo 13 è la guida intera, riassunta dall'AI.

PRIMA DI ARRIVARE DA TE

1

LA PUBBLICITÀ CHE PAGHI SENZA SAPERE SE RENDE

IL PROBLEMA

Spendi in annunci, online o in città. Poi entra un cliente e non sai se è arrivato da lì. Così non sai se aumentare, cambiare o fermare.

FALLO DA SOLO

1 Chiedi a ogni cliente nuovo: «come ci hai conosciuto?»

Segna la risposta, sempre, su un foglio o nel telefono. Solo la risposta, senza il nome. A fine mese incolla l'elenco in un'AI gratuita come ChatGPT, Gemini o Claude.

COPIA E INCOLLA

Queste sono le risposte dei miei clienti nuovi di questo mese alla domanda «come ci hai conosciuto?». Raggruppale per canale: passaparola, Google, Instagram o Facebook, pubblicità, passando davanti, altro. Contale e dimmi quali canali portano più clienti. Usa solo i numeri che ti do, non inventarne. Risposte: [incolla qui]

ESEMPIO · DATI DI FANTASIA

Settembre, 23 clienti nuovi: passaparola 9, Google 6, Instagram 5, passando davanti 2, pubblicità 1.

La pubblicità ti ha portato 1 cliente su 23: prima di aumentare il budget, cambia l'annuncio (passo 3).

2 Guarda la pubblicità dei concorrenti

È pubblica. Per Facebook e Instagram c'è la Libreria inserzioni di Meta (facebook.com/ads/library), per Google il Centro trasparenza annunci (adstransparency.google.com). Cerca il nome del concorrente e copia i testi degli annunci attivi.

COPIA E INCOLLA

Questi sono gli annunci attivi di un mio concorrente: [incolla]. La mia attività: [cosa vendi, dove, a chi]. Dimmi cosa promettono, a chi parlano e cosa non dicono che io potrei dire meglio. Parti solo da questi annunci, niente consigli generici.

3 Fai l'annuncio con quello che funziona già

Il post che è andato meglio questa settimana è la prova che quel tema interessa. Parti da lì.

COPIA E INCOLLA

Questo è il mio post che è andato meglio questa settimana: [incolla il testo]. Scrivi 5 versioni brevi per un annuncio rivolto a [il tuo cliente] a [città], ognuna con un inizio diverso. Niente superlativi e niente promesse che non posso mantenere.

Prova due versioni con un budget piccolo. Tieni quella che fa salire le risposte al passo 1.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando spendi ogni mese e nessuno guarda i numeri. Facciamo gli annunci su Instagram, Facebook e Google, e anche i cartelloni in città: con i fornitori trattiamo noi. Ogni mese un report di una pagina su cosa ti ha portato clienti. Il budget degli annunci è a parte.

PUBBLICITÀ · ANALISI DEI RISULTATI

PRIMA DI ARRIVARE DA TE

2

I CLIENTI CHE SCELGONO IL CONCORRENTE

IL PROBLEMA

Chi ti cerca ti confronta con due o tre attività come la tua. Se non sai cosa piace di loro e cosa delude, non sai su cosa puntare.

FALLO DA SOLO

1 Leggi le recensioni dei concorrenti

Su Google Maps apri la scheda del concorrente, vai su Recensioni e ordina per «Più recenti». Copia le ultime venti, senza i nomi di chi le ha scritte.

COPIA E INCOLLA

Queste sono le ultime recensioni di un mio concorrente: [incolla] . Fai due elenchi: cosa lodano i clienti e di cosa si lamentano, con quante volte torna ogni punto. Poi dimmi quali di quelle lamentele io potrei risolvere. La mia attività: [cosa vendi, dove] . Usa solo quello che c'è nelle recensioni.

ESEMPIO · DATI DI FANTASIA

Venti recensioni di un concorrente: sei lodano la cortesia, quattro si lamentano che al telefono non risponde nessuno.

Se tu rispondi sempre, è la prima cosa da dire nel sito e negli annunci.

2 Metti a confronto le tue e le loro

Fai lo stesso con le tue recensioni, poi dai all'AI i due elenchi insieme.

COPIA E INCOLLA

Queste sono le mie recensioni: [incolla]. Queste sono quelle di un mio concorrente: [incolla]. In cosa i clienti preferiscono me e in cosa preferiscono lui? Scrivimi tre frasi da usare nel sito o negli annunci, prese da quello che dicono i miei clienti.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando i concorrenti sono tanti e cambiano spesso prezzi e pubblicità. Studiamo cosa offrono e a che prezzi, le pubblicità che hanno attive, come stanno su Google e sui social, e ti diciamo dove puoi superarli.

ANALISI DELLA CONCORRENZA

PRIMA DI ARRIVARE DA TE

3

I SOCIAL FERMI

IL PROBLEMA

Sai che dovresti pubblicare, ma a fine giornata non sai cosa dire. Così il profilo resta fermo per settimane, e chi passa di lì non vede niente di nuovo.

FALLO DA SOLO

1 Un vocale a fine giornata

Non inventare contenuti: raccontali. Registra un minuto su cosa è successo oggi: un cliente, un lavoro finito, una domanda che ti hanno fatto. Le app di ChatGPT e Gemini accettano la voce.

COPIA E INCOLLA

Questo è il racconto della mia giornata: [vocale o testo]. Tira fuori le storie che possono interessare ai miei clienti e per ognuna scrivi un post breve, con parole semplici. Non aggiungere niente che non ho detto.

2 Un calendario semplice

Così la sera sai già cosa raccontare.

COPIA E INCOLLA

Sono [la tua attività] a [città]. Fammi un calendario di 4 settimane con 2 post a settimana, alternando: un lavoro fatto, una domanda dei clienti con la risposta, un dietro le quinte, una recensione vera. Solo le idee: i testi li scrivo io dai miei vocali.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando i vocali li fai ma pubblicare non ci riesci. Pubblichiamo noi a calendario, con foto e video girati da noi, rispondiamo ai messaggi e ti passiamo chi vuole comprare.

SOCIAL · CONTENUTI

PRIMA DI ARRIVARE DA TE

4

LE FOTO CHE NON RENDONO

IL PROBLEMA

Chi ti cerca decide dalle foto, prima ancora di venire. Se sono buie o storte, quello che vendi sembra peggio di com'è.

FALLO DA SOLO

1 Tre regole prima dello scatto

Luce di una finestra, di lato, e niente flash. Sfondo pulito, sempre lo stesso. Telefono dritto, con la griglia della fotocamera accesa.

2 Chiedi all'AI un parere sulla foto

ChatGPT e Gemini leggono anche le immagini: allega la foto e chiedi.

COPIA E INCOLLA

Questa è una foto di un mio prodotto per Instagram: [allega la foto]. Dimmi tre cose da migliorare su luce, sfondo e inquadratura, che posso fare con il telefono. Non propormi di modificarla con l'AI.

3 Ripulisci, non inventare

Molte app, anche la galleria del telefono, tolgono lo sfondo o raddrizzano l'immagine: ripulire va bene. Generare con l'AI foto di prodotti che non sono i tuoi no: vale la regola 4.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando quello che vendi vale più di come lo mostri. Video, foto e caroselli li giriamo noi nella tua attività, con attrezzatura professionale.

CONTENUTI

PRIMA DI ARRIVARE DA TE

5

CHI VISITA IL SITO E NON TI CONTATTA

IL PROBLEMA

Chi arriva sul tuo sito dal telefono deve trovarti in un tocco. Se deve cercare il numero, copiarlo o ingrandire la pagina, spesso lascia perdere.

FALLO DA SOLO

1 **La prova del pollice**

Apri il tuo sito dal telefono. Toccando il numero parte la chiamata? C'è un bottone per WhatsApp? Orari e indirizzo si vedono senza cercarli? La pagina si apre in pochi secondi? Ogni «no» è la prima cosa da correggere.

2 **Fai guardare il sito all'AI**

Fai gli screenshot della pagina iniziale dal telefono e allegali.

COPIA E INCOLLA

Questo è il mio sito visto dal telefono: [allega gli screenshot]. Sono [la tua attività] a [città]. Metti in ordine le cinque cose che rendono più difficile chiamarmi o scrivermi, e per ognuna dimmi come correggerla. Parla solo di quello che vedi.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando le correzioni non le puoi fare da solo, o il sito non c'è. Lo facciamo nuovo o sistemiamo quello che hai, e le richieste del modulo arrivano dritte nel CRM.

SITO

QUANDO TI CERCANO

6

CHI TI CERCA QUANDO SEI CHIUSO

IL PROBLEMA

Ti chiamano mentre sei con un cliente, o ti scrivono alle dieci di sera. Se nessuno risponde, passano al prossimo della lista.

FALLO DA SOLO

1 Il messaggio di assenza

WhatsApp Business ha già un messaggio di assenza e uno di benvenuto, negli Strumenti aziendali. Scrivili bene una volta sola.

COPIA E INCOLLA

Sono [la tua attività] a [città], aperta [giorni e orari]. Scrivimi un messaggio di assenza breve per WhatsApp: dice quando rispondiamo, dà il link per [prenotare o vedere i prodotti] e non promette niente che non posso mantenere.

ESEMPIO · DATI DI FANTASIA

Ciao, grazie del messaggio! Siamo chiusi, ti rispondiamo domani dalle 9. Se vuoi prenotare, trovi gli orari liberi qui: *[link]*.

2 Le dieci risposte di sempre

Le domande sono quasi sempre le stesse: orari, prezzi, disponibilità, dove sei. Salva le risposte come risposte rapide di WhatsApp Business.

COPIA E INCOLLA

Queste sono le domande che i clienti mi fanno più spesso: [elenco]. Per ognuna scrivi una risposta breve e cordiale. Le informazioni sono queste: [orari, prezzi, indirizzo]. Non aggiungere informazioni che non ti ho dato.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando le domande sono troppe, o arrivano anche al telefono. Il Risponditore lo costruiamo su misura: in chat, a voce o tutti e due, collegato al tuo calendario e alle informazioni della tua attività. Risponde, fissa gli appuntamenti, dice che è un assistente e passa a te quello che non sa.

RISPONDITORE

QUANDO TI CERCANO

7

IL MESSAGGIO CHE NESSUNO HA VISTO

IL PROBLEMA

Un cliente scrive su Instagram, un altro su Facebook, uno su WhatsApp e uno per email. Tu ne guardi due. Gli altri aspettano giorni, poi comprano altrove.

FALLO DA SOLO

1. **Una casella per Facebook e Instagram**
   La posta in arrivo di Meta Business Suite, gratuita, mette insieme i messaggi e i commenti di Facebook e Instagram. Una casella in meno da ricordare.

2. **Due orari fissi**
   Guarda tutte le caselle alla stessa ora, due volte al giorno. Meglio due giri sicuri che dieci occhiate a caso.

3. **Le stesse risposte ovunque**
   Scrivi una volta le risposte e usale su tutti i canali.

   COPIA E INCOLLA

   Queste sono le domande arrivate questa settimana su canali diversi: [incolla, senza nomi né numeri]. Raggruppale per argomento e scrivi una risposta per ogni gruppo, che vada bene su WhatsApp, Instagram ed email.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando i canali sono tanti e i messaggi si perdono. WhatsApp, Instagram, Facebook, email e chat del sito in un'unica casella, collegata al CRM: ogni messaggio finisce nella scheda del cliente.

MESSAGGI IN UN POSTO SOLO

QUANDO TI CERCANO

8

GLI APPUNTAMENTI SALTATI

IL PROBLEMA

Il cliente prenota, poi se ne dimentica. Tu hai tenuto libero un orario che nessuno usa.

FALLO DA SOLO

1 Il promemoria del giorno prima

Scrivilo una volta, salvalo come risposta rapida di WhatsApp Business e mandalo ogni sera a chi viene il giorno dopo.

COPIA E INCOLLA

Scrivimi un promemoria breve per WhatsApp da mandare il giorno prima di un appuntamento: ricorda giorno e ora, chiede di rispondere OK per confermare e dice come spostarlo. Tono cordiale, un solo punto esclamativo.

2 Chiedi di confermare

Chi la mattina non ha risposto, lo chiami. Se non viene, l'orario lo dai a un altro.

3 La prenotazione da soli

In Google Calendar, dal pulsante Crea, puoi fare una pagina di prenotazione con i tuoi orari liberi: è gratuita anche con l'account personale. I promemoria automatici via email invece sono nelle versioni a pagamento.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando gli appuntamenti sono tanti. Il cliente prenota da solo negli orari liberi e il promemoria parte senza che tu debba mandare niente.

AGENDA

DOPO

9

I PREVENTIVI CHE NESSUNO RICHIAMA

IL PROBLEMA

Mandi un preventivo, il cliente dice «ci penso», e nessuno lo richiama. Spesso non era un no: era un «non adesso».

FALLO DA SOLO

1 La lista dei preventivi aperti

Su un foglio: data, cliente, importo, quando richiamare. Guardala ogni lunedì.

2 Il messaggio per ricontattare

Scrivilo partendo da quello che ti aveva detto il cliente, senza metterne il nome nell'AI.

COPIA E INCOLLA

Ho mandato un preventivo per [cosa] il [data]. Il cliente aveva detto: [cosa ha detto]. Scrivimi un messaggio breve per ricontattarlo: gentile, senza pressione, con una domanda precisa a cui è facile rispondere.

ESEMPIO · DATI DI FANTASIA

Buongiorno, le avevo mandato il preventivo per la cucina la settimana scorsa. Le è rimasto un dubbio sulle misure o sui tempi?

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando i preventivi sono più di quelli che ricordi. Una scheda per ogni cliente, la lista di chi richiamare oggi e i messaggi già pronti.

CRM

DOPO

10

I CLIENTI CHE NON TORNANO

IL PROBLEMA

Chi ha già comprato da te è il cliente più facile da far tornare. Ma se non gli scrivi mai, si dimentica di te.

FALLO DA SOLO

1 Scrivi solo a chi ha detto sì

Ai messaggi promozionali serve il consenso del cliente. Chiedilo quando compra e segna la data.

2 Un motivo vero per scrivere

Una novità, una scadenza come il tagliando o il cambio di stagione, un evento. Senza un motivo, il messaggio è solo pubblicità.

COPIA E INCOLLA

Ho clienti che hanno comprato [cosa] negli ultimi [mesi]. Scrivimi tre messaggi brevi per WhatsApp per farli tornare, ognuno con un motivo diverso: [novità, scadenza, evento]. Niente sconti inventati e niente frasi da pubblicità.

3 Un messaggio per ogni gruppo

Su un foglio segna per ogni cliente cosa ha comprato, di che categoria e quando. Al posto del nome metti un codice. Poi chiedi all'AI di dividerli in gruppi.

COPIA E INCOLLA

Questa è la lista dei miei clienti, con un codice al posto del nome: [codice, cosa ha comprato, categoria, data]. Dividili in gruppi per tipo di acquisto e per tempo passato dall'ultimo acquisto. Per ogni gruppo scrivi un messaggio breve per WhatsApp, con un motivo per tornare adatto a quel gruppo.

ESEMPIO · DATI DI FANTASIA

Chi ha comprato una bici più di un anno fa riceve il promemoria per la revisione. Chi ha comprato un regalo a dicembre riceve le novità a fine novembre.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando i clienti sono troppi per ricordarli. Nel CRM filtri i clienti per categoria, tipo di acquisto e data dell'ultimo acquisto, e a ogni gruppo mandi il suo messaggio su WhatsApp o per email. I consensi restano segnati con la data.

CRM

DOPO

11

LE RECENSIONI CHE NON CHIEDI

IL PROBLEMA

Chi è contento spesso non scrive niente, chi è scontento sì. Se non chiedi, su Google parla soprattutto chi si lamenta.

FALLO DA SOLO

1 Chiedile a tutti

Dal tuo Profilo dell'attività su Google prendi il link per chiedere le recensioni e mandalo dopo ogni vendita. A tutti, non solo a chi è contento: Google vieta di chiederle solo ai clienti soddisfatti.

2 Rispondi a tutte

Anche a quelle belle. Chi legge guarda come rispondi.

COPIA E INCOLLA

Questa è una recensione alla mia attività: [incolla] . Scrivi una risposta breve e personale. Se è negativa: ringrazia, non discutere e proponi di risolvere in privato. Niente frasi fatte.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando non hai tempo di starci dietro. Teniamo aggiornata la scheda su Google Maps, chiediamo la recensione a tutti i clienti e rispondiamo a ognuna.

GOOGLE E RECENSIONI

DENTRO L'ATTIVITÀ

12

IL TEMPO PERSO A RISPIEGARE E A RICOPIARE

IL PROBLEMA

Spieghi le stesse cose a ogni persona nuova, e copi gli stessi dati da WhatsApp al foglio e dal foglio alla fattura.

FALLO DA SOLO

1 Le procedure da un vocale

Spiega a voce come si fa una cosa, come lo diresti a chi è appena arrivato.

COPIA E INCOLLA

Questa è la spiegazione a voce di come facciamo [cosa]: [vocale o testo]. Trasformala in una procedura a passi numerati, con le cose da non fare. Se manca un passaggio, chiedimelo invece di inventarlo.

2 Dai messaggi alla tabella

In un minuto, senza ricopiare.

COPIA E INCOLLA

Questi sono gli ordini arrivati oggi su WhatsApp: [incolla, senza numeri di telefono]. Mettili in una tabella con prodotto, quantità, data di consegna e note. Se un dato manca, lascia la cella vuota.

QUANDO CONVIENE FARLO FARE

Quando lo fai tutti i giorni. Assistenti AI che rispondono al personale dai tuoi documenti, automazioni che passano i dati fra i programmi, gestionali su misura collegati al CRM.

ASSISTENTI AI E AUTOMAZIONI · SOFTWARE GESTIONALE

CAPITOLO 13

E SE SEI PIGRO?

Eccoti la nostra stessa guida, riassunta dall'AI. Una riga per capitolo.

1. **Pubblicità.** Chiedi a ogni cliente nuovo «come ci hai conosciuto?» e a fine mese conta.
2. **Concorrenza.** Fai leggere all'AI le recensioni dei concorrenti: le loro lamentele sono le tue occasioni.
3. **Social.** Un vocale a fine giornata diventa un post. Racconta, non inventare.
4. **Foto.** Luce di finestra, sfondo pulito, telefono dritto. Ripulisci, non inventare.
5. **Sito.** Dal telefono il numero si tocca e parte la chiamata? Se no, si comincia da lì.
6. **Quando sei chiuso.** Messaggio di assenza e dieci risposte rapide su WhatsApp Business.
7. **Messaggi.** Una casella per Facebook e Instagram, due orari fissi per tutte.
8. **Appuntamenti.** Promemoria il giorno prima, con «rispondi OK».
9. **Preventivi.** Lista dei preventivi aperti ogni lunedì, e un messaggio con una domanda facile.
10. **Clienti che non tornano.** Dividili per quello che hanno comprato e scrivi a ogni gruppo con un motivo vero. Solo a chi ha detto sì.
11. **Recensioni.** Chiedile a tutti, rispondi a tutte.
12. **Personale.** Spiega a voce una volta, e l'AI la scrive come procedura.

COPIA E INCOLLA

Riassumi questa guida in una riga per capitolo: il problema in poche parole e la prima cosa da fare. Usa solo quello che c'è scritto nella guida.

È il testo che abbiamo usato. Il riassunto l'ha fatto Claude, un'AI, e noi l'abbiamo riletto. Provalo con un documento tuo.

PER FINIRE

DA DOVE PARTIRE

Non serve fare tutto. Serve cominciare da una cosa.

1. **Un capitolo alla volta.** Scegli nel check-up il «sarebbe utile» che ti costa di più e per una settimana fai solo quel capitolo.

2. **La lista della giornata.** Scrivi tutte le cose che fai in un giorno normale. Dai la prima all'AI e chiedile: «aiutami a farla in meno tempo».

3. **La domanda di controllo.** Dopo un mese chiediti: mi ha portato clienti, o tempo? Se la risposta è no, stai usando l'AI nel posto sbagliato.

MENTRE SEI CHIUSO, ITALEAD LAVORA.

GLI STRUMENTI USATI DAI MIGLIORI AL MONDO, AL LAVORO PER LA TUA ATTIVITÀ!

Tutto quello che hai letto, fatto per te e collegato: il Risponditore che risponde e fissa gli appuntamenti, il CRM che scrive a ogni gruppo di clienti, i contenuti girati da noi, la pubblicità che sai quanto rende. Tu pensi alla tua attività.

Consulenza gratuita, 10 minuti. Prima guardiamo il tuo sito, la tua scheda Google e i tuoi social. Nella call ti diciamo dove perdi più clienti e da cosa partire.

NICK LECCI · ITALEAD

334 204 2936 · info@italead.it · Firenze, Prato e dintorni, il resto anche a distanza