

⚡ ELETTRICITÀ

L10



BUSINESS · CREA, VENDI, SCALA

# Costruisci il tuo **business** con l'AI

Crea, vendi e scala con Claude e una squadra di agenti — anche da solo.

**Francesco Kei Tudini**

L'AI è la nuova elettricità

↓ Scarica questo libro in PDF

## Apertura

Tutto quello che prima richiedeva un team, oggi puoi farlo da solo

*Crea, vendi e scala con l'AI — anche senza dipendenti.*

Quante volte hai avuto un'idea di business e ti sei fermato davanti alla stessa parete: “da solo non ce la faccio”? Serve chi sviluppa, chi fa marketing, chi gestisce i clienti, chi tiene i conti. Tutta gente che costa, prima ancora di guadagnare un euro. Non ti chiedo se hai mai sognato di metterti in proprio. Ti chiedo quante idee hai lasciato morire perché “ci vorrebbe un team”.

Se questa domanda ti ha punto, questa pagina è per te.

Te lo dico subito, ed è quello che cambia le regole del gioco: oggi non ti serve un team per partire. Ti serve sapere come far lavorare l'AI come una squadra. Quello che fino a ieri richiedeva cinque persone, una persona sola con gli strumenti giusti lo può mettere in piedi. Chi lo capisce inizia a costruire con quasi niente; chi non lo capisce continua ad aspettare i soldi, il socio, il momento giusto — che non arriva mai.

Lo so perché l'ho fatto. Ho costruito cose che “richiedevano un team” partendo da solo, con l'AI a fare il lavoro di tante mani. Ho toccato il fondo di una convinzione: credevo che senza struttura non si potesse cominciare. Si può. Il giorno che ho smesso di aspettare le condizioni perfette e ho iniziato con quello che avevo, tutto è cambiato.

Costruire un business con l'AI non vuol dire premere un tasto e diventare ricchi — quella è una favola e non porta da nessuna parte. Vuol dire usare l'AI per fare, da solo, le cose che servono davvero: creare il prodotto, trovare i clienti, vendere, gestire. Una squadra di strumenti che lavora mentre tu decidi.

In queste pagine non trovi promesse facili. Trovi un percorso concreto: come usare Claude e una squadra di agenti per creare, vendere e scalare, anche senza dipendenti e anche senza grandi capitali. Cosa fare per primo, come incastrare i pezzi, come crescere senza assumere. Capitoli corti, esempi di chi parte da solo.

E no, non devi essere un esperto di niente. Devi solo decidere di iniziare con quello che hai. Il metodo te lo do io, passo per passo.

Ma sapere non basta: il business parte quando fai il primo passo, non quando finisci di leggere. Il libro ti dà il percorso; per partire dalla TUA idea serve qualcuno che ti aiuti a

fare il primo passo giusto. Quello lo faccio io. Prenota una consulenza gratuita: in mezz'ora, gratis, prendiamo la tua idea e ti mostro cosa costruire per primo con l'AI, da solo. Vai sul link qui sotto o inquadra il QR.

→ <https://calendly.com/francesco-servizidigitali24/30min>



---

## **Dedica**

A mia figlia Minerva.

*AI, in giapponese, vuol dire amore.*

---

## **Indice**

1. Dall'AI che risponde all'AI che lavora
  2. Skill, memoria e la tua prima automazione
  3. Dai all'AI la tua conoscenza: RAG, primi agenti e la voce
  4. Automazioni con n8n, team di agenti e app/siti parlando
  5. Trovare clienti: la cold email che arriva e converte
  6. Flussi automatici, la trattativa e i contenuti senza fatica
  7. Dal sapere al prodotto: sistemi che restano accesi
  8. La squadra di agenti, il cruscotto e l'AI Act (con un caso reale)
-

# Capitolo 1 — Dall'AI che risponde all'AI che lavora

## CHATBOT vs AGENTE

### IL CHATBOT



Tu chiedi → lui risponde  
Botta e risposta  
Il motore sei **TU**

**RISPARMI MINUTI**

### L'AGENTE



Tu dai un **OBIETTIVO**  
Cerca, legge, scrive, invia  
Si guida da solo

**TI TOGLIE IL PROCESSO INTERO**

«scrivimi una mail per la Germania»



«trova 10 aziende tedesche, scrivi a ognuna e invia»

Dimentica i film. L'intelligenza artificiale non è un robot che pensa e ti ruba il lavoro. È qualcosa di molto più semplice, e molto più utile per te: uno strumento che capisce quello che scrivi, ragiona su quello che gli chiedi, e poi agisce. A parole tue, senza comandi strani. Non è un programma da imparare a memoria, perché tu sai già parlare — ed è esattamente così che si comanda.

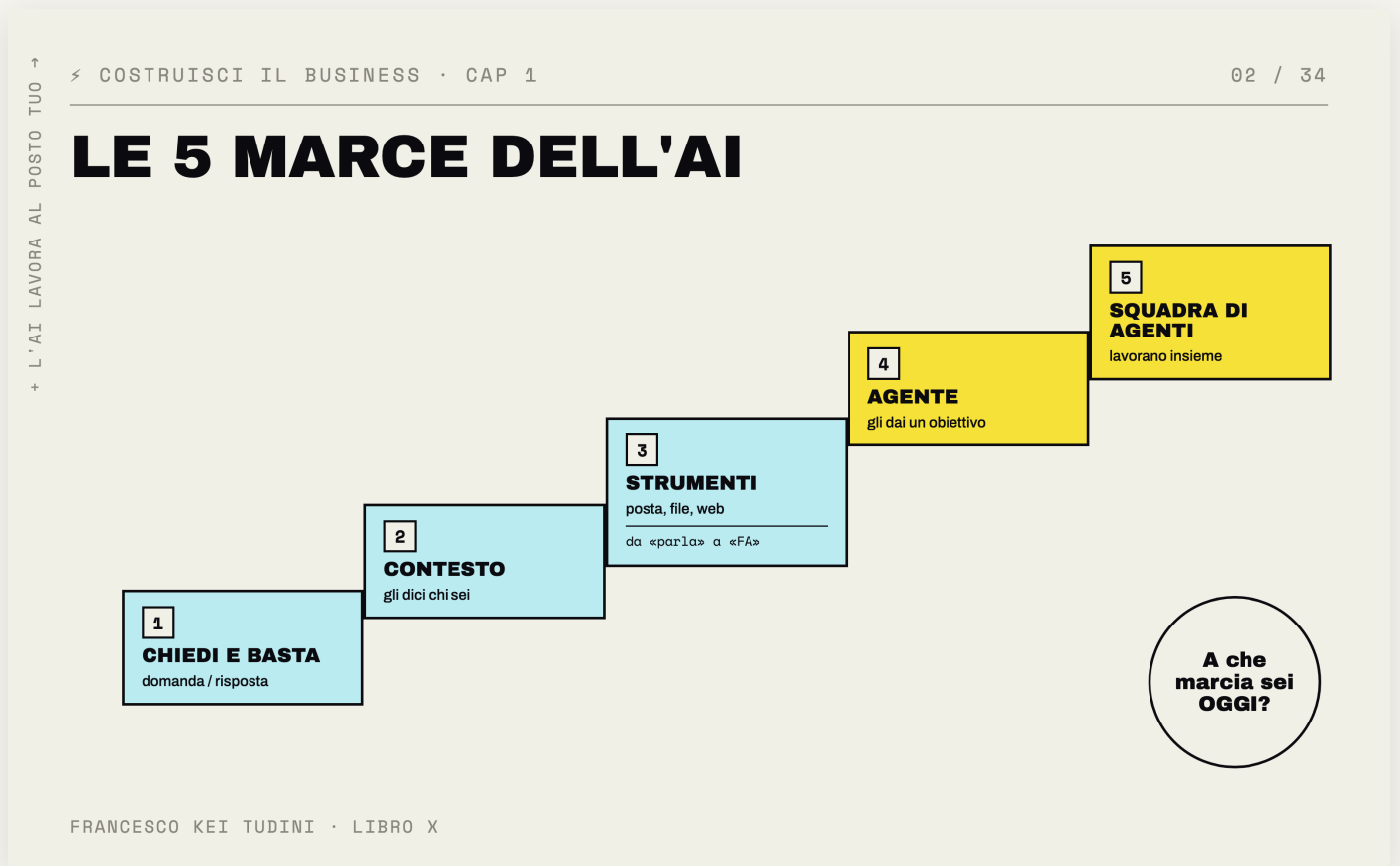
Io lo chiamo un collaboratore che non dorme mai. Tu gli spieghi l'obiettivo come lo spiegheresti a una persona sveglia, e lui lo porta a casa. In questo capitolo voglio toglierti dalla testa l'idea che serva essere un tecnico, e metterti in mano due cose concrete: capire la differenza tra un'AI che ti risponde e una che lavora davvero, e installare lo strumento con cui costruiremo tutto il resto del libro. Sono le fondamenta. Su queste poggia l'intera idea del libro: smettere di fare i compiti a mano e iniziare a dirigere una squadra che li fa al posto tuo.

# Cosa fa davvero, per la tua azienda

Bello a parole. Ma in concreto, cosa fa? Te lo dico con quattro cose che probabilmente fai ogni settimana, e che ti rubano ore. Scrive la mail a un cliente estero, nella sua lingua, pronta da mandare. Riassume quaranta pagine in trenta secondi e ti dice solo quello che conta. Trova e ordina i contatti che ti servono. Prepara la bozza dell'offerta, così tu parti da un foglio già scritto invece che dal foglio bianco. Sono cose che prima ti portavano via mezza giornata. Adesso diventano minuti.

C'è però un punto, ed è il più importante di tutto il capitolo: l'AI non ti sostituisce. Lavora per te, non al posto tuo. A lei il lavoro ripetitivo; a te la testa, le decisioni, i clienti. Tienilo a mente, perché tutto quello che costruiremo gira intorno a questa divisione del lavoro.

## Chi risponde e chi agisce: la parola che cambia tutto



C'è chi usa l'AI per farsi rispondere, e c'è chi la usa per farsi fare il lavoro. In mezzo c'è una parola sola: agente. Ed è quella che ti cambia l'azienda.

Partiamo da quello che già conosci, il chatbot. Tu scrivi una domanda, lui ti dà una risposta. Botta e risposta. Utile, veloce, ma si ferma lì: aspetta sempre te. Il motore sei tu. L'agente è un altro animale. Tu non gli dai una domanda, gli dai un obiettivo. E lui si organizza da solo: capisce cosa serve, fa i passi uno dopo l'altro, usa gli strumenti giusti — la posta, il web, i tuoi file — e torna da te col risultato in mano. Non una risposta da copiare: il lavoro fatto.

Te lo faccio vedere con una cosa di tutti i giorni. Immagina di dover trovare clienti nuovi all'estero. Stesso obiettivo, due modi diversi. Col chatbot gli scrivi “scrivimi una mail per un cliente in Germania”. Lui te la scrive, bella. Ma poi la mail la copi tu, il cliente lo cerchi tu, la mandi tu. Hai risparmiato cinque minuti. Con l'agente cambi proprio la richiesta: “trovami dieci aziende tedesche del mio settore, scrivi a ognuna una mail su misura e mandala”. E lui parte: cerca le aziende, legge i loro siti, scrive dieci mail diverse, le invia e ti lascia il riepilogo. Tu non hai fatto i dieci compiti. Hai dato un obiettivo. Il chatbot ti fa risparmiare minuti. L'agente ti toglie il processo intero dalle mani.

Ricapitoliamo semplice: il chatbot risponde, l'agente fa. Il chatbot lo guidi tu passo passo; all'agente dai l'obiettivo e si guida da solo. E no, non ti serve essere un tecnico. Ti serve saper dire bene cosa vuoi.

## **Le cinque marce dell'AI**

---

Usare l'AI non è acceso o spento. Ci sono cinque livelli, cinque marce, e quasi tutti restano fermi in prima. Più sali di marcia, più l'AI lavora al posto tuo. Il livello a cui guidi decide quanto tempo ti libera: in prima la usi come un motore di ricerca; in quinta le affidi pezzi interi della tua azienda.

I primi tre li puoi toccare già da domani. In prima chiedi e basta: una domanda, una risposta. In seconda gli dai contesto — gli racconti chi sei e cosa stai facendo — e le risposte iniziano a calzarti addosso. In terza gli dai gli strumenti: la posta, i file, il web. Qui l'AI passa da “parla” a “fa”, e il lavoro noioso comincia a sparire dal tavolo.

Poi ci sono le due marce che cambiano l'azienda davvero. In quarta entra l'agente: gli dai un obiettivo e lui torna col risultato, senza che tu lo guidi passo passo. In quinta non hai più un agente solo, ma una squadra di agenti che lavorano insieme. Qui l'AI smette di aspettarti. La domanda da farti adesso è una sola: a che marcia sei tu, oggi? Segnatela, perché tutto il libro serve a farti salire di una.

## **Cosa non delegare mai**

---

Fin qui tutto quello che l'AI può fare per te. Adesso la cosa più importante: quello che non devi darle mai. Chi delega le cose sbagliate non risparmia tempo, si mette nei guai. Il principio è semplice: dalle il lavoro, tieniti le scelte. Se va storto, lo paghi tu — quindi resta tuo.





Quattro cose non le delego, e non dovrei farlo neanche tu. Le decisioni che pesano, quelle da cui dipende dove va l'azienda. Il rapporto vero col cliente, la relazione umana, la tua faccia. Il giudizio sulla qualità: è la tua firma su quello che esce. E le cose delicate — dati sensibili, soldi, questioni legali — dove un errore costa caro. Non le tengo perché l'AI non saprebbe farle. Le tengo perché è lì che vali tu.

La frase da portarti a casa è una: l'AI propone, tu disponi. Lei prepara, scrive, cerca, ordina. Tu guardi, decidi e firmi. Questo è il confine, e non va mai saltato.

## **Installa lo strumento in dieci minuti**

---

# COSA NON DELEGARE MAI

 <p><b>DECISIONI CHE PESANO</b></p>	 <p><b>RAPPORTO COL CLIENTE</b></p>
 <p><b>GIUDIZIO SULLA QUALITÀ</b></p>	 <p><b>DATI · SOLDI · LEGALE</b></p>

lei prepara · tu guardi, decidi, firmi

**L'AI PROPONE — TU DISPONI**

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

Lo strumento del libro si chiama Claude Code. Non lasciarti spaventare dal nome: serve a far lavorare l'AI direttamente sul tuo computer, sui tuoi file e con i tuoi strumenti, e gli parli a parole tue. Si installa in dieci minuti, anche se non hai mai aperto un terminale in vita tua. Il terminale è quella finestra nera che fa paura nei film: qui diventa solo il posto dove scrivi le tue richieste. Una volta installato, è fatta per sempre.

L'installazione è due comandi. Il primo mette Claude Code sul tuo computer; il secondo lo avvia, e compare il messaggio di benvenuto. La prima volta ti chiede una cosa sola: di collegarti al tuo account. Un clic, e sei dentro. Da lì in poi è sempre pronto, e gli parli scrivendo in italiano normale — non scrivi codice, scrivi quello che vuoi. Fallo stasera: cinque minuti e ce l'hai.

## Parlargli per ottenere il giusto

Una volta installato, come gli parli per ottenere quello che vuoi? Non serve un linguaggio speciale. Serve essere chiari, come con una persona sveglia. L'errore di tutti è buttare lì

due parole secche e aspettarsi il miracolo. Trattalo invece come un collaboratore nuovo, bravo ma appena arrivato: digli chi sei, cosa vuoi e com'è fatto il risultato giusto.

C'è una regola che ti porti per tutto il libro: digli l'obiettivo, non i passi. Non spiegargli come fare il lavoro passo per passo; digli dove vuoi arrivare e lascia che sia lui a trovare la strada. “Trova mi”, “scrivimi”, “riassumimi”, “confronta”: parti da un verbo e dal risultato che vuoi in mano. Stasera prova la tua prima richiesta vera, una cosa che ti serve davvero, e guarda cosa ti torna.

## **Dargli il contesto: documenti, sito, dati**

Qui c'è il salto vero. Finché gli fai domande generiche, ti dà risposte generiche. Nel momento in cui gli fai leggere la tua roba — il listino, le mail, il sito, i dati — smette di parlare in astratto e inizia a parlare della tua azienda. È la differenza tra un consulente appena arrivato e uno che lavora da te da dieci anni e conosce ogni cliente.

Ci sono tre modi per dargli il contesto, e sono tutti banali. Un file: lo trascini dentro e lui lo legge. Una cartella: gliela indichi e prende tutto quello che c'è dentro. Un link: gli dai l'indirizzo del tuo sito e se lo studia. Pensa a cosa cambia: gli dai un contratto e gli chiedi i punti a rischio, lui legge le pagine e ti torna con i tre punti critici e dove si trovano. Da risposte da manuale a risposte cucite su di te. Provalo: fagli riassumere un tuo documento e vedi la differenza.

## **I quattro trucchi che contano**

# I 4 TRUCCHI CHE CONTANO

<b>01</b>	<p><b>SII SPECIFICO</b>  <i>«mail breve, cliente in ritardo, tono fermo»</i></p>
<b>02</b>	<p><b>UNA COSA PER VOLTA</b>  <i>spezza, ogni pezzo viene meglio</i></p>
<b>03</b>	<p><b>SOLO IL NECESSARIO</b>  <i>il documento giusto, non l'archivio</i></p>
<b>04</b>	<p><b>IL PIANO PRIMA</b>  <i>elenca i passi → tu correggi → poi parte</i></p>

Chiarezza e ordine battono ogni trucco.

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

Non ti servono mille trucchi. Te ne bastano quattro per ottenere di più e, già che ci sei, lavorare in modo più ordinato. Più ordine dai, meno tempo perdi a rifare.

Il primo: sii specifico. “Scrivi una mail” è poco; “scrivi una mail breve a un cliente che ha ritardato un pagamento, tono cortese ma fermo” è tutto un altro risultato. Il secondo: una cosa per volta. Non caricarlo di cinque richieste in una frase; spezza, e ogni pezzo verrà meglio. Il terzo: dagli solo il necessario. Non rovesciargli addosso tutto; dagli il documento giusto per quel compito, non l'intero archivio. Il quarto, il mio preferito: fagli fare un piano prima. Prima che parta a lavorare, chiedigli di elencarti i passi che intende fare. Tu li leggi, correggi quello che non va, e solo allora gli dici di procedere. Eviti che corra nella direzione sbagliata.

Se di tutto questo capitolo ricordi una cosa sola, ricorda questa: chiarezza e ordine battono ogni trucco.

## Errori da non fare

- **Trattarlo come un robot magico.** Non è una scatola che indovina cosa hai in testa. È un collaboratore sveglio: se non gli spieghi chi sei e cosa vuoi, ti dà risposte generiche.
- **Restare fermi in prima marcia.** Usarlo solo per farti rispondere a domande è sprecarlo. Il valore vero arriva quando gli dai contesto e strumenti, e inizia a fare invece di solo parlare.
- **Delegare le cose sbagliate.** Le decisioni che pesano, la relazione col cliente, il giudizio sulla qualità, i dati e i soldi restano tuoi. Delega il lavoro, mai la responsabilità.
- **Dare due parole secche e aspettarsi il miracolo.** La richiesta scarna produce risultati scarni. Scrivila per intero, come la spiegheresti a una persona nuova.
- **Spiegargli i passi invece dell'obiettivo.** Se gli detti tu ogni mossa, lo riduci a un esecutore lento. Digli dove vuoi arrivare e lascialo organizzare.
- **Lavorare senza contesto.** Finché non gli fai leggere i tuoi documenti, parla del mondo in generale, non della tua azienda. Il contesto è ciò che lo rende utile.

## **Cosa porti a casa**

---

- L'AI è uno strumento che capisce, ragiona e agisce a parole tue: un collaboratore che non dorme mai, non un robot che ti sostituisce.
  - Il chatbot risponde quando chiedi; l'agente prende un obiettivo e torna col lavoro fatto. Tutto il libro serve a passare dal primo al secondo.
  - Ci sono cinque marce, dal "chiedi e basta" alla squadra di agenti: quasi tutti restano in prima, e il tuo compito è salire.
  - Decisioni che pesano, relazione col cliente, giudizio sulla qualità e cose delicate non si delegano: l'AI propone, tu disponi.
  - Con Claude Code installato gli parli in italiano normale, gli dai l'obiettivo e non i passi, gli fai leggere i tuoi documenti e segui quattro abitudini: specifico, una cosa per volta, solo il necessario, il piano prima.
-

# Capitolo 2 — Skill, memoria e la tua prima automazione

## SKILL: INSEGNA UNA VOLTA, USA SEMPRE



Nel primo capitolo hai imparato a parlare all'AI e a darle il contesto giusto. Ma se ci pensi, c'è ancora un problema: ogni volta riparti da capo. Gli rispieghi chi sei, come scrivi le mail, come fai un'offerta. È come avere un collaboratore bravissimo che ogni mattina si ripresenta e non ricorda niente di ieri.

In questo capitolo risolviamo proprio questo. Ti mostro tre cose che trasformano l'AI da assistente che "ti aiuta a pensare" ad assistente che "ti toglie il lavoro dalle mani": le Skill, per insegnarle una procedura una volta sola; la memoria, perché si ricordi chi sei; e il secondo cervello, perché conosca la tua azienda meglio di te. Poi le mettiamo insieme e costruiamo la tua prima automazione vera — una cosa che si fa da sola, anche mentre dormi. È il momento in cui smetti di fare i compiti a mano e inizi a dirigere.

## Le Skill: insegna una volta, usa sempre

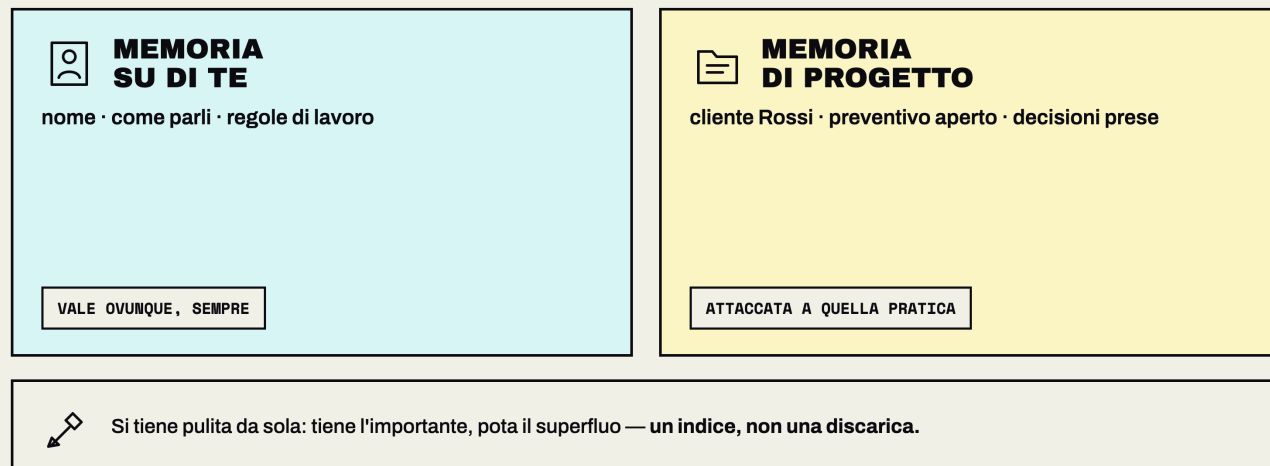
Pensa a quante volte spieghi la stessa procedura ai tuoi: come si scrive una mail nel tono giusto, come si prepara un'offerta, come si gestisce un reclamo. Con un collaboratore nuovo glielo spieghi una volta, e da lì in poi lo sa fare da solo. Una Skill è esattamente questo, ma per l'AI: un pacchetto di istruzioni che scrivi una volta e che lei rifà sempre uguale, con qualità costante. Smetti di rispiegare; insegna una volta sola.

E non è solo testo. Una Skill può cercare i dati, controllarli e rimetterli in ordine: è un mini-collaboratore specializzato. Io ne ho alcune che uso ogni giorno. Una al mattino mi prepara la giornata, mettendo insieme l'agenda e le cose ancora aperte. Una controlla a che punto sono i progetti. Una scrive i post nella mia voce, come li scriverei io. Il salto è questo: da una cosa che rifaccio da zero ogni volta a una procedura fissa che parte e gira.

E qui c'è la parte più bella, quella che conta per chi vuole costruire un'azienda: la stessa Skill la usa tutta la squadra. Una persona trova il modo giusto di fare una cosa, lo trasforma in Skill, e da quel momento tutti lavorano a quel livello. La bravura non resta chiusa in una testa: diventa dell'azienda. Comincia in piccolo — prendi la procedura che ripeti più spesso, scrivila su un foglio, e quella sarà la tua prima Skill.

## **Dai una memoria all'AI**

# DUE MEMORIE



FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

La cosa più fastidiosa dell'AI, te l'ho detta: ogni volta si dimentica chi sei. La memoria risolve questo. È come darle un blocco di appunti che si porta sempre dietro: chi sei, cosa fai, le tue preferenze, le decisioni già prese. La attivi tu con un comando, e da lì ogni conversazione parte già col contesto giusto, senza che tu ripeta niente.

C'è una distinzione utile, perché ci sono due tipi di memoria che fanno cose diverse. Una è la memoria su di te: il tuo nome, come parli, le tue regole di lavoro. Vale sempre, in ogni conversazione, qualunque cosa tu stia facendo. L'altra è la memoria di progetto, legata a una pratica precisa: il cliente Rossi, il preventivo aperto, le decisioni prese su quel lavoro. Resta lì, attaccata a quel progetto. Il bello si vede quando riprendi una pratica dopo tre settimane: invece di ricostruire tutto a mente, l'AI sa già a che punto eravate. Una segretaria con memoria di ferro.

Una cosa che mi ha sorpreso: questa memoria si tiene pulita da sola, un po' come fa il cervello quando dormi. Ogni tanto rilegge quello che ha annotato, tiene l'importante e pota il superfluo, così resta snella e ritrova le cose in fretta. Il file della memoria è un indice, non una discarica. Prova stasera: scrivi tre righe su di te — chi sei, cosa fai, come vuoi che ti risponda — dille di ricordarsele, e domani guarda la differenza.

## **Il secondo cervello: la tua memoria fuori dalla tua testa**

---

Adesso un'idea che vale più di mille strumenti. Il tuo vero capitale non è un macchinario: è quello che sai. I clienti, i prezzi, come tratti le persone, gli errori che hai imparato sul campo. Il problema è che è tutto sparso — tra mail, fogli, note del telefono, foglietti e la tua testa. Il secondo cervello è una memoria esterna, fatta dei tuoi appunti e documenti, con l'AI sopra che cerca, trova e collega. Tu chiedi, e lei ti risponde come se avesse letto ogni tua mail, ogni preventivo, ogni nota. Non cerchi più tu: cerca lei.

C'è una regola madre che fa la differenza tra un mucchio di file e un vero secondo cervello: lavora a ritroso. Parti dalla domanda che farai dopo. Se tra sei mesi vorrai “tutto su Rossi”, allora oggi le cose di Rossi le metti in un posto suo, col suo nome. È come un magazzino: ordini le viti per misura non per fare ordine, ma perché sai come le cercherai. La prova del nove è una sola domanda: “il mio assistente riesce a ritrovarlo?”. Se sì, va bene. Se no, manca un'indicazione. E ricorda che stiamo parlando solo di cartelle e appunti ordinati, niente di informatico.

La cosa più importante per non bloccarti: parti piccolo. Una cartella, oggi. Non ti serve il sistema perfetto; ti serve cominciare a versarci dentro quello che sai. Non creare ordine dove non c'è un problema: comincia da ciò che cerchi sempre e non trovi mai. Da lì cresce da solo, fino al punto in cui l'AI conosce la tua azienda meglio di un dipendente che ci lavora da dieci anni — e può perfino intervistarti per tirarti fuori quello che hai in testa e non hai mai scritto. Stasera, dieci minuti: crea una cartella col nome del cliente o del progetto più importante e buttaci dentro tre cose oggi sparse. È il primo mattone.

## **L'assistente di tutti i giorni**

---

Adesso mettiamo insieme i tre pezzi: le competenze delle Skill, la memoria e il secondo cervello, in un unico assistente. Quando sa già chi sei e ha letto la tua roba, non parti più dal foglio bianco: tu dai l'indicazione e lui fa il grosso. Ti porta dal cinquanta al novanta per cento del lavoro. La mia mattina inizia così: “preparami la giornata”. Guarda l'agenda e le cose aperte, e in mezzo minuto mi mette in fila cosa fare.

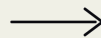
La cosa che fa cadere la mascella è che fa più cose insieme, mentre tu pensi ad altro. Mentre sono al telefono, gli lascio tre richieste: scrivi una mail al fornitore nel mio tono, prepara un riassunto del progetto, fammi una bozza di post. Quando chiudo la chiamata è tutto pronto, resta solo da dare l'ok. Mezz'ora risparmiata, zero salti di testa. A lui passi la roba di routine — mail standard, ricerche, promemoria, riassunti, prime bozze — e tieni per te le decisioni.

E più lo usi, più diventa proattivo. Non aspetta solo gli ordini: si fa avanti lui. Ti dice che un cliente non ha ancora risposto e forse va sollecitato, che un progetto è fermo da una settimana. Se vuoi un modo per costruirlo, pensa a quattro pezzi: la casa (le istruzioni e gli appunti dove vive), la vita (chi sei tu), le mani (i primi compiti che gli dai), la crescita (l'uso di tutti i giorni che lo affina). Domani mattina, prima di aprire le mail, chiedigli di prepararti la giornata. Provalo una volta e dimmi se torni indietro.

## La prima automazione parte da un problema tuo

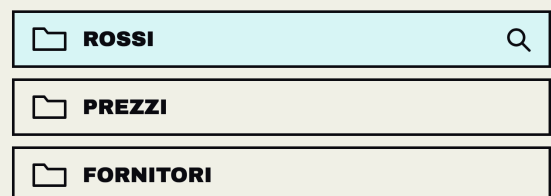
# IL SECONDO CERVELLO

PRIMA - sparso ovunque



LAVORA  
A RITROSO

DOPO - ritrovabile



«Il mio assistente riesce a ritrovarlo?»

parti da UNA cartella, oggi.

Adesso il passo che chiude tutto: la prima automazione. Un'automazione è una cosa che si fa da sola, che imposti una volta e poi gira. Ma attenzione, perché qui sbagliano in tanti: non si parte dallo strumento, si parte dal problema. Dalla rottura di scatole reale, di tutti i giorni. La mail uguale riscritta venti volte. Il file copiato a mano da una parte all'altra. Il riepilogo che ti rifai ogni sera.

Quali compiti dai via per primi? Quelli noiosi e sempre uguali. Non quelli dove serve la tua testa, il tuo intuito, la tua faccia col cliente. Pensa alla mail al cliente nuovo: apri, leggi, rispondi, alleggi il listino, dieci volte al giorno. Quello è uno stampino, e gli stampini vanno alla macchina. Dove invece decidi, costruisci una relazione o dai un giudizio, resti tu. La tua prima automazione, quindi, non la cerchi nei programmi: la trovi nella tua giornata di oggi. Scrivi i tre compiti più noiosi della settimana e cerchia quello che fai più spesso.

## **Costruire il primo workflow: trigger e azione**

---

Ora lo trasformiamo in automazione vera. Ogni automazione è fatta di due pezzi soli: una scintilla che la fa partire — il trigger — e una cosa che deve succedere — l'azione. “Arriva la mail di un cliente nuovo” è il trigger; “preparami una bozza gentile col mio tono e allega il listino” è l'azione. E come sempre, dici il cosa, non il come. Se qualcosa non è chiaro, l'AI non parte a casaccio: ti ferma e ti fa le domande giuste, una alla volta.

Si costruisce parlando. Apri Claude Code e gli dici, in una frase: “quando arriva una mail da un cliente nuovo, preparami una bozza gentile col mio tono e allega il listino”. Lui ti chiede quello che gli serve — da dove prendo le mail, che tono uso, in che lingua — tu rispondi, e solo allora costruisce. Niente codice. Vale qui la regola d'oro del capitolo precedente: fagli fare un piano prima. Ti elenca i passi, tu li leggi, correggi quello che non va, e poi gli dici di andare.

La prima volta non viene perfetta, ed è giusto così. La fai partire, guardi cosa esce, e la sistemi parlando. La bozza è troppo lunga? “Accorciala.” Manca il listino? “Aggiungilo.” Due o tre giri di “provi, guardi, correggi a parole” e ce l'hai. Oggi apri Claude Code e scrivi in una frase la tua automazione — solo il cosa — e lascia che sia lui a farti le domande.

## **L'automazione che parte da sola**

---

Finora l'automazione partiva quando facevi tu qualcosa: arrivava una mail, e lei rispondeva. Adesso le diamo una sveglia. Le metti un orario, esattamente come una sveglia, e si presenta puntuale anche se tu non ci sei. Si passa dall'evento all'orario fisso: non più “quando arriva una mail”, ma “ogni mattina alle sette”. L'esempio che amo è il riepilogo del mattino: insieme al caffè, le mail importanti, gli ordini, le tre cose a cui rispondere oggi. Prima rispondeva quando la chiamavi; adesso lavora mentre dormi.

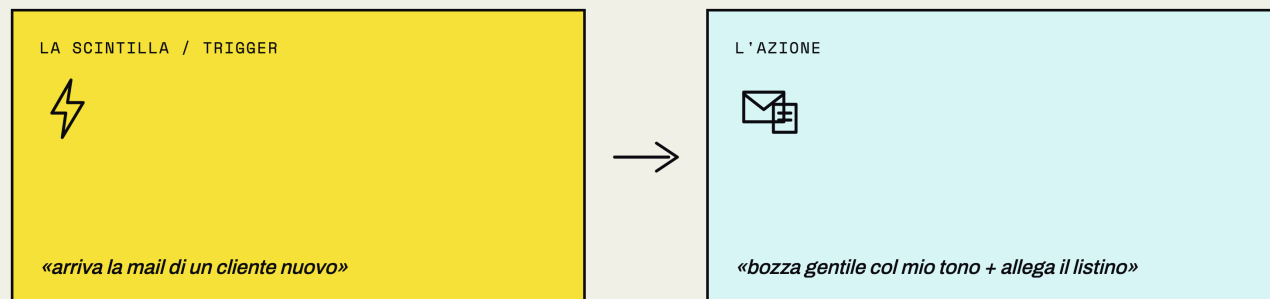
Come fa, da sola? È un ciclo di quattro passi. Si sveglia all'ora che hai detto, partendo da zero. Legge i suoi appunti, per sapere chi sei e cosa deve fare. Fa il compito. E scrive cosa ha fatto, così resta traccia. Poi si riaddormenta fino al giorno dopo. Decidi tu tutto il resto: a che ora, quanto spesso, quando spegnerla.

La cosa più bella è il ribaltamento del tempo: le affidi un compito la sera e lo ritrovi fatto al mattino. Tu stacchi, lei continua. Pensa a tutte le cose che potresti ricevere già pronte: il riepilogo della posta ogni mattina, il controllo degli ordini ogni sera, l'elenco dei clienti da richiamare ogni lunedì. Stasera scrivi il riepilogo che vorresti ricevere ogni giorno — a che ora e cosa deve contenere.

## **Mandarla in produzione**

---

# TRIGGER + AZIONE



dici il COSA, non il come · se non è chiaro, ti fa le domande giuste

**COSTRUISCI** → **PROVI** → **AGGIUSTI** ↻

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

C'è ancora un limite: tutto questo gira sul tuo computer, e se chiudi il portatile si ferma. Mandarla in produzione vuol dire una cosa sola: farla girare sul serio, sempre, anche a computer spento. È la differenza tra i documenti che hai solo sul telefono — spento il telefono, spariti — e una cassetta sempre aperta da cui prendi quello che ti serve da ovunque. La metti in un posto sempre acceso, tu chiudi il portatile, vai a dormire o vai in ferie, e lei continua.

Prima di lasciarla sola, però, due regole d'oro. La prima: dalle dei paletti chiari, che sono il tuo freno a mano. “Mai una mail senza che la veda io.” “Non superare un certo numero al giorno.” “Nel dubbio, fermati e avvisami.” La seconda: provala a mano qualche volta prima di affidargliela. Guardala lavorare passo per passo, correggi quello che non torna, e solo quando ti fidi lasciala andare. Voglio essere onesto: non è una scatola magica. Quando un'automazione gira da sola, il tuo lavoro cambia — diventa controllare la qualità di quello che produce.

E per stare sereno mentre gira, le insegni ad avvisarti. Quando finisce un lavoro, ti manda un “fatto”. Se qualcosa si rompe, ti scrive “serve la tua mano” e ti dice cosa fare. Il

messaggio ti arriva in tasca, che tu sia alla scrivania, a dormire o in ferie. Oggi aggiungi una riga sola alla tua automazione: “avvisami sempre quando hai finito”.

A questo punto hai chiuso il cerchio delle fondamenta. Sai cos'è l'AI, sai parlarle, le hai dato i tuoi documenti, le hai insegnato procedure con le Skill, le hai dato una memoria e un secondo cervello, e hai mandato in produzione la tua prima automazione che gira anche a luce spenta. La maggior parte delle persone non ci arriva mai. Tu sì. E da qui in poi non parleremo più di una sola automazione: parleremo di agenti veri che costruiscono, vendono e fanno girare il tuo business.

## **Errori da non fare**

---

- **Rispiagare tutto ogni volta.** Se ogni conversazione riparte da zero, perdi tempo e qualità. Dalle una memoria e mettile le procedure in una Skill: si insegna una volta, si usa sempre.
- **Partire dallo strumento invece che dal problema.** L'automazione giusta non è nei programmi, è nella tua giornata. Scegli il compito più noioso e ripetitivo, poi cerca come automatizzarlo.
- **Automatizzare ciò che richiede la tua testa.** Stampino sì, decisioni e relazioni no. Se serve giudizio, intuito o la tua faccia col cliente, quel pezzo resta tuo.
- **Costruire il secondo cervello senza pensare a come cercherai.** Versare file a caso crea un mucchio, non una memoria. Lavora a ritroso: metti via le cose come le cercherai dopo.
- **Pretendere che la prima automazione sia perfetta.** Non lo sarà, ed è normale. La fai partire, guardi cosa esce e la aggiusti a parole in due o tre giri.
- **Lasciarla sola senza paletti, prove e notifiche.** In produzione non è una scatola magica. Dalle limiti chiari, provala a mano, falle mandare un avviso quando finisce o quando si rompe — e tieniti il controllo della qualità.

## **Cosa porti a casa**

---

- Le Skill ti fanno insegnare una procedura una volta sola: l'AI la rifà sempre uguale, e la stessa Skill la usa tutta la squadra.

- La memoria le fa ricordare chi sei e a che punto sono i progetti, su due livelli — su di te, valida ovunque, e di progetto, legata alla singola pratica.
- Il secondo cervello è la tua conoscenza fuori dalla tua testa: parti piccolo da una cartella e lavora a ritroso, partendo dalla domanda che farai dopo.
- Le tre cose insieme diventano un assistente di tutti i giorni che ti porta dal cinquanta al novanta per cento, lavora in parallelo e si fa avanti da solo.
- La prima automazione nasce da un compito noioso tuo, si costruisce a parole come trigger più azione, può partire da sola a un orario fisso e va in produzione con paletti, prove e notifiche — con la qualità sempre nelle tue mani.

## Capitolo 3 — Dai all'AI la tua conoscenza: RAG, primi agenti e la voce

### IL CICLO CHE GIRA DA SOLO



dall'evento all'orario fisso - «ogni mattina alle 7»

Nel capitolo precedente hai imparato a usare l'AI: le chiedi una cosa, lei te la fa. Bene. Ma c'è un limite che avrai già sentito sulla tua pelle. L'AI, da sola, non sa niente di te. Non conosce i tuoi prezzi, i tuoi contratti, il modo in cui scrivi le mail ai clienti, le frasi che usi quando devi chiudere un preventivo. È come una persona molto sveglia che però non ha mai aperto un cassetto del tuo ufficio. Le fai una domanda sulla tua azienda e ti risponde in modo generico, perché di te non sa nulla.

In questo capitolo ci occupiamo proprio di questo: dare all'AI la tua conoscenza, quella che hai solo tu, e poi farle fare il lavoro vero. Prima le apriamo i cassetti. Poi le insegniamo a portare a termine un compito intero da sola. E alla fine la mettiamo al telefono, a rispondere ai clienti con una voce che non sembra una macchina. È qui che inizia il “costruire”: smetti di fare tutto a mano e cominci a dirigere qualcosa che lavora al posto tuo.

## **Il RAG: aprirle i cassetti**

---

Si chiama RAG. È un nome brutto, ma l'idea è semplicissima. Significa dare all'AI una base di conoscenza esterna — i tuoi documenti, le tue mail, il tuo listino — che lei consulta prima di risponderti. Senza, ti dà un preventivo generico. Con, ti dà un preventivo con i tuoi prezzi e il tuo tono. La differenza è tutta lì.

Ti faccio l'esempio più concreto che mi viene: il sito di un cliente. Immagina che ti scriva un'azienda, magari straniera, e tu prima di rispondere vuoi capire chi sono. Di solito apri il loro sito, leggi cinque pagine, ci perdi venti minuti. Con il RAG fai un'altra cosa: dai l'indirizzo del sito all'AI, lei lo scarica, lo ripulisce, tiene la sostanza. In pochi secondi da pagina web è diventata conoscenza pronta. E quando le chiedi di scriverti una mail per quel cliente, te la scrive da uno che lo conosce davvero: su misura, con tre punti che riguardano proprio lui.

Vale per qualunque documento. Un sito, un contratto, un capitolato, un manuale del fornitore. Glielo dai, lei lo legge, lo tiene a mente e da lì in avanti ci lavora come se ci fosse cresciuta dentro.

E qui c'è il punto che voglio ti resti. Tutti hanno la stessa AI. Il tuo concorrente apre lo stesso identico programma. Quello che lui non ha sono i tuoi documenti, la tua esperienza, il tuo modo di lavorare. Il RAG è quello che rende l'AI davvero tua, non un'AI qualunque. Ed è un vantaggio che non si copia.

## **Costruire e vendere un RAG a un cliente**

---

Quel RAG che hai fatto per te puoi prepararlo per un'altra azienda e fartelo pagare. Lì smette di essere un giochino e diventa un mestiere. Quello che fai per te, lo vendi agli altri.

Ma attento a cosa stai vendendo davvero. Non vendi l'AI — quella ce l'hanno tutti. Vendi l'AI che conosce a memoria quell'azienda. Pensa a uno studio commercialista: le risposte ai clienti esistono già, sono dentro le circolari, dentro le vecchie mail. Solo che ogni volta vanno ritrovate a mano, e si perde tempo. Un sistema che pesca quelle risposte da solo lo costruisci in un pomeriggio, perché il lavoro pesante l'hai già imparato facendolo per te. E lo consegni a un valore ben più alto di quello che ti è costato.

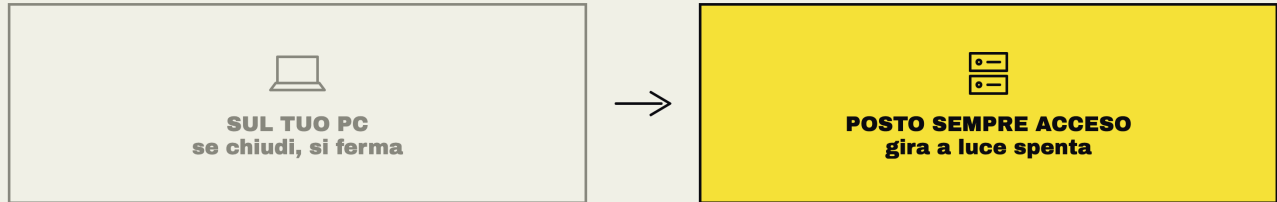
Come scegli il primo cliente, così non parti a caso? Cerca chi affoga nelle stesse domande tutto il giorno. Ci sono tre segni che ti dicono che è quello giusto: gli fanno sempre le stesse domande; le risposte esistono già ma sono sparse ovunque; e il tempo che ci perde sono soldi che lascia sul tavolo. Pensa a un'agenzia immobiliare, a un'officina, a un grossista. Sono pieni di questo.

E quando glielo proponi, non dirgli “ti faccio un RAG”. Non gli interessa, non sa nemmeno cosa sia. Digli: “ti tolgo le domande ripetitive, le risposte arrivano da sole e arrivano giuste”. Quello lo capisce e lo vuole.

C'è una regola d'oro in tutto questo: piccolo e finito batte grande e fumoso. L'errore numero uno è promettere di sistemare tutta l'azienda. Scegli invece un problema solo, piccolo e ben definito, e consegnalo finito. Un lavoro consegnato fa una cosa preziosa: il cliente si fida, e ti chiede lui il pezzo successivo. E parti pure da casa tua: il RAG che hai costruito per te è già il tuo primo esempio da mostrare.

# Il primo agente: più cose in fila

## MANDARLA IN PRODUZIONE



### LE 2 REGOLE D'ORO



#### PALETTI CHIARI

«mai una mail senza che la veda io»



#### PROVALA A MANO PRIMA

poi lasciala andare

avvisami sempre: «fatto» / «serve la tua mano»

Finora l'AI ti fa una cosa alla volta. Le chiedi, ti risponde, le chiedi di nuovo. Il filo del discorso lo tieni tu. Adesso facciamo un salto: le facciamo fare una catena di passi da sola, fino in fondo. Si chiama workflow agentic — “agentic” perché agisce, non aspetta il tuo comando a ogni riga.

La differenza è questa. Prima usavi l'AI come una calcolatrice: una domanda, una risposta, e il prossimo passo lo decidi tu. Adesso le dici il risultato che vuoi, e lei si organizza i passi da sola. Spezza il lavoro, esegue, controlla, va avanti. È come affidare a qualcuno una pratica intera dicendo: “portala a casa tu”.

Ti faccio un esempio buono per qualunque attività: gestire una richiesta che arriva. A mano, un preventivo sono cinque passi. Leggi la richiesta. Cerchi i dati che ti servono. Scrivi il preventivo. Prepari la mail. Lasci tutto pronto per la firma. Con un agente, dai un comando solo e lui fa la fila di passi per te: tu ti ritrovi la bozza pronta. Il tuo posto si

sposta alla fine: controlli e firmi. Lo stesso schema vale per smistare le mail, preparare documenti, mettere insieme un report.

Ma voglio essere onesto con te, perché di promesse gonfiate in giro ce ne sono troppe. Agentico non vuol dire “da lasciare solo”. Non è la macchina magica che lavora 24 ore su 24 mentre dormi e ti risolve la vita. Il workflow fa la fatica meccanica dei passaggi; la direzione e il controllo li dai tu. Non sparisce dal processo: ti sposti. Lasci i passi ripetitivi, tieni le decisioni. E parti in piccolo: un compito noioso solo, trasformato in catena. Poi cresci.

## **Dirigere l'AI per risultati veri**

---

C'è un modo perdente di usare l'AI, e ha pure un nome: andare a sentimento. Le butti lì una richiesta vaga, lei ti dà qualcosa di mediocre, tu correggi, metti una pezza, ne metti un'altra, e dopo venti minuti hai girato in tondo per ottenere poco. Chi invece dirige bene fa il contrario: mette in chiaro tre cose prima di partire. Cosa fare. Per chi. E com'è fatta una risposta buona — possibilmente con un esempio. Non è fortuna e non è tecnologia: è dare istruzioni chiare invece di ordini al buio.

C'è una regola madre che devi tatuarti: l'AI fa quello che le dici, non quello che hai in testa. Se la risposta è vaga, è perché la domanda era vaga. Aggiusta quella. Guarda la differenza. “Scrivimi una mail per un cliente” è un ordine al buio. “Scrivimi una mail per un cliente estero, che ha un preventivo fermo da una settimana, tono cortese ma deciso, corta, e chiudi proponendo una telefonata” è una direzione vera. Stessa AI, due mondi diversi. La differenza sei tu e quanto le hai spiegato.

C'è anche un trucco che ti fa risparmiare un sacco di rifacimenti: prima di farle scrivere la cosa, falle ripetere cosa ha capito. In dieci secondi vedi se ha preso la strada giusta e correggi subito, invece di accorgertene alla fine quando ha già prodotto tutto.

E quando il lavoro è grosso? Un pezzo alla volta, e controlli ogni pezzo. Non lanciarle dieci cose in una volta e poi sparire. Perché se sbaglia al secondo passo e te ne accorgi solo alla fine, butti tutto. Spezza, controlla ogni pezzo, poi vai avanti. Resti tu al timone.

## IL RAG: APRIRLE I CASSETTI



**TUTTI HANNO LA STESSA AI — non i tuoi documenti.**

un vantaggio che non si copia.

Pensa all'ultima volta che hai chiamato un'azienda e non ha risposto nessuno. Quel cliente, molto probabilmente, è già andato dal concorrente. Una chiamata persa è un cliente perso. E adesso possiamo metterci una pezza: un agente vocale che risponde al telefono. Sempre. Anche alle nove di sera, anche nei festivi.

Un agente vocale è una voce naturale, una conversazione vera. La voce la mette uno strumento di sintesi vocale, il ragionamento lo mette Claude. Facciamo un caso che conoscono tutti: uno studio dentistico. Squilla il telefono all'ora di pranzo, quando in segreteria non c'è nessuno. Di solito è una chiamata persa. Invece l'agente risponde con una voce gentile, chiede il nome e l'urgenza, guarda l'agenda, propone "domani alle 10", e manda un SMS di conferma. E intanto raccoglie tutto: nome, numero, motivo della chiamata.

Lo stesso vale per l'agenzia immobiliare che squilla la sera, per l'officina il sabato, per il ristorante nell'ora di punta. E non è fantascienza: oggi al telefono quasi non ti accorgi che

è una macchina. Soprattutto, lo controlli tu: decidi cosa dice, fin dove si spinge, e quando deve passare la chiamata a te.

## **Richiamare i contatti mai ricontattati**

---

Quanti contatti hai raccolto questo mese e poi non hai mai richiamato? Un lead è semplicemente questo: un contatto che alza la mano. Compila un modulo, lascia il numero, ti manda un messaggio. Il problema è che riceverli non basta. Servono due cose: richiamarli in fretta e capire quali valgono il tuo tempo.

La velocità conta più di quanto pensi. Richiamare un contatto nei minuti in cui ha alzato la mano, invece che il giorno dopo, cambia di parecchio le tue chance di chiudere. Un agente scatta nell'istante: contatta, raccoglie le informazioni, capisce se quel contatto vale.

E qui arriva la parola chiave: qualificare. Vuol dire separare chi può davvero comprare da chi sta solo guardando. Prendi un'agenzia immobiliare: dieci richieste sembrano tutte uguali, ma non lo sono. L'agente fa qualche domanda filtro — qual è il budget, quali sono i tempi, hai già venduto la casa attuale — e man mano attacca un'etichetta: caldo, lo segui subito; tiepido, con calma; freddo, lascia perdere. Tu rientri e trovi la lista già ordinata. Pensa a una rete che pesca per te anche di notte: cattura, fa le domande, classifica, 24 ore su 24. Non lavori di più. Smetti solo di lasciar raffreddare i contatti caldi in un cassetto.

## **Automatizzare ciò che sai fare meglio**

---

C'è una cosa che sai fare meglio di tutti, e finora l'hai fatta solo tu, a mano. Quella cosa puoi impacchettarla, e farla girare da sola. Un servizio, in fondo, è una serie di passi sempre uguali. Pensa a come fai un preventivo: ascolti il cliente, recuperi i prezzi, fai i conti, scrivi, mandi. Impacchettarlo vuol dire scrivere quei passi come una ricetta per l'AI. E parti da ciò che già sai: l'esperto sei tu, l'AI ci mette solo le braccia.

Ti faccio l'esempio del preventivo di un imbianchino, ma vale per quasi tutti. Oggi è così: arriva la richiesta, fai il sopralluogo, calcoli, scrivi, invii. Ci va mezza giornata. Tu gli insegni le regole una volta sola: i metri quadri, il costo all'ora, i ricarichi, le frasi che usi di solito. Da lì in avanti ti ritrovi la bozza già pronta, la controlli, firmi. Funziona uguale per il commercialista, per il consulente, per chiunque venda un sapere fatto di passi.

La domanda da farti stasera è una sola: "qual è la cosa che rifaccio sempre nello stesso modo?". E attenzione: non cercare il lavoro più creativo, cerca quello più meccanico. È lì che l'AI ti libera di più tempo.

## La voce che non sembra un robot

### IL CLIENTE GIUSTO: 3 SEGNI



**GLI FANNO SEMPRE LE STESSA DOMANDE**



**LE RISPOSTE ESISTONO MA SONO SPARSE**



**IL TEMPO PERSO = SOLDI SUL TAVOLO**



agenzia immobiliare



officina



grossista



studio commercialista

COME LO PROPONI

«ti faccio un RAG» →

«ti tolgo le domande ripetitive, le risposte arrivano giuste»

piccolo e finito batte grande e fumoso.

Quando capisci nei primi tre secondi che dall'altra parte c'è un robot, ti viene voglia di riattaccare. Vogliamo l'opposto. E la differenza tra un agente che funziona e uno che fa scappare i clienti non è il software: è il setup. Sono tre i pilastri. La voce, naturale, fatta da un buon motore di sintesi. Il cervello, cioè Claude con le istruzioni che gli dai. E i

collegamenti: l'agenda per fissare gli appuntamenti, l'archivio dove salva i contatti. Cura questi tre e l'agente suona vero.

Ma il pezzo che conta davvero sono le istruzioni. Un agente vale esattamente quanto il copione che gli scrivi. Tre regole. Primo: dagli un carattere, un tono coerente, così non sembra che cambi personalità a ogni frase. Secondo: digli cosa fare nel dubbio. Se non sa una cosa, non deve inventarla — deve dire che farà richiamare. Un agente che ammette di non sapere è più credibile, non meno. Terzo: dagli degli esempi, due o tre conversazioni tipo, così capisce lo stile.

E parti piccolo, su una cosa sola. Non l'agente perfetto da domani: un agente utile, che fa bene un compito solo — per esempio fissare appuntamenti — e migliora ogni settimana.

## **Errori da non fare**

---

- **Pensare che l'AI ti conosca già.** Da sola non sa niente di te. Se non le dai i tuoi documenti, ti darà sempre risposte generiche che potrebbe dare a chiunque.
- **Vendere “un RAG” o “un'AI”.** Al cliente non interessa la sigla. Gli interessa togliersi un problema. Parla del problema che risolvi, non della tecnologia.
- **Promettere tutta l'azienda.** Grande e fumoso non si consegna mai. Scegli un problema piccolo e finito, e portalo a casa: la fiducia nasce da lì.
- **Crede che “agentico” voglia dire “da lasciare solo”.** Il workflow fa la fatica dei passaggi, ma la direzione e il controllo restano tuoi. Non sparire dal processo.
- **Dare ordini al buio.** “Scrivimi una mail” produce una mail mediocre. Di' per chi è, che tono vuoi, quanto lunga, e dai un esempio. La risposta vaga nasce sempre da una domanda vaga.
- **Far inventare le cose all'agente vocale.** Nel dubbio deve ammettere di non sapere e farti richiamare. Un agente onesto è più credibile di uno che spara risposte a caso.

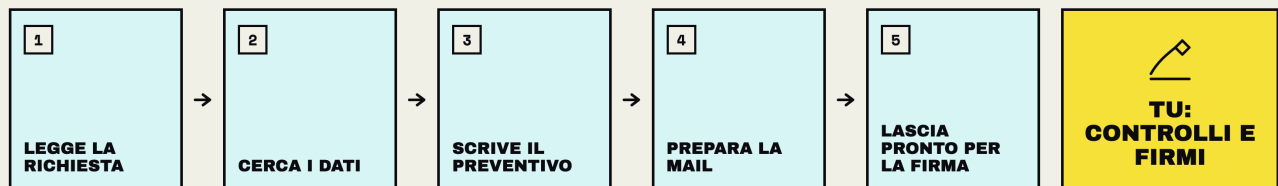
## **Cosa porti a casa**

---

- Il RAG è semplice: dai all'AI i tuoi documenti e lei smette di essere generica e diventa la *tua* AI — un vantaggio che il concorrente non può copiare.
- Quello che costruisci per te lo puoi vendere: cerca chi affoga nelle stesse domande tutto il giorno, risolvigli un problema piccolo e finito, e consegnalo.
- Un agente porta a termine una catena di passi da solo; tu ti sposti alla fine, a controllare e firmare, ma il timone resta in mano tua.
- Si dirige l'AI mettendo in chiaro prima cosa fare, per chi e com'è una risposta buona — e facendole ripetere cosa ha capito prima che parta.
- La voce al telefono non è fantascienza: vale per la chiamata persa e per i lead da richiamare, e la qualità sta tutta nelle istruzioni e nel partire piccolo su un compito solo.

## Capitolo 4 — Automazioni con n8n, team di agenti e app/siti parlando

### UN AGENTE: 5 PASSI IN FILA



agentic \* da lasciare solo · tu non sparisci, ti SPOSTI alla fine.

Nel capitolo precedente hai dato all'AI la tua conoscenza e le hai fatto fare un lavoro intero da sola. Ora alziamo il livello. Ti porto dentro lo strumento che ti fa vedere le tue automazioni disegnate e sotto controllo, n8n. Poi facciamo un altro salto, da un agente solo a una squadra intera di agenti che si passano il lavoro come una catena di montaggio. E alla fine ti mostro la cosa che a me ancora oggi sembra incredibile: costruire un'app, un sito e perfino i video — questi video — parlando, senza scrivere una riga di codice.

È la parte più concreta del “costruire”. Qui smetti di immaginare cosa potresti fare e cominci a mettere in piedi pezzi di azienda che girano da soli. Una premessa, però, te la faccio subito: lo strumento non è il punto. Il punto è il problema che vuoi togliere. Tieni questa frase in tasca per tutto il capitolo.

## **Cos'è n8n**

---

n8n è il pannello dove costruisci automazioni trascinandoci blocchi, senza codice. Immaginalo come una scrivania: un foglio bianco e dei riquadri. Ogni riquadro è un'azione, ogni linea che li unisce è l'ordine in cui succedono le cose. Non è una scatola nera: vedi il percorso con i tuoi occhi, e quando qualcosa va storto sistemi solo il blocco giusto. E parla con quello che già usi — la posta, i fogli di calcolo, il gestionale, l'AI.

Ti mostro com'è fatto dentro, così non resta un'idea vaga. Tre blocchi in fila e una linea che li unisce sono già un'automazione vera. Il primo blocco è il trigger, la scintilla: per esempio “arriva una richiesta dal sito”. Il secondo è l'AI che legge e mette in ordine: tira fuori il nome e la richiesta. Il terzo scrive il risultato in un foglio e ti avvisa. Tre riquadri, due linee, e gira da solo anche di notte.

Ma la cosa importante non è il programma. È il modo di pensare. Ogni lavoro noioso è una sequenza di passi piccoli. Apri la mail, copi il nome, lo incolli, rispondi: sono quattro blocchi. Spezzare un lavoro ripetitivo in passi piccoli — quello è il superpotere, n8n è solo dove lo disegni. E non sei solo a costruirlo: descrivi a Claude Code lo schema a parole e lui te lo monta.

## **Il primo workflow da zero**

---

Regola d'oro del primo workflow: deve essere stupido. Piccolo, una cosa sola, niente di ambizioso. L'esempio che uso io è il più banale che ci sia: arriva un messaggio, l'AI lo riassume in due righe, il riassunto finisce in un foglio con la data accanto. La forma è sempre la stessa: qualcosa entra, succede qualcosa, qualcosa esce. Entra, succede, esce.

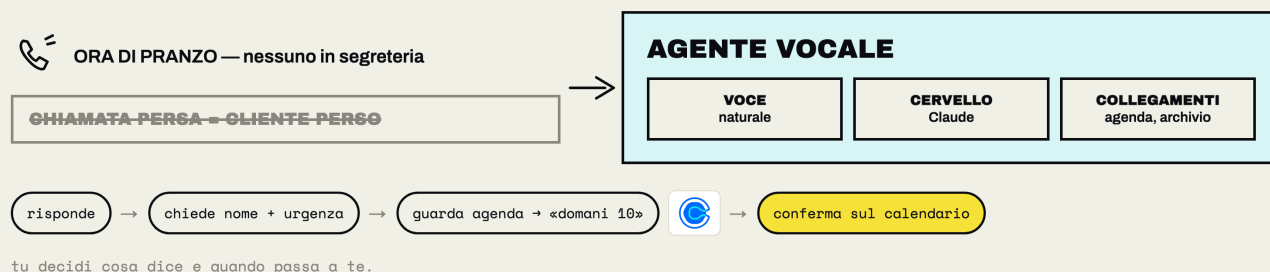
In pratica appoggi un blocco, lo colleghi, lo provi. Un pezzo per volta. Il primo blocco dice "parti quando arriva un messaggio": è la porta d'ingresso. Il secondo è l'AI, e gli dai un'istruzione a parole: "riassumi in due righe". Il terzo scrive nel foglio con la data. Poi premi "prova", mandi un messaggio finto, e guardi la catena accendersi: il riassunto compare nel foglio. Funziona.

La prima volta, però, qualcosa si rompe. È normale, succede a tutti. Non è un tuo errore. Provi, si inceppa, sistemi quel blocco. Il bello è che n8n ti segna esattamente quale blocco si è lamentato: apri solo quello, e Claude Code ti dice cosa cambiare. Il movimento è sempre lo stesso: costruisci, provi, aggiusti. Costruisci, provi, aggiusti.

## **Dove farlo girare: cloud vs server**

---

# LA CHIAMATA CHE NON SI PERDE PIÙ



FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

Hai il primo workflow. Ora dove lo fai vivere? Perché deve girare anche a computer spento, e quindi deve stare su qualcosa di sempre acceso. Hai due strade, e te le spiego senza tecnicismi. È come scegliere tra affittare casa e comprarla. Il cloud è l'affitto arredato: paghi un canone al mese, della manutenzione si occupano loro, entri e usi. Il server tuo è comprare casa: sul lungo periodo costa meno, i dati stanno a casa tua, ma la manutenzione te la gestisci tu.

Allora quale scegli adesso? Te lo dico chiaro: all'inizio scegli la strada che ti fa partire prima, non quella che costa meno. Se inizi oggi, vai sul cloud. In cinque minuti sei operativo, non perdi una settimana a installare roba. Perché il nemico non è la spesa: è il tempo che passa senza che tu costruisca niente. Il server tuo è un passo successivo, quando hai tante automazioni e dati delicati: lì conviene davvero, costa meno sul lungo e ti tieni i dati in casa.

E qui c'è la trappola in cui cascano in tanti. Si bloccano sulla domanda "dove lo metto", e intanto non costruiscono. È la scusa perfetta per non iniziare mai. La domanda giusta non è "dove lo metto", è "l'ho già costruito?". Parti dal cloud, costruisci, e lo sposti

quando ti conviene davvero — e quando sarà il momento, il trasloco te lo fa Claude Code.

## **Le scorciatoie: cosa funziona davvero**

---

Ti regalo le poche lezioni che vengono fuori da centinaia di automazioni costruite in azienda, così le buche te le segno io e non le impari sulla tua pelle.

La prima: vincono le automazioni noiose. Quelle che fanno una cosa sola, bene, ogni giorno. La grande-automazione-che-fa-tutto si rompe sempre. La seconda: non partire dal difficile. Piccolo e frequente batte grosso e raro — cerca il lavoro noioso che si ripete cinquanta volte al giorno. La terza ti salva da figuracce: metti una rete di sicurezza. Ogni automazione importante deve mandarti un avviso, “tutto ok” oppure “mi sono bloccata qui”. Così non controlli a mano: ti fai disturbare solo quando serve. La quarta: tieni l’umano nei punti delicati. L’automazione prepara, ma su una cosa importante sei tu ad approvare con un clic. Hai la velocità della macchina e il controllo tuo.

E la quinta lega tutte le altre: nessuno fa il capolavoro al primo colpo. Parti da una versione rozza, usala, e la limi a ogni giro. Un’automazione è un giardino, non una statua: la curi nel tempo. E ogni giro è più corto, perché basta dire a Claude Code cosa cambiare e lui rimette mano allo schema.

## **Quando n8n non serve**

---

Chiudo questa parte con una verità che a qualcuno suonerà strana: tante volte n8n non serve, basta Claude Code da solo. Avere un attrezzo nuovo è bello, ma non tutto è un chiodo. n8n è il nastro trasportatore: roba che parte da sola e si ripete, anche mentre dormi. Ma una montagna di lavoro è “una volta, oggi, diverso domani”: leggi trenta documenti, sistemi un file, scrivi dieci mail. Per quella roba apri Claude Code e gli chiedi a parole. Montare un workflow per una cosa singola è come tirare su una catena di montaggio per cucinarti una cena.

C'è una domanda che taglia la testa al toro: “questa cosa deve succedere da sola, tante volte, anche senza di me?”. Se la risposta è sì, è un workflow, e va in n8n. Se è no, è un compito, e lo fai con Claude Code. Sentile vicine: “ogni volta che arriva una mail salva il contatto” è n8n. “Prendi le mail di oggi e dimmi chi richiamare” è Claude Code, qui e ora.

Il consiglio più importante è questo: parti dal problema, mai dallo strumento. Chi prima impara n8n e poi va in giro a cercare cosa automatizzare si complica la vita da solo. All'inizio, molto spesso, la risposta è Claude Code da solo: veloce, niente da montare. Non innamorarti dell'attrezzo. Innamorati del problema da togliere.

## Subagent: un capo comanda gli agenti

### CALDO · TIEPIDO · FREDDO

10 RICHIESTE che sembrano uguali



DOMANDE FILTRO:  
budget? tempi?  
già venduto?

**CALDO** — segui subito

**TIEPIDO** — con calma

**FREDDO** — lascia stare

una rete che pesca 24/7: cattura, chiede, classifica.

Adesso il salto grosso. Finora hai avuto un agente solo. Ma un agente solo, sui compiti grossi, si ingolfa: ha troppe cose in testa tutte insieme. La soluzione è un agente capo che comanda altri agenti più piccoli, i subagent. Pensa a un direttore d'orchestra: non

suona ogni strumento, dice a ciascuno cosa fare e tiene il tempo. Il capo non esegue: spezza il lavoro e chiama gli aiutanti. Uno cerca, uno mette in ordine, uno scrive.

Il vantaggio è doppio. Un aiutante con un compito solo è più preciso. E il disordine che fa nel lavoro resta nella sua stanza: al capo torna soltanto il risultato pulito. Prendi la scheda di un cliente da preparare prima di una chiamata. Con un agente solo gli butti addosso tutto — trova le notizie, recupera i numeri, riassumi i punti — e tu devi fare il vigile perché si confonde. Con i subagent fai una richiesta sola, “preparami la scheda”, e il capo manda un aiutante a cercare le notizie sull’azienda, uno a tirar fuori i numeri, uno a scrivere i punti per la call. Ognuno consegna solo l’essenziale, il capo non si intasa, e resta preciso anche sui lavori lunghi.

Non è roba da tecnici. È esattamente quello che fai quando deleghi: tu dai un ordine al capo, lui muove la squadra al posto tuo. Smetti di seguire ogni singolo passo e cominci a dare ordini a qualcuno che li segue per te — come l’imprenditore quando l’attività cresce.

## **Un team di agenti che lavora insieme**

---

Un conto è un capo coi suoi aiutanti su un compito solo. Un altro è un team che porta avanti un processo intero, dall’inizio alla fine. Un processo sono passaggi in fila: intercetto un cliente, lo qualifico, gli scrivo, gli fisso un appuntamento. Qui ogni agente è una postazione di una catena di montaggio. Finisce il suo pezzo e lo passa alla postazione successiva — non lo butta nel vuoto, lo consegna in mano.

Guarda la staffetta in azione su un cliente nuovo. Quattro postazioni che si illuminano in fila. Lo scopritore trova il contatto e i suoi dati. Il selezionatore tiene solo quelli buoni. Lo scrittore prepara un messaggio su misura. L’organizzatore fissa l’appuntamento. Entra un nome grezzo, esce un appuntamento pronto, e tu in mezzo non tocchi niente. Un gesto automatizzato ti fa risparmiare un minuto; un processo che cammina ti fa un pezzo di lavoro intero ogni giorno, anche mentre dormi.

E qui sta il segreto: non ti serve un robot tuttofare e geniale. Ti servono tanti specialisti semplici, uno per compito, in fila a passarsi il testimone nell’ordine giusto. C’è anche un

bel vantaggio: se si inceppa una postazione, aggiusti quel pezzo e la catena riparte. Non devi smontare tutto. E proprio per questo si costruisce a pezzi, un agente alla volta.

## Guardarli lavorare: l'osservabilità

# PERCHÉ SUONA VERO

### I 3 PILASTRI



### LE 3 REGOLE DEL COPIONE



**UN AGENTE VALE QUANTO IL SUO COPIONE.**

*parti piccolo, un compito solo.*

Hai una squadra di agenti che lavora da sola. Bella cosa. Ma sorge subito la domanda vera: come faccio a vedere cosa stanno facendo? È una paura sana — e se sbagliano mentre guardo da un'altra parte? La risposta si chiama osservabilità. Significa passare dalla scatola nera, dove butti dentro un lavoro e spera, a una squadra dietro a un vetro, dove vedi ogni mossa: chi sta cercando, chi sta scrivendo, chi si è fermato. Vedere gli agenti non è un di più: è la condizione per fidarti. Ti fidi di quello che puoi guardare.

Pensa a una sala di controllo: un muro di schermi, e con un'occhiata sai se tutto gira. Senza, hai due brutte scelte: o controlli tutto a mano, e allora a che serve l'automazione, oppure ti fidi e preghi. Vedendoli stai nel mezzo giusto: sotto controllo, ma con le mani libere. Il cruscotto ti dà una riga per agente — verde sta lavorando, giallo è in attesa,

spento ha già passato il testimone, rosso si è bloccato. A colpo d'occhio sai a che punto è il lavoro e dov'è il problema.

E non è solo guardare: è comandare. Se vedi che un agente ha imboccato una strada storta, lo fermi in corsa e correggi prima che faccia danni. Un timone con due dita. La regola madre è semplice: prima di fidarti di un agente che gira da solo, assicurati di poterlo guardare. Si controlla bene solo ciò che si vede. Niente scatola nera. Non il padrone ansioso col fiato sul collo, ma il direttore sereno che guarda il cruscotto.

## **Workflow che si adattano da soli**

---

Fin qui gli agenti seguono un percorso fisso, sempre uguale. Ultimo salto: agenti che cambiano strada da soli. È la differenza tra un treno su un binario e un navigatore in auto. Il treno fa le stesse stazioni nello stesso ordine, qualunque cosa succeda — va bene solo se il mondo è ordinato. Il navigatore guarda cosa trova davanti: c'è traffico, ricalcola, ti porta dall'altra parte. Un workflow che si adatta fa così: invece di dettargli i passi uno per uno, gli dai l'obiettivo, e al “come” pensa lui di volta in volta.

L'esempio è chiaro. Arriva un messaggio di un cliente. Un binario fisso li tratterebbe tutti uguali, e fai figuracce, perché i messaggi non sono uguali. Un workflow che si adatta guarda cos'ha davanti e sceglie la strada giusta: domanda semplice, risponde lui; cliente arrabbiato, avvisa te; vuole comprare, lo manda verso la vendita; è un fornitore, archivia. È la differenza tra un centralino con la risposta registrata uguale per tutti e una persona che ascolta e poi decide dove mandarti. Più la realtà è varia, più questo vale.

Ma sii onesto su quando serve. Non sempre. Se una cosa arriva sempre nello stesso modo, tienila su un binario fisso: è più semplice. Se cambia di volta in volta, allora serve l'agente che si adatta. La flessibilità costa di più: mettila dove serve davvero, non per moda. È l'ultimo livello: non un robot che esegue passi fissi, ma quasi un collaboratore che capisce la situazione e sceglie. Tu dai la meta, lui trova la via.

## **Costruire un'app e un sito parlando**

---

Adesso la parte che ancora mi stupisce. Costruiamo un'app e un sito veri, a parole, senza una riga di codice. Se ti sta salendo il "io non sono capace", mettilo da parte cinque minuti. Prima c'erano due muri davanti a un'idea: imparare a programmare, che vuol dire anni, oppure pagare un'agenzia, che vuol dire mesi e migliaia di euro. Così le idee restavano nel cassetto. Oggi descrivi a parole quello che vuoi e l'AI lo costruisce. Una pagina con nome, telefono e richiesta che ti restituisce una lista pulita? La vedi nascere, e cambi il colore semplicemente dicendolo.

La cosa più importante è come si parla per farsi costruire le cose. Tre regole. La prima: parti dal cosa fa per chi lo usa, non dal come è fatto dentro. La seconda: un pezzo per volta, a mattoncini, provando man mano che sali. La terza: prima il piano, poi costruisci — trenta secondi di piano ti salvano un pomeriggio di rifacimenti.

Il punto vero è questo: la barriera non è più saper programmare. È sapere cosa vuoi. Prima, tra te e la tua idea, c'era sempre qualcuno in mezzo — un programmatore, un'agenzia, un'attesa. Adesso c'è una conversazione. Le cento piccole cose che ti servono te le fai tu in un pomeriggio. Chi sa spiegare bene un problema, oggi se la costruisce da solo la soluzione.

## **Pubblicarlo senza programmare**

# ENTRA · SUCCEDE · ESCE



tre riquadri, due linee – gira anche di notte · non è una scatola nera: vedi il percorso.

il superpotere non è il programma, è spezzare in passi piccoli.

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

L’hai costruita, ma per ora vive solo sul tuo computer. “L’ho fatta, ma come la metto su internet?” è il passo che blocca quasi tutti. Si chiama deploy, ma in italiano è: alzare la serranda. Spostare la cosa dal tuo computer a internet, raggiungibile da ogni telefono. È la differenza tra un negozio con la serranda abbassata e un’insegna accesa sulla strada. Una volta qui mollavano tutti, perché significava server, dominio, certificati. Oggi dici “mettila online” e ti arriva un link.

Non lo fai a mano, ma capire i tre passaggi dietro le quinte ti fa dormire tranquillo. Primo: la tua cosa viene copiata su un computer sempre acceso, che non si spegne la sera. Secondo: le viene dato un indirizzo pubblico, il link. Terzo: ci si mette il lucchetto, così è un sito sicuro e non compare l’avviso rosso. E quando la migliori sul tuo computer, dici “aggiorna online” e in un minuto è aggiornata anche per chi la sta usando.

Tra “l’ho costruita” e “la usa un cliente” non c’è più un muro. C’è una frase. Online non vuol dire complicato: vuol dire raggiungibile. Quante idee muoiono all’ultimo metro, su “chi me lo mette online?”. Adesso costruisci e pubblichi nello stesso pomeriggio, e provi le tue idee a costo bassissimo.

## **Agenti sempre accesi in produzione**

---

Finora ogni cosa utile dipendeva da te nel mezzo. Adesso facciamo lavorare l'AI anche quando tu non ci sei. Sempre accesa. Sul tuo computer, un agente è come un collaboratore che timbra solo quando ci sei: chiudi il portatile e si ferma. Ma le richieste arrivano alle nove di sera, di notte, nel weekend. Una richiesta delle dieci di sera che riceve risposta alle dieci e un minuto, mentre tu sei a cena: questo è il salto da “mi aiuta quando lo uso” a “lavora anche quando non ci sono”.

Dove lo fai vivere? Tre strade, dalla più semplice alla più seria. La prima: automazioni programmate in cloud, che partono a orari fissi e non hai niente da gestire — parti da qui. La seconda: un piccolo server tuo, pochi euro al mese, sempre in ascolto. La terza: più agenti insieme su una struttura robusta, la squadra vera. La regola è una sola: parti dalla più semplice che risolve il problema oggi, e cambi quando ti sta stretta.

“In produzione” non è una parola tecnica. Vuol dire che il lavoro va avanti senza di te. Richieste, lead, promemoria camminano da soli, e tu li scopri a cose fatte. Il vero salto non è far funzionare l'AI: è non dover esserci perché funzioni.

## **La pipeline video del corso**

---

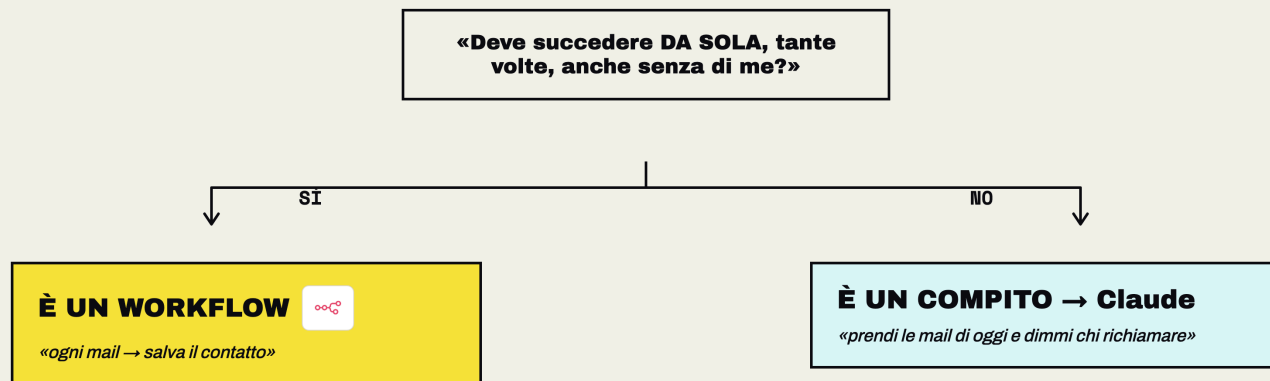
Te lo svelo: questo libro nasce da un videocorso, e quei video sono costruiti quasi tutto dall'AI. Le slide, la voce, perfino me in certi momenti. Ti interessa perché prima di comprare da te, i clienti ti cercano e vogliono vederti: faccia e voce fanno fiducia. Una volta c'era il muro — telecamera, luci, montaggio, una giornata persa — e tante attività restavano mute. La catena ha tre pezzi: il testo, cioè cosa dire; la voce digitale che lo legge in italiano; l'avatar, la faccia che lo pronuncia. E in mezzo Claude Code che monta tutto.

I pezzi si incastrano in una sola linea che gira quasi da sola. Parti da un argomento. Uno: l'AI scrive il copione. Due: la voce digitale fa l'audio. Tre: l'avatar si muove a tempo. Quattro: arrivano le slide animate. Cinque: Claude Code monta il video finito. Per il video dopo cambi solo l'argomento e la linea rifà il giro da sola. Riusi, non rifai.

Mostrare faccia e voce non costa più una giornata: costa una catena costruita una volta. Non devi diventare uno youtuber. Ti serve esserci dove i clienti ti cercano — un video che si presenta a un cliente nuovo, una spiegazione data una volta invece di ripeterla al telefono mille volte, un saluto sul sito. Costruisci la presenza una volta, e la ripeti a comando.

## Motion graphic con l'AI

### WORKFLOW O COMPITO?



**PARTI DAL PROBLEMA, MAI DALLO STRUMENTO.**

*non innamorarti dell'attrezzo.*

Chiudiamo con l'ultimo tocco, quello che fa sembrare un video curato: le grafiche animate, anche queste a parole. Motion graphic vuol dire immagini in movimento — una scritta che entra, una parola che si ingrandisce, una lista che compare, un numero che sale. Prima serviva un grafico e programmi complicati, e le piccole attività se le scordavano. Oggi dici “fammi una grafica dove la frase compare parola per parola, sfondo scuro, numeri in evidenza”, l'AI la costruisce e la anima, e tu la correggi parlando.

C'è una regola d'oro che separa un video che convince da uno che stanca: meno è meglio. La tentazione è animare tutto — scritte che volano, colori che lampeggiano — ed è l'errore numero uno, perché lo spettatore non sa più dove guardare. La regola giusta: una cosa in movimento per volta, e solo dove aiuta a capire, come quando calchi una parola alzando la voce. Il resto sta fermo e zitto. È la stanza silenziosa dove basta un sussurro per farsi sentire. Sobrio batte vistoso, sempre.

Con questo hai chiuso il “costruire”. E la strada è più lunga di quanto pensavi all'inizio: sei partito da “uso l'AI” e adesso costruisci cose che lavorano per te — conoscenza, automazioni, agenti vocali, squadre di agenti, app e siti a parole, online e sempre accesi, video e grafiche. Ma sii onesto con me: tutto questo non serve a niente se non porta clienti e fatturato. Una macchina che gira a vuoto è solo un costo. Costruire è la prima metà del lavoro. La seconda, quella che ti mette i soldi in tasca, è vendere — ed è lì che andiamo adesso.

## **Errori da non fare**

---

- **Innamorarsi dello strumento invece che del problema.** Chi prima impara n8n e poi cerca cosa automatizzare si complica la vita. Parti sempre dal problema da togliere; spesso basta Claude Code da solo.
- **Montare un workflow per una cosa singola.** Se una cosa la fai una volta sola, è un compito da Claude Code, non un'automazione. n8n serve a ciò che si ripete da solo, tante volte, anche senza di te.
- **Bloccarsi su “dove lo metto”.** Cloud o server è una scusa per non costruire. Parti dal cloud, costruisci, e sposti dopo quando conviene davvero.
- **Dare a un agente solo un lavoro troppo grande.** Si ingolfa e si confonde. Spezza in specialisti, uno per compito, in staffetta — e costruiscili un agente alla volta.
- **Fidarsi di una squadra che non puoi vedere.** Senza un cruscotto che ti mostra ogni mossa, o controlli tutto a mano o preghi. Si controlla bene solo ciò che si vede.
- **Animare tutto nei video.** Più movimento non vuol dire più professionale: confonde. Una cosa in movimento per volta, e solo dove aiuta a capire.

## Cosa porti a casa

---

- n8n è il pannello dove disegni le automazioni a blocchi (entra, succede, esce); il superpotere però è spezzare il lavoro in passi piccoli, e Claude Code te lo monta a parole.
- Parti dal cloud per girare anche a computer spento, costruisci versioni rozze e le limi a ogni giro, con una rete di sicurezza che ti avvisa.
- Un agente solo si ingolfa: un capo che comanda subagent, o una staffetta di specialisti, fa il lavoro pulito — e si costruisce un pezzo alla volta.
- Per fidarti di agenti che girano da soli ti serve l'osservabilità: vederli lavorare e poterli fermare in corsa.
- App, siti e video oggi si fanno parlando e si pubblicano nello stesso pomeriggio: la barriera non è più saper programmare, è sapere cosa vuoi. Ma costruire serve solo se poi porta clienti — ed è il prossimo passo.

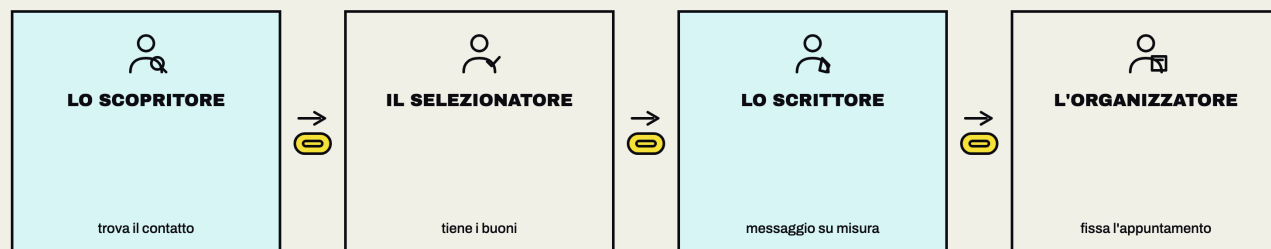
---

## Capitolo 5 — Trovare clienti: la cold email che arriva e converte

---

# UN PROCESSO, 4 SPECIALISTI

ENTRA un nome grezzo →



**Tanti specialisti semplici, non un robot tuttofare.**

si costruisce un agente alla volta.

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

C'è un momento, quando parti da solo, in cui ti rendi conto di una cosa scomoda: puoi avere il prodotto più bello del mondo, ma se nessuno sa che esisti, è come se non esistesse. Niente pubblico, niente passaparola, niente fortuna che bussava alla porta. E allora pensi: “Tanto non mi conosce nessuno.” Quello è l'alibi che ferma più gente di qualsiasi difficoltà reale. Perché non ti serve un pubblico. Ti serve bussare alla porta giusta. Bastano cinquanta nomi scelti bene per cominciare.

In questo capitolo ti mostro come scrivere a chi non ti conosce e farti rispondere. È il primo pezzo del “vendere”: andarseli a prendere, i clienti, invece di aspettarli. E la parte bella è che tutto il lavoro pesante — trovare le persone, scrivere su misura una mail dopo l'altra, ricontattare chi tace — lo regge l'AI. Tu ci metti la testa e la faccia. Lei ci mette le mani.

## Tutto si gioca in due righe

Chi riceve la tua email non la legge. La scansiona. Ha trenta messaggi non aperti, mezzo secondo a testa, e guarda solo due cose: l'oggetto e l'anteprima della prima riga. Lì si

decide se ti apre o ti cestina. Quindi tutto il tuo lavoro si concentra in quelle due righe.

L'oggetto da venditore finisce nel cestino. "Soluzione innovativa", "Proposta di collaborazione": appena uno legge frasi così, sa già che è una mail commerciale e chiude. L'oggetto che funziona è umano, corto, e quando puoi ci metti il nome. Da persona a persona, non da azienda a casella.

E la prima frase non parla di te. È l'errore più diffuso: "Mi chiamo Mario, ci occupiamo di...". A chi legge non interessa. La prima frase parla di lui, e dimostra che hai fatto i compiti. Hai guardato il suo sito, il suo ultimo post, il premio che ha vinto, la sede nuova. Una riga che dice "ho guardato proprio te" vale più di mille presentazioni.

## **La struttura in tre mosse**

---

C'è una struttura che funziona, e sono tre mosse. Un'idea per mossa, non di più.

Prima mossa: un complimento specifico. Non "bel sito", che è quello che scrivono tutti e non vuol dire niente. Un dettaglio reale: un post che ha pubblicato, un prodotto nuovo, un riconoscimento. Qualcosa che potevi sapere solo guardando lui.

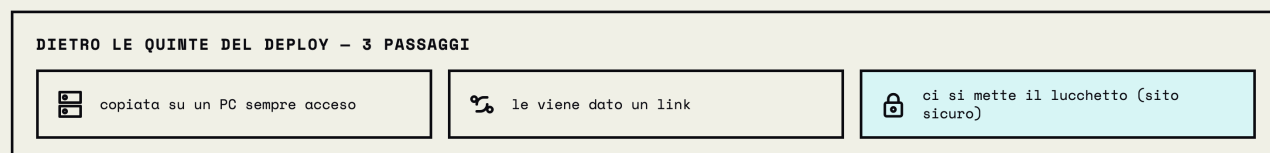
Seconda mossa: la prova. Una riga sola, con un fatto concreto. Un numero, un caso simile al suo. "Ho aiutato un'attività come la tua a risparmiare otto ore a settimana." Fatti, non promesse. La promessa la fanno tutti; la prova la porta chi ha lavorato davvero.

Terza mossa: una sola richiesta, piccola. E qui sta il segreto che ribalta tutto. Il tuo obiettivo non è vendere con questa email. È iniziare una conversazione. Quindi non chiedi un contratto, chiedi un micro-sì: "Le mando due righe su come funziona?", "Ha dieci minuti?". Una richiesta piccola, a cui è facile dire sì, ti porta molte più risposte di una richiesta grande.

## **L'AI scrive la prima riga su misura**

---

# COSTRUISCI E PUBBLICHI PARLANDO



**LA BARRIERA NON È PROGRAMMARE — È SAPERE COSA VUOI.**

A questo punto pensi: bello, ma se devo scrivere cinquanta email diverse, ognuna con il suo dettaglio vero, mi arrendo dopo la decima. È esattamente lì che la maggior parte molla, copia-incolla la stessa frase per tutti, e finisce nel cestino. Il problema non è scrivere una email. È scriverne cinquanta diverse.

Qui entra l'AI, e il metodo è semplice: tu dai la materia prima, lei scrive la frase. Prendi il sito o l'ultimo post del tuo contatto, lo incolli a Claude e dici: "Scrivimi la prima riga di una cold email partendo da questo dettaglio." Ti tira fuori tre versioni. Tu scegli quella giusta, la sistemi con una parola tua, e mandi.

La divisione dei ruoli è questa: tu sei la testa, lei le mani. Le decisioni — a chi scrivere, quale problema toccare, cosa chiedere — restano tue. L'esecuzione — setacciare, accorciare, ripetere cinquanta volte senza stancarsi — è sua.

## L'email cortissima

Adesso una verità che fa male: più la tua email è corta, più gente ti risponde. Un muro di testo, letto sul telefono, in piedi, di fretta, viene rimandato “a dopo”. E “dopo” non arriva mai. La regola è dura e liberatoria: tre o quattro frasi, uno schermo, niente scroll. Un’idea, una richiesta. Tagli tutto il resto: la presentazione, la storia dell’azienda, gli aggettivi, il “in un mercato sempre più competitivo”. Tutto ciò che non fa rispondere, via.

E qui c’è la cosa più scomoda di tutte: il testo conta meno di quanto credi. Ci ho messo un po’ a digerirla anch’io. La verità è che la vendita via email si gioca su tre pezzi, e pesano in modo diverso. Trenta, trenta, cinquanta.

Il primo trenta è la **lista**: a chi scrivi. Una email mediocre mandata alla persona giusta batte una email perfetta mandata alla persona sbagliata. Il secondo trenta è l’**offerta**: quanto è sentito il bisogno che tocchi. Il cinquanta — la metà di tutto — è il **recapito**: la tua email arriva in casella o finisce nello spam. Su quello torno tra poco, perché è il pezzo che pesa di più e che quasi nessuno guarda.

Cosa vuol dire in pratica? Che prima di cercare la parola perfetta, ti fai due domande oneste: sto scrivendo alle persone giuste? L’offerta tocca un problema vero? Prima la lista e l’offerta, poi le parole. L’AI ti aiuta su tutti e tre — filtra i contatti, gira l’offerta in un beneficio per chi legge, accorcia il testo a tre frasi — ma le decisioni di fondo restano tue.

## **Arrivare in casella, non in spam**

---

## LA CATENA VIDEO (gira quasi da sola)

cambi solo l'argomento → la linea rifà il giro



Faccia e voce fanno fiducia — costruisci la presenza UNA volta, la ripeti a comando.

motion graphic: MENO È MEGLIO — una cosa in movimento per volta.

Una email che non arriva ha conversione zero. È un negozio bellissimo con la serranda abbassata: dentro non entra nessuno, e per chi sta fuori è come se non fosse mai successo niente. Per questo il recapito vale la metà.

Tra te e il tuo cliente c'è un buttafuori. I provider della posta hanno filtri che non leggono le tue parole: guardano come ti comporti. Da quanto esiste il tuo indirizzo, quanti messaggi mandi, quante aperture ricevi, quante segnalazioni. In base a questo ti danno una reputazione, un punteggio. Buona reputazione, vai in casella. Cattiva, vai nel cestino — e da lì si esce a fatica.

Cinque regole pratiche per non finirci. **Uno:** usa un indirizzo dedicato al freddo, non quello con cui scrivi ai clienti veri. **Due:** scaldalo piano. Non parti con cento email il primo giorno; sali gradualmente, come in palestra. **Tre:** volumi bassi e umani, poche email mirate, non mille in un'ora. **Quattro:** niente roba pesante nelle prime email: niente immagini, dieci link, allegati. **Cinque:** lista pulita. Gli indirizzi morti che rimbalzano rovinano la reputazione: meglio una lista piccola e buona che enorme e marcia.

Il recapito non è un trucco da fare una volta. È un'abitudine, più simile a tenere i conti in ordine che a montare un mobile. E qui l'AI ti aiuta a tenerla: pulisce la lista, distribuisce gli invii poco alla volta, ti avvisa se i numeri si guastano — rimbalzi che salgono, aperture che crollano. Il buon senso lo tieni tu: non promettere, non gonfiare, non spammare.

## **I primi clienti veri: il sistema in quattro passi**

---

Adesso mettiamo insieme i pezzi in un gesto unico, che fai una volta e poi ripeti ogni settimana. Non un colpo di fortuna: un sistema.

**Primo passo, la lista.** Decidi chi: settore, dimensione, zona. Cinquanta nomi veri, ognuno con il suo indirizzo. **Secondo passo, la mail su misura.** Le tre mosse: complimento preso dal sito, prova concreta, richiesta piccola. **Terzo passo, l'invio fatto bene.** Indirizzo dedicato, poche al giorno, scaldando piano. **Quarto passo — quello che quasi tutti dimenticano — il richiamo.** Le risposte non arrivano alla prima email. Arrivano alla seconda, alla terza. Dopo qualche giorno torni: con un'informazione nuova, con un altro angolo, o con una chiusura gentile, quella che ti dice se ne riparlare o lasciare stare. Spesso è proprio l'ultima a convertire.

L'AI regge la parte ripetitiva: filtra i profili per la lista, prepara la prima riga su misura che tu controlli una a una, tiene pronti il secondo e il terzo messaggio. Quello che non deleghi è il giudizio: chi merita davvero il contatto, cosa è vero e cosa è gonfiato, quando rispondere di persona. Lei la quantità, tu la verità e il volto.

## **Errori da non fare**

---

- **Aprire parlando di te.** “Mi chiamo... ci occupiamo di...” è il modo più veloce per farti chiudere. La prima frase parla di lui.
- **Scrivere l'email lenzuolo.** Tre o quattro frasi, uno schermo. Ogni riga che non fa rispondere è zavorra.
- **Inseguire la parola perfetta sulla lista sbagliata.** Mille email impeccabili alla gente sbagliata valgono meno di dieci righe storte alla gente giusta. Prima la lista, poi le parole.

- **Ignorare il recapito.** Se mandi cento email il primo giorno da un indirizzo nuovo, finisci nello spam e non te ne accorgi. Scalda piano, pulisci la lista, vai leggero.
- **Mettere due o tre richieste nella stessa email.** Una sola, piccola, facile da accettare. Più chiedi, meno ottieni.
- **Mandare una volta e mollare.** Senza il richiamo butti via metà delle risposte. Le conversioni vivono al secondo e al terzo contatto.

## Cosa porti a casa

### LA MAIL IN 3 MOSSE

OGGETTO	<b>parla di LUI, non di te</b>
PRIMA RIGA	<b>qui ti apre o ti cestina</b>
1	<b>COMPLIMENTO SPECIFICO</b> un dettaglio reale dal suo sito
2	<b>LA PROVA</b> un fatto, un numero: «8 ore a settimana risparmiate»
3	<b>UNA SOLA RICHIESTA PICCOLA</b> «ha 10 minuti?»

Le due righe in alto decidono tutto: oggetto e prima riga sono il 90% del lavoro.

**L'OBIETTIVO NON È VENDERE — È INIZIARE UNA CONVERSAZIONE.**

- Non ti serve un pubblico: ti serve bussare alla porta giusta. Cinquanta nomi scelti bene bastano per partire stasera.
- L'email si vince in due righe — oggetto e prima frase — e la prima frase parla di lui, non di te.
- La struttura è tre mosse: complimento vero, prova concreta, una sola richiesta piccola. L'obiettivo è iniziare una conversazione, non vendere subito.

- Trenta lista, trenta offerta, cinquanta recapito: prima le persone giuste e l'offerta sentita, poi le parole. E una email che non arriva ha conversione zero.
- L'AI fa il lavoro pesante — setaccia, personalizza, accorcia, richiama — ma la testa e la faccia restano tue.

## **Capitolo 6 — Flussi automatici, la trattativa e i contenuti senza fatica**

---

Nel capitolo prima hai imparato a far rispondere chi non ti conosce. Ma una email sola non vende. A vendere è la fila ordinata di messaggi che porta una persona dal “chi sei?” al “dove firmo?”. Chiedere di comprare al primo contatto è come chiedere un matrimonio al primo appuntamento: non funziona, e bruci anche la possibilità di un secondo incontro.

In questo capitolo costruiamo la macchina vera. Prima trasformiamo le singole email in sequenze e flussi che girano da soli, anche mentre dormi. Poi entriamo nella trattativa — trovare i contatti giusti, presentare il prezzo, condurre la call, chiudere. E infine la voce pubblica: i contenuti e il video con la tua faccia, fatti senza fatica. Pezzo dopo pezzo, è il momento in cui smetti di fare tutto a mano e cominci a dirigere.

### **Pensa a sequenze, non a singole email**

---

La fiducia non si chiede, si costruisce un pezzo per volta. Una sequenza è una fila di cinque tappe. Le prime due rompono il ghiaccio: ti fai vivo con un motivo vero, senza vendere, e ti presenti come persona. Le due in mezzo costruiscono: regali valore gratis — chi riceve qualcosa di utile si fida — e porti una prova reale, non un “sono bravo”. L'ultima, la quinta, chiede. Una volta sola. Quattro volte dai, una volta chiedi, con qualche giorno tra una email e l'altra.

Il bello è che la scrivi una volta e poi gira da sola, per ogni persona nuova che arriva, anche di notte. È un venditore paziente attivo ventiquattro ore su ventiquattro. E le

cinque email te le scrive l'AI mentre glielo descrivi: le dai il profilo del cliente e il motivo per cui lo contatti, e lei imbastisce la fila intera.

## Anello aperto e mail piccole

# 30 - 30 - 50



**RECAPITO 50%** — il pezzo che pesa di più e che quasi nessuno guarda.

una email che non arriva ha conversione ZERO.

C'è un trucco onesto per tenere viva l'attenzione lungo la sequenza, ed è l'anello aperto. La mente odia le storie a metà. Una serie che finisce sul più bello ti fa partire la puntata dopo, perché il cervello non sopporta una storia incompiuta. Le email muoiono perché finiscono e basta. Tu invece apri una curiosità e la chiudi nel messaggio successivo: "Domani ti racconto l'errore che mi è costato un cliente." Non è manipolare. È raccontare.

L'altra metà del trucco sono le email piccole. Niente lenzuoli: corta, una sola idea, scritta come la diresti a un amico. Una email breve si legge in otto secondi dal telefono; se arriva spesso, diventi un'abitudine. Brevi e frequenti batte lunghe e rare. I due pezzi si sposano: email piccole, ognuna con un anello aperto, legate come una catena. Così non

stai vendendo: ti stai facendo seguire come si segue una storia in cui ci sei tu. E chi ti segue, quando arriva il momento, compra senza spinta.

## **Dalla relazione alla vendita**

---

Hai costruito fiducia per giorni. Il modo in cui chiedi, alla fine, decide se incassi o butti tutto. E qui ci sono due errori opposti. Il primo: chiedere troppo presto, bruciando la fiducia prima di averla. Il secondo, quello dei timidi: non chiedere mai. La persona ti vuole bene ma non compra, perché non le hai detto come.

La richiesta giusta ha tre regole. Una sola richiesta, niente opzioni multiple. Un solo modo facile di dire sì: “Rispondi con un sì e ti mando come funziona.” E un motivo vero per farlo adesso — una ragione onesta, non una scadenza finta; senza, la persona ci pensa per sempre. E se uno è sparito, una email corta e diretta lo toglie dal limbo: “Le serve ancora, o chiudo qui?” Chiedere la vendita, quando hai aiutato davvero, è un atto di rispetto, non di forza. Tenere nascosta la soluzione a chi ne ha bisogno è un torto, non un favore.

## **Campagne contro flussi automatici**

---

C'è una differenza che cambia tutto, ed è tra campagna e flusso. La campagna la spingi tu, una volta: la scrivi oggi, la mandi a un gruppo, tutti insieme; vive un giorno e lavora solo quando lavori tu. Il flusso lo imposti una volta e parte da solo, ogni volta che succede qualcosa: qualcuno si iscrive, qualcuno compra, qualcuno smette di aprire. La campagna è il treno che spingi a mano. Il flusso è il binario costruito una volta, su cui il treno ci passa per sempre.

Quasi tutti partono dalle campagne. Sbagliano. I soldi si nascondono nei flussi che girano nel silenzio, mentre tu fai altro. La regola: le novità e gli eventi diventano campagne; ciò che si ripete sempre uguale diventa flusso. Prima costruisci i flussi — sono le fondamenta — poi ci metti sopra le campagne, che sono il tetto.

# Benvenuto e recupero: i due flussi che fanno più soldi

## I PRIMI CLIENTI: 4 PASSI



Due momenti valgono più di tutti. Il primo è il benvenuto. L'istante in cui qualcuno entra è il momento più caldo che avrai con lui, e dura poco: non sprecarlo. Il flusso di benvenuto parte da solo e fa tre cose. Primo messaggio, subito: ti presenti, nessuna vendita. Secondo, dopo un giorno o due: una prova, una storia vera, costruisci fiducia. Terzo: la prima proposta leggera, solo dopo aver guadagnato il diritto di farla.

Il secondo è il recupero, e quasi nessuno lo fa. Chi si è raffreddato non è perso: è già pagato, l'hai già conquistato una volta. Dopo quaranta o cinquanta giorni di silenzio, parte una sequenza che ribussa con un motivo nuovo — mai “ti sei dimenticato di me”, sempre una cosa nuova da offrire. Il conto è semplice: ripescare uno che hai già costa quasi niente rispetto a trovarne uno nuovo da zero.

## Segmentare: dove sono i soldi

Lo stesso messaggio a tutti è il modo più veloce per non parlare a nessuno. È come urlare una frase sola in una stanza piena di gente diversa. Segmentare vuol dire dividere le persone in gruppi simili e parlare a ognuno nella sua lingua: per interesse, per fase, e — il taglio più potente — per quanto sono attivi.

Da una parte i tifosi, quelli che ti aprono e ti leggono: a loro puoi mandare di più, e ti comprano di più. Dall'altra gli spenti, quelli spariti. Trattarli uguale ti fa male due volte: martellare gli spenti rovina il recapito e finisci nello spam anche per i buoni. La regola è tanto agli attivi; agli spenti un solo recupero con un motivo nuovo, e poi li lasci andare. Questa divisione non la fai a mano: descrivi il gruppo a parole — “gli appena arrivati e ancora indecisi” — e l'AI scrive il messaggio su misura. Tu fai la testa, decidi i gruppi; lei fa le mani, riempie i messaggi.

## **Farseli scrivere dall'AI**

---

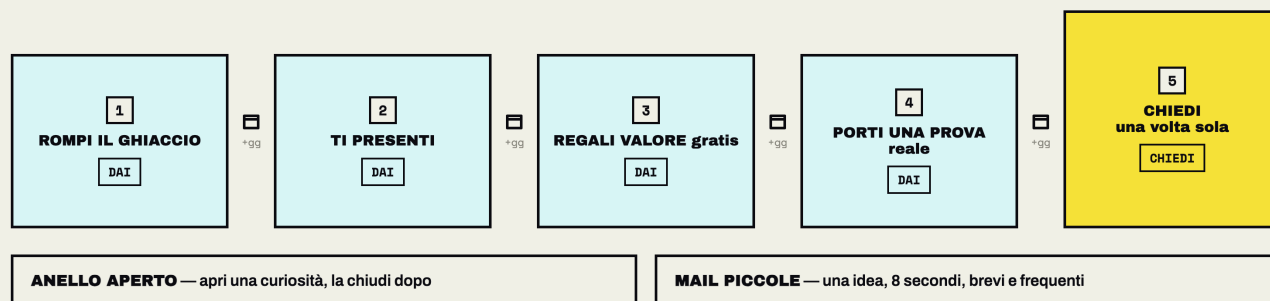
Il problema vero, davanti a un flusso, è il foglio bianco. Oggi sparisce. Cambia il mestiere: prima toccava scriverlo tu, adesso lo descrivi e l'AI lo riempie. La regola d'oro: più sei preciso nella richiesta, più ciò che torna è già pronto.

Le informazioni da dare sono quattro. Chi sei, cioè la tua voce. A chi parli, il gruppo preciso, non “i clienti”. Cosa vuoi che la persona faccia dopo, una sola azione. E con che tono. Messi insieme questi quattro pezzi, chiedi i tre messaggi del flusso in un colpo solo, poi correggi a voce: “più corto”, “più caldo”, “meno da pubblicità”. È una conversazione, non un comando. L'AI ti dà il novanta per cento in pochi istanti. L'ultimo dieci lo metti tu: rileggi ad alta voce e ti chiedi “le direi davvero così?”, aggiusti dove suona finto, aggiungi il dettaglio che solo tu conosci. Quel dieci per cento la rende vera.

## **La vendita: trovare i contatti giusti**

---

# LA SEQUENZA: 4 DAI, 1 CHIEDI



la scrivi una volta → gira da sola, anche di notte.

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

Passiamo alla trattativa diretta. Il difficile non è convincere: è avere davanti la persona giusta. Prima si cerca, poi si parla. Pensa a un cercatore d'oro: senza setaccio guarda sabbia tutto il giorno; col setaccio giusto resta solo l'oro.

A mano passi ore a copiare nomi e indirizzi una scheda alla volta, e dopo tutto quel lavoro hai venti contatti, metà sbagliati. Con l'AI descrivi a parole chi vuoi e lei setaccia: “ristoranti di pesce a Rimini col sito attivo e il telefono”, “aziende di infissi in provincia di Bari con pagina Facebook e sito un po' vecchio”. Ti torna una lista incolonnata: nome, telefono, mail, sito.

I setacci sono tre. **Chi è:** mestiere più zona, stretto e pulito — “carrozzerie a Torino e cintura”. **Come lo raggiungo:** mail per scrivere, telefono per chiamare. **È ancora vivo:** scarti il sito fermo a tre anni fa, la pagina abbandonata. E la richiesta che funziona te la tieni: la riusi cambiando solo la città. Non un colpo di fortuna, un rubinetto di contatti veri che apri quando vuoi. La regola madre resta quella: prima la lista giusta, poi le parole.


## Il prezzo a gradini

Ora che trovi i contatti, sistemiamo come presenti il prezzo, perché quasi tutti lo fanno nel modo che fa scappare il cliente. Un prezzo solo è una porta chiusa: o entra o se ne va. Se è troppo, sparisce; se è poco, lasci soldi sul tavolo. La soluzione è il menù del bar: caffè, cappuccino, colazione completa. Non un prezzo, una scala su cui salire.

Tre gradini, ognuno con un compito. Il **piccolo** è la porta d'ingresso: una prova a basso rischio che fa entrare anche chi ha paura di sbagliare. Il **grande** è il paragone: quasi nessuno lo compra, serve a far sembrare ragionevole quello di mezzo. Il **medio** è la roba buona, al prezzo che ti fa guadagnare — ed è quello che vuoi davvero vendere. Senza il grande accanto, il medio sembra caro; con il grande accanto, il medio sembra un affare. Così non chiedi più “sì o no”, chiedi “quale dei tre”. È una domanda diversa, e porta molte più vendite, perché il no è già uscito dalla porta. L'AI ti imbastisce i tre gradini: cosa metti in ognuno, come distanziare i prezzi.


## La telefonata e l'incontro

### I 2 FLUSSI CHE FANNO PIÙ SOLDI

 **BENVENUTO**

- subito: ti presenti, no vendita
- +1-2 giorni: una prova / storia
- poi: prima proposta leggera

**IL MOMENTO PIÙ CALDO**

 **RECUPERO**

dopo 40-50 giorni di silenzio → ribussa con un **MOTIVO NUOVO**  
(mai «ti sei dimenticato»)

**GIÀ PAGATO: l'hai già conquistato**

Ripescare uno che hai già costa quasi niente vs trovarne uno nuovo.

i soldi sono nei flussi che girano nel silenzio, non nelle campagne.

Hai i contatti e l'offerta a gradini. Arriva il momento che fa sudare: la call. Le call vanno male non perché parli male, ma perché arrivi impreparato e finisci a parlare del tuo prodotto invece che del suo problema. La call si vince prima. Chiedi all'AI una scheda del cliente — cosa fa, da quanto, cosa ha di particolare — mezza pagina, e arrivi sapendo con chi parli. Poi chiedi qualcosa che vale ancora di più: “Cosa cerca davvero una persona così? Cosa la tiene sveglia la notte?” Ti dà tre o quattro paure e tre o quattro desideri. Entri sapendo dove gli fa male.

Durante, una call non è un monologo in cui sciorini quanto sei bravo. Chi domanda guida; chi sciorina, annega. L'errore numero uno è parlare troppo per riempire il silenzio: il cliente si spegne. Ribalta, fai parlare lui, con tre domande aperte che l'AI ti prepara: “Come gestite oggi questa cosa? Cosa vi fa perdere più tempo? Se sistemaste una cosa sola, quale?” Con le sue parole ti regala il problema su cui appoggiare l'offerta. Tu ascolti e prendi nota. Dopo, butti gli appunti sporchi all'AI e te li riordina, dicendoti il prossimo passo. Alla call vince chi conosce, non chi convince.

## **Far firmare e chiudere**

---

L'ultimo passo, il più temuto. È qui che muoiono più vendite: il cliente è interessato, hai fatto tutto bene, e nel momento di chiedere il sì giri intorno, mandi altro materiale, dici “ci pensi con calma”. Si raffredda e muore. Non è un no: è un sì mai chiesto. Chi tira un rigore e all'ultimo si ferma a pensarci, si blocca e sbaglia.

Chiudere è un favore: l'indeciso resta bloccato, ha bisogno che gli dica “facciamo così, partiamo”. I passi sono pochi. Chiedi chiaro e diretto — “per me partiamo la settimana prossima, le va bene?” — e poi taci. Il silenzio lavora per te. Prima del sì arriva quasi sempre un'obiezione: “è caro”, “non è il momento”, “devo sentire il socio”. Non è un no, è un dubbio, ed è un buon segno. Le tre obiezioni più probabili chiedile all'AI prima, con la risposta calma già pronta, così non vai in panico. Sciolta l'obiezione, richiedi: “allora partiamo?” E al sì, metti subito per iscritto: un riepilogo e due passi pratici, perché un sì a voce mai scritto svanisce in pochi giorni. Il messaggio di conferma te lo sforna l'AI in un minuto. E se è un no per ora, non è morto: è rimandato. La maggior parte delle vendite si chiude al secondo o terzo contatto. La vendita la chiude chi chiede, e poi chi richiama.

## **Contenuti senza fatica**

---

Chiudiamo con la voce pubblica. Chi non pubblica è come se non esistesse: il cliente ti cerca e guarda se sei vivo. Il blocco davanti alla pagina bianca non è pigrizia; è che parti dal punto sbagliato, l'ispirazione. Il contenuto nasce da quello che già sai e già dici ai clienti: le domande che ti fanno sempre, gli errori che vedi ripetere, i consigli che dai a voce. Quello è oro già tuo.

Quindi non chiedi all'AI di inventare. Le dai la tua materia — chi sei, cosa vendi, il cliente tipo, le tre domande della settimana, l'errore più comune, una storia vera — e le fai fare la fatica di scriverla. Le chiedi dieci idee, ognuna con un gancio in prima riga che ferma il dito, ne scegli quattro tue, e gliele fai scrivere per intero nel tono in cui parli. Il primo giro non è perfetto, e va bene: “troppo da pubblicità, rifalla come al bar”, “troppo lungo, taglia”. La guidi verso la tua voce, scambio dopo scambio. E il salto vero non è un post al giorno: è prepararne venti in un'ora sola, in blocco. Chi pubblica sempre non ha più costanza di te. Ha solo preparato il materiale prima.

## **Uno, tutti i formati**

---

# NON UN PREZZO — TRE GRADINI



«sì e no» → **«QUALE DEI TRE?»**

il no è già uscito dalla porta.

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

Venti contenuti pronti, però, non servono se li ricopi a mano su ogni canale. È il lavoro più stupido del marketing: incolli su Facebook, poi su Instagram, poi su LinkedIn, e un pomeriggio se n'è andato. Il principio è scrivi una volta, pubblica ovunque. Prendi il contenuto madre e chiedi all'AI di adattarlo ai tuoi canali: Facebook discorsivo e lungo, Instagram corto con righe spezzate e hashtag, LinkedIn con un tono più alto, rivolto all'imprenditore. Lo stesso testo identico copiato ovunque si vede, ed è il marchio di chi non ci tiene. Adattare è la differenza tra presente e sciatto.

C'è un livello che ti libera del tutto: programmare. Decidi una volta i contenuti adattati, li metti in un calendario — lunedì, mercoledì, venerdì — ed escono da soli all'ora giusta. La presenza costante non si regge sulla volontà: si regge sul fatto che hai deciso tutto prima e parte da solo.

## Il video con la tua faccia

L'ultimo tassello è il video. Si compra più da una faccia che da un testo: crea fiducia, ti rende reale. Ma girare un video è un calvario — luci, silenzio, la frase ripetuta dieci volte,

venti ciak — e per questo non lo fai. L'avatar risolve: è la versione digitale di te, la tua faccia e la tua voce, che dice ciò che scrivi. Stesso salto di tutto il libro: da un testo esce la tua faccia.

Tre pezzi. La faccia: registri un video pulito una volta sola, e hai l'avatar per sempre. La voce: una voce digitale che suona come la tua, non da robot. Le parole: il copione te lo scrive l'AI dalla tua materia, come per i post. Li metti insieme una volta, poi produci quanti video vuoi in pochi minuti, senza trucco né ciak. È la catena finale: l'AI scrive i contenuti, tu li pubblichi e li programmi ovunque, e diventano video con la tua faccia. Una macchina che ti rende presente, in faccia, mentre fai altro.

## **Errori da non fare**

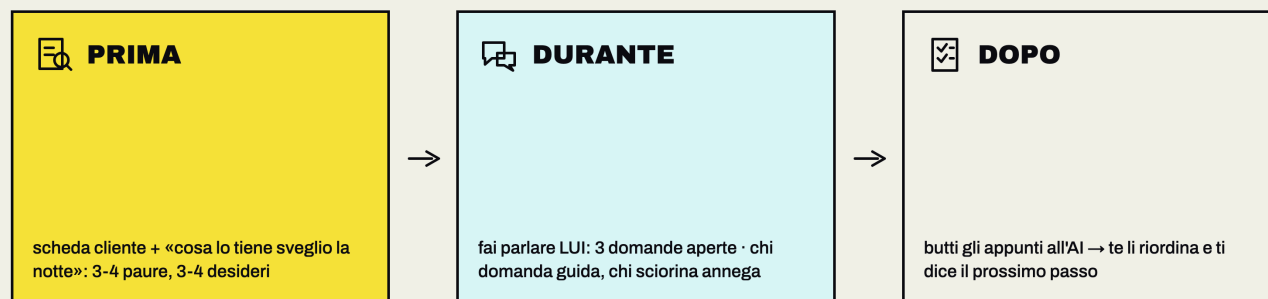
---

- **Vendere alla prima email.** È chiedere un matrimonio al primo appuntamento. Prima costruisci con la sequenza, poi chiedi una volta sola.
- **Partire dalle campagne invece che dai flussi.** Le campagne dipendono da te e muoiono in un giorno. I soldi sono nei flussi che girano nel silenzio: costruisci prima quelli.
- **Trattare attivi e spenti allo stesso modo.** Martellare gli spenti rovina il recapito anche per i buoni. Tanto ai tifosi, un solo recupero agli spenti, poi lasciali andare.
- **Presentare un prezzo solo.** È una porta: o sì o no, e il no è facile. Metti tre gradini e chiedi “quale”, non “se”.
- **Riempire la call parlando di te.** Chi sciorina annega. Studia il cliente prima, fai domande, ascolta. Vince chi conosce, non chi convince.
- **Non chiedere la chiusura, o non metterla per iscritto.** Un sì mai chiesto e un sì mai scritto svaniscono uguale. Chiedi chiaro, taci, e fissa subito nero su bianco.

## **Cosa porti a casa**

---

# LA CALL SI VINCE PRIMA



**ALLA CALL VINCE CHI CONOSCE, NON CHI CONVINC.**

- A vendere non è la singola email ma la sequenza: quattro volte dai, una volta chiedi. Costruita una volta, lavora di notte per ogni persona nuova.
- I soldi si nascondono nei flussi automatici — benvenuto e recupero — non nelle campagne che spingi a mano. E segmentare attivi e spenti protegge il recapito e moltiplica le vendite.
- Nella trattativa, prima la lista giusta (i tre setacci), poi il prezzo a gradini che fa scegliere “quale” invece di “se”.
- La call si vince prima studiando il cliente, e la vendita la chiude chi chiede chiaro e poi richiama: quasi nessuno compra al primo contatto.
- Contenuti e video nascono dalla tua materia, non dal nulla: l'AI li scrive, li adatta a ogni canale, li programma e li trasforma in video con la tua faccia — presenza costante mentre fai altro.

# Capitolo 7 — Dal sapere al prodotto: sistemi che restano accesi

---

Hai una cosa che sai fare bene. Forse la fai talmente in automatico che non la consideri nemmeno un valore: prepari un preventivo decente in mezza giornata, scrivi una proposta che convince, sistemi i conti di un'attività in un pomeriggio. La sai fare, e ti pagano per il tempo che ci metti. Il problema è tutto qui, in quella parola: tempo. Finché vendi tempo, smetti di guadagnare nel momento esatto in cui smetti di lavorare. Le ore hanno un tetto, e quel tetto sei tu. Puoi correre più forte, ma non puoi essere in due posti la stessa mattina.

In questo capitolo ti faccio fare il salto che cambia il mestiere: smettere di vendere te stesso e iniziare a vendere una macchina. Una macchina che porta il tuo nome, fa il tuo lavoro mentre tu fai altro, e resta accesa nell'attività del cliente anche quando tu non ci sei. Il valore ce l'hai già dentro. Manca solo la confezione.

## Il sapere diventa prodotto

---

La tua abilità non è un servizio da rifare ogni volta da capo. È una ricetta. E una ricetta, una volta scritta, la può seguire chiunque — anche una macchina, ogni volta uguale.

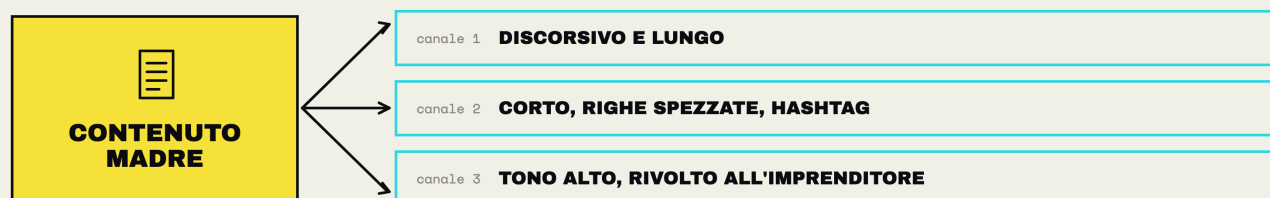
Per trasformare quello che sai in un prodotto vendibile più volte ti bastano tre domande. La prima: qual è il risultato che porti? Non cosa fai, ma cosa esce alla fine. “Preventivo pronto in mezza giornata” è un risultato. “Faccio consulenza” non lo è. La seconda: quali sono i passi esatti che fai per arrivarci? Questa è la tua ricetta, ed è oro puro, perché è quello che hai imparato sul campo e che gli altri non hanno. La terza: cosa di questi passi può fare l'AI al posto tuo? Quasi sempre la parte noiosa, ripetitiva, quella che ti porta via tempo senza darti soddisfazione.

A quel punto la tua ricetta la dai a Claude Code una volta sola. Gli spieghi com'è fatta la consegna perfetta, quali sono i passi, dove la macchina deve seguirti alla lettera. E da lì il pacchetto gira. Un prodotto, alla fine, è tre cose: un nome, un confine — cosa c'è dentro

e cosa no — e un prezzo. La tua abilità smette di essere un favore che fai e diventa un oggetto con i bordi netti, che si vende, si consegna e si ripete.

## Vendi una macchina, non te stesso

### SCRIVI UNA VOLTA, PUBBLICA OVUNQUE



**PROGRAMMARE:** decidi una volta → esce da solo all'ora giusta

LUN · MER · VEN

adattare è la differenza tra presente e sciatto.

Qui sta la differenza vera, ed è una differenza di mestiere, non di sfumatura. Quando vendi il tuo tempo, vendi una giornata: la consegna una volta, la incassi una volta, e domani ricominci da zero. Quando vendi un sistema, vendi una cosa che il cliente vuole tenersi.

Pensa a un servizio fatto a mano come a un secchio da svuotare e riempire all'infinito: ogni cliente, da capo. Un sistema invece resta acceso dentro l'attività del cliente e lavora da solo, ogni giorno. Rispondere ai messaggi di un cliente a mano per una settimana, oppure installargli la macchina che risponde sempre, da sola, anche quando tu sei in vacanza: quale delle due ti paga di più? La risposta è ovvia, e cambia tutto. Perché un

sistema fatto a mano se ne va con te quando finisci il lavoro. Un sistema che resta acceso lascia il valore lì, attaccato, e te lo fa pagare ogni mese, non una volta sola.

## **Anatomia di un sistema che resta**

---

Un sistema che resta non è una magia. È fatto di tre pezzi, sempre gli stessi, e una volta che li vedi non li smonti più.

C'è un'entrata: ciò che dà il via al lavoro. Un messaggio che arriva, una richiesta dal sito, una fattura da registrare. C'è un motore in mezzo: l'AI che fa il lavoro seguendo la tua ricetta. Qui vive la tua esperienza, è il pezzo che vale, perché senza la tua ricetta il motore non sa cosa fare. E c'è un'uscita: il risultato pronto. Una risposta inviata, una riga nuova nel foglio, un avviso che ti dice “è successo questo”.

Entrata, motore, uscita. Costruisci le tre parti con Claude Code una volta sola, le colleghi, e poi il sistema gira da solo. Non lo presidi, lo controlli: guardi che l'uscita sia giusta, non lo cucini più ogni volta da capo. Il cliente, dal canto suo, non percepisce più un favore una tantum. Percepisce una macchina che continua a fargli risparmiare. Ed è esattamente questa percezione che giustifica il pagamento continuo.

## **Il prezzo non si lega alle ore**

---

Adesso il punto che fa la differenza tra restare piccoli e crescere: il prezzo. Legarlo alle ore è l'errore più comune, ed è quello che ti tiene inchiodato. Perché quando prezzi sulle ore stai dicendo, in sostanza, che vale di più ciò che ti costa più fatica. Ma al cliente della tua fatica non importa niente. Lui non compra il tuo sforzo. Compra quello che ci guadagna lui.

C'è una trappola dentro questa storia, e voglio che la vedi bene. L'AI ti fa costruire un sistema in fretta — magari in un pomeriggio quello che prima richiedeva una settimana. E l'istinto, sbagliato, è di chiedere poco: “l'ho fatto in fretta, mi vergogno a farmelo pagare tanto”. È esattamente il ragionamento da cui devi liberarti. Non conta quanto tempo ci hai messo tu. Conta quanto vale per lui.

Il modo per trovare il prezzo giusto è semplice, senza calcoli complicati. Passo uno: metti un numero sul problema che risolvi, su un anno intero. Quanto gli costa, in tempo perso, in errori, in clienti che scappano? Mettiamo che quel problema gli pesi diecimila euro l'anno. Passo due: quanto di quel costo gli togli con il tuo sistema? Se gliene levi cinquemila, glieli stai rimettendo in tasca. Passo tre: il tuo prezzo è una fetta onesta di quel guadagno, non una percentuale delle tue ore. Gli porti cinquemila? Chiedere mille, millecinquecento è un affare per lui e un buon prezzo per te.

E qui c'è la cosa controintuitiva che devi tenerti stretta: la velocità dell'AI ti alza il valore, non te lo abbassa. Consegni prima, consegni a più clienti, risolvi più problemi nello stesso mese. Non svendere la velocità. Il prezzo non è un numero che spari: è una storia di guadagno che racconti. Quando il cliente vede il suo guadagno, il tuo prezzo smette di sembrare un costo e inizia a sembrare un affare. Claude Code, tra l'altro, può scriverti il conto del valore direttamente dentro la proposta: il cliente legge nero su bianco cosa risparmia, e il prezzo si difende da solo.

## Uno solo regge l'attività

### DA ABILITÀ A PRODOTTO



**QUELLO CHE SAI  
FARE = UNA  
RICETTA**

**1 QUAL È IL RISULTATO CHE PORTI?**  
«preventivo pronto in mezza giornata», non «faccio consulenza»

**2 QUALI SONO I PASSI ESATTI?**  
la tua ricetta, oro puro

**3 COSA PUÒ FARE L'AI?**  
la parte noiosa e ripetitiva



NOME

CONFINE

PREZZO

Da favore che fai a **OGGETTO** con i bordi netti.

Mettiamo insieme i pezzi, perché qui arriva la conseguenza grossa. Per anni la regola è stata una sola: per fare di più, devi essere in più persone. Ogni reparto, una persona da pagare. Chi trova i clienti, chi ci parla, chi consegna il lavoro. Quella regola si è rotta.

Si è rotta perché ogni reparto, oggi, può diventare un sistema. Una macchina costruita una volta, che poi lavora da sola. Il reparto che trova i clienti: cerca, scrive il primo messaggio su misura, lo manda anche di notte. Il reparto che parla con i clienti: filtra gli interessati, ti passa solo quelli pronti. Il reparto che consegna il lavoro: è il sistema “a ricetta” di cui parliamo tra poco. Metti questi sistemi in fila, uno dietro l’altro, e hai un’attività intera guidata da una persona sola. Tu, il regista.

Il vecchio modo di crescere era aggiungere persone: più stipendi, più rischio, più peso sulle spalle. Il nuovo modo è aggiungere sistemi, non stipendi. Costi da una persona, lavoro in uscita di tante. E lo costruisci un reparto alla volta: ne fai partire uno, lo metti a girare, ti accerti che funzioni, poi passi al successivo. Non devi tirare su tutto in una notte.

## **La consegna a ricetta**

C’è un fastidio che conosci bene: rifai ogni consegna un po’ da capo, e il risultato cambia faccia a seconda della giornata. Un cliente riceve la versione bella, fatta col tempo e con la testa fresca. Un altro riceve quella sciatta, fatta di corsa alle nove di sera. Non lo decidi tu, capita. E quel “capita” è il tuo nemico.

Guarda una pizzeria che gira. La margherita esce identica a pranzo e a cena, che la faccia il cuoco esperto o il ragazzo nuovo. Non perché sono geni: perché c’è una ricetta scritta. Grammature, ordine, impiattamento. Chiunque la segue, il risultato tiene. La qualità non dipende dall’umore di chi cucina, dipende dalla ricetta. Il segreto della consegna a sistema è proprio questo: smettere di decidere tutto da zero ogni volta. Le scelte buone le fai una volta, le scrivi, le riusi.

Una consegna a ricetta sta in piedi su tre pilastri. Il primo è la forma fissa: stesso scheletro, stesse sezioni, stesso ordine. Chi legge si fida dell’ordine, sa cosa aspettarsi. Il secondo sono le parti che non mancano mai: cosa fai, un esempio concreto, il prezzo

chiaro, il passo successivo. Sempre, anche quando vai di corsa. Il terzo è il tono tuo: deciso una volta, uguale ovunque, così ti riconoscono. Questi tre pilastri li spieghi all'AI una volta sola, a parole tue. Poi dici soltanto: "preparami la proposta per questo cliente". E lei te la costruisce già nella tua forma, con le tue parti fisse, nel tuo tono. Tu apri, sistemi due dettagli, mandi. Da fatica artigianale a stampo che timbri uguale ogni volta.

La regola madre è una sola: la qualità che si ripete batte la qualità che capita. Un buono identico ogni volta vale più di un ottimo ogni tanto. Perché finché la tua consegna vive solo nella tua testa, il collo di bottiglia sei tu: gira solo quando ci sei tu, solo quando hai energia. Scrivila e dalla a uno strumento, e gira anche quando sei stanco. Non diventa più veloce: diventa affidabile. Ed è l'affidabilità che fa pagare di più e fa tornare i clienti.

## Errori da non fare

# ENTRATA · MOTORE · USCITA



Lo costruisci una volta → gira da solo · non lo presidi, lo **CONTROLLI**.

il cliente percepisce una macchina che continua a fargli risparmiare → paga ogni mese.

- **Vendere ancora il tuo tempo dopo aver costruito la macchina.** Se hai impacchettato l'abilità in un sistema ma continui a prezzare a ore, hai fatto metà del

lavoro e ne incassi un decimo. Il sistema va venduto come sistema.

- **Svendere la velocità.** L'AI te lo fa costruire in fretta, e l'istinto è chiedere poco. Sbagliato: il cliente paga il risultato, non i minuti che ci hai messo. La velocità è un tuo vantaggio, non uno sconto da fare a lui.
- **Lasciare la ricetta nella tua testa.** Finché la consegna esiste solo dentro di te, sei tu il collo di bottiglia e non scali di un millimetro. Scrivi la ricetta, sempre.
- **Voler costruire tutti i reparti in una notte.** Si parte da uno, lo si mette a girare, lo si verifica. Poi il secondo. Chi prova a tirare su tutto insieme non finisce niente.
- **Confondere “fatto” con “che resta”.** Consegnare un lavoro una volta è un secchio da riempire all'infinito. Installare un sistema che resta acceso è ciò che ti fa pagare ogni mese. Punta sempre a quello che resta.
- **Prezzare sulla fatica invece che sul valore.** Mettere un numero sul problema del cliente, su un anno, non è un dettaglio: è il modo per uscire dal mondo del costo ed entrare nel mondo del valore.

## **Cosa porti a casa**

---

- La tua abilità è una ricetta, non un servizio da rifare: nome, confine, prezzo, e l'AI la consegna ogni volta uguale.
- Vendi una macchina che resta accesa, non una giornata che finisce: il valore resta dal cliente e te lo paga nel tempo.
- Ogni sistema è fatto di tre pezzi — entrata, motore, uscita — e una volta costruito gira da solo.
- Il prezzo si lega a quanto vale il problema risolto per il cliente, mai alle tue ore: la velocità dell'AI alza il valore, non lo abbassa.
- Una persona sola regge un'attività intera mettendo in fila i sistemi-reparto e standardizzando la consegna a ricetta: cresci coi sistemi, non con gli stipendi.

---

## **Capitolo 8 — La squadra di agenti, il cruscotto e l'AI Act (con un caso**

Fin qui hai costruito sistemi singoli: una macchina che fa un lavoro, dall'entrata all'uscita. È il salto giusto, ma c'è ancora un tetto sopra la tua testa, ed è sempre lo stesso: le tue ore. Anche con un buon sistema, se devi mandarlo avanti tu, premere tu il bottone, controllare tu ogni passaggio, prima o poi torni a essere il collo di bottiglia.

In questo capitolo rompiamo quel tetto. Non con più ore e non assumendo nessuno, ma con una squadra di agenti: tante piccole AI, ognuna con un mestiere stretto, che si passano il lavoro lungo una catena. Poi le metti tutte sotto un'unica plancia, un cruscotto da cui comandi senza correre. E chiudo il libro mostrandoti tutto questo che gira davvero, in un sistema vivo che ho costruito io: Wines Export. È il punto dove ogni pezzo del corso si incastra in una macchina sola.

## La squadra di agenti: scalare senza assumere

### IL PREZZO NON SI LEGA ALLE ORE

~~ORE~~ × tariffa →

FETTA ONESTA DEL GUADAGNO DEL CLIENTE

<b>1</b> METTI UN NUMERO SUL PROBLEMA (su 1 anno)  10.000 €/anno	<b>2</b> QUANTO GLIENE TOGLI?  5.000 € rimessi in tasca	<b>3</b> IL TUO PREZZO = una fetta onesta  1.000-1.500 € <small>AFFARE PER LUI, BUON PREZZO PER TE</small>
--	---	--

**LA VELOCITÀ DELL'AI ALZA IL VALORE, NON LO ABBASSA.**

il prezzo è una storia di guadagno, non un numero che spari.

La domanda che ti blocca è sempre quella: come faccio di più senza spaccarmi in due e senza mettermi in casa qualcuno da pagare? Finora hai conosciuto due strade, e tutte e due ti tengono piccolo. La prima: lavori tu più ore, finché ti sfini. La seconda: assumi, e ti prendi stipendi, rischio, tempo da dedicare a gestire le persone. C'è una terza strada.

Guarda la cucina di un ristorante pieno. Non c'è un cuoco solo che fa tutto: c'è una brigata. Chi sta ai primi, chi ai secondi, chi lava e prepara. Ognuno il suo posto, e i piatti escono. Il salto è questo: finora l'AI ti ha fatto un compito alla volta; adesso non un aiutante che fa tutto in fila, ma diversi agenti, ognuno con un compito solo, che lavorano insieme. Un agente è un aiutante AI con un mestiere stretto: uno cerca i contatti, uno scrive il primo messaggio, uno risponde a chi ha risposto, uno tiene in ordine la lista. Non li paghi a fine mese, non si stancano, non staccano mai. Passi da uomo solo a chi dirige.

## **Un agente, un compito, la staffetta**

---

C'è una regola madre, e se la rispetti hai vinto metà partita: un agente, un compito. Non importa avere tanti aiutanti. Importa che ognuno faccia una cosa sola. Un agente a cui chiedi dieci cose te le fa tutte e dieci mediocri. Un agente a cui ne chiedi una te la fa pulita. Quindi il tuo lavoro, qui, è di testa: prendi il lavorone e lo spezzi in compiti netti.

Prendi la vendita. Spezzata, diventa una catena a cinque anelli: trova le persone, scrivi il primo contatto, rispondi a chi si fa vivo, fissa l'appuntamento, ricorda a chi non ha risposto. Un agente per anello. Poi li colleghi in staffetta: l'uscita di uno è l'entrata del prossimo. Quello che finisce il primo lo passa al secondo, e il lavoro cammina da solo lungo la catena, senza che tu lo spinga a mano. E parti piccolo: ne fai girare bene uno, poi agganci il secondo, poi il terzo. Un membro alla volta, non tutta la brigata in una notte.

Cambia il mestiere. Smetti di chiederti "quante ore ho" e cominci a chiederti "quanti pezzi posso affidare". È così che scali: staccando il lavoro da te, non aggiungendo ore. Mentre dormi, un agente ha già preparato la lista; mentre pranzi, un altro ha già mandato i messaggi. Non fai più le cose: fai fare. Senza assumere, senza buste paga, senza rischiare un euro.

## **Il cruscotto: il comando centrale**

---

Una squadra che lavora va guardata, altrimenti diventa un nuovo problema. Ecco come finisce, se non stai attento: un'app per le mail, un sito per i contatti, uno per i documenti, uno per i social. Dieci finestre, dieci password, dieci posti da controllare. E ti ritrovi stanco non per il lavoro vero, ma solo per tenere insieme i pezzi. Hai tanti aiutanti bravi e nessuno che li coordina — il coordinatore sei tu, che corri. Tantissimi mollano proprio qui, perché gestire gli agenti a uno a uno diventa un secondo lavoro.

Si ribalta così: non vai tu dentro ogni strumento, fai venire ogni strumento da te, in un posto solo. Quello è il cruscotto. Pensa alla plancia di una nave: il comandante non corre da una sala motori all'altra. Sta fermo al timone, vede tutto, tocca una leva, governa da lì. Il cruscotto fa due lavori soli. È una bocca per dare ordini: scrivi a parole tue “mandami il riassunto di chi ha risposto oggi”, oppure “prepara la proposta e fammela vedere”, e gli strumenti si muovono dietro le quinte senza che tu apra niente. Ed è un occhio sui risultati: in un colpo vedi cosa è stato fatto, cosa è rimasto indietro, cosa si è inceppato. Non controlli dieci posti: guardi il cruscotto e lo sai.

Anche qui parti da due strumenti, ti abitui a comandarli da un punto solo, e il terzo lo attacchi alla stessa plancia. La regola è semplice: ogni cosa nuova la colleghi al cruscotto, non la lasci in un angolo a vivere per conto suo. Così cresce un pezzo alla volta, e non diventa mai un groviglio. Il valore non è avere tante app: è governarle da sopra. Se salti tutto il giorno da un'app all'altra, sono loro a tenere occupato te. Se comandi da un cruscotto, torni il capo: aspettano i tuoi ordini e ti riferiscono. Sei tu che tieni il timone.

## **L'AI Act: il vantaggio diventa regola**

---

## 🕒 TU AL TIMONE, LA SQUADRA SOTTO

IL CRUSCOTTO UNA BOCCA per dare ordini · UN OCCHIO sui risultati

<input checked="" type="radio"/>	trova	lavora	
<input type="radio"/>	completa	ha passato il testimone	
<input checked="" type="radio"/>	scrive	lavora	
<input type="radio"/>	scalda	ha passato il testimone	
<input checked="" type="checkbox"/>	WhatsApp	BLOCCATO	💬
<input checked="" type="radio"/>	prenota	lavora	

pallino pieno = lavora · pallino vuoto = ha passato il testimone · quadratino x = BLOCCATO

**2 AGOSTO 2026**

**AI ACT — art. 4:** alfabetizzazione sull'AI obbligatoria · tu sei già avanti, porti chi lavora con te allo stesso livello.

**DIRIGO, NON ESEGUO.**

C'è un fatto che voglio mettere sul tavolo, perché cambia il peso di tutto quello che hai imparato. L'AI Act europeo, all'articolo 4, stabilisce un obbligo: chi ha un'attività e usa l'AI deve garantire al proprio personale un livello sufficiente di competenza su questi strumenti. Si chiama, nel testo ufficiale, "alfabetizzazione sull'intelligenza artificiale", e vale dal 2 agosto 2026.

Tradotto: non basta più che l'AI giri in azienda. Chi la usa deve sapere cosa sta facendo. Per anni formarsi su queste cose è stata una scelta. Adesso diventa qualcosa che si deve fare. È già successo con la sicurezza sul lavoro: quando è diventata obbligatoria, chi si era già attrezzato era avanti, gli altri sono partiti di corsa all'ultimo, e di corsa si fa peggio. La buona notizia, se stai leggendo questo libro, è che tu non sei tra quelli che dovranno rincorrere. Ti sei mosso prima. Arrivi in anticipo dove tutti gli altri arriveranno trafelati.

La scadenza non è una minaccia: è una spinta che ti dà ragione. E richiede due mosse, in ordine. La prima: mettili in chiaro tu. È quello che hai già fatto — sai cos'è l'AI, cosa può e cosa non può, la usi per cose vere, la guidi invece di subirla. Prima casella quasi spuntata. La seconda, quella che la legge mette nero su bianco: porta chi lavora con te

allo stesso livello. Devono capire cosa usano, dove fidarsi, dove stare attenti, cosa dare in pasto ai sistemi e cosa tenere fuori. E qui c'è il comodo: quello che hai imparato è esattamente ciò che passi a loro. Stesse idee, stesse analogie. Sei già il punto di riferimento dentro la tua attività.

## **Il caso reale: Wines Export**

---

Adesso ti mostro tutto questo che gira davvero. Wines Export è un mio sistema vivo: aiuta le cantine italiane a trovare buyer e importatori all'estero — Stati Uniti, Germania, Regno Unito. Tutti i mattoni del corso — l'agente, la memoria esterna, la cold email, il chatbot, le automazioni — sono utili da soli. Ma il salto è metterli insieme in una macchina sola che trova, scalda e quasi chiude da sé. Dietro non c'è un ufficio e non c'è un software comprato: ci sono io, e gli strumenti che lavorano al posto mio. È il messaggio di tutto il libro, su un caso vero.

Sta in piedi così, per funzionare anche mentre dormo: una vetrina leggera davanti — il sito e le pagine che le cantine vedono, belle e veloci, che non devono pensare; un cervello sul server sempre acceso dietro — lì girano gli agenti, si scrivono le email, si fa il lavoro pesante giorno e notte; e una sola memoria che tiene la verità — ogni contatto fa capo allo stesso posto, così il sistema non si contraddice e non scrive due volte. La macchina è divisa in quattro blocchi: trovare, conoscere, scaldare e chiudere, controllare.

**Trovare e conoscere.** La lista a mano è un incubo: settimane a cercare nomi, copiarli, controllarli, e metà sono già vecchi. Lo scraping è un assistente instancabile: gira il web e raccoglie da solo migliaia di cantine e contatti buyer, mettendo tutto in ordine dentro un database pulito. Ogni mattina parto da una lista fresca, non da un foglio vuoto. Ma un nome non basta: senza telefono, sito, email è carta straccia. Allora l'arricchimento fa un secondo giro e completa ogni contatto da solo — cerca il telefono, trova il sito, recupera l'email vera e non quella generica, aggancia i social. Da elenco di fantasmi a rubrica di schede vive. E sopra a tutto, il pezzo che dà l'anima: una memoria esterna sul mondo del vino e dell'export. Un'AI generica nel vino si sente subito; questa, prima di scrivere o rispondere, va a leggere lì, e risponde da chi se ne intende.

**Scaldare e chiudere.** Avere i contatti è metà del lavoro; l'altra metà è non lasciarli raffreddare. Una cold email a sequenze li accompagna nel tempo dal “chi sei?” al “sentiamoci” — non una mail e via, ma una serie collegata, su misura, curata pezzo per pezzo perché arrivi in casella e non nello spam. Poi entra in gioco il posto dove la gente risponde davvero: WhatsApp. Lì ho messo un agente che, con dietro la memoria sul vino, risponde da esperto, fa domande, separa il caldo dal tiepido, e a chi è pronto propone la chiamata e la mette in agenda. Io non rispondo a mezzanotte, non rincorro nessuno. La catena è tutta attaccata: entra un freddo, la sequenza email lo scalda, l'agente WhatsApp lo qualifica, esce un appuntamento sul calendario. Il mio lavoro è l'ultimo metro: la chiamata, la chiusura, la stretta di mano.

**Gli agenti e il cruscotto.** Dietro non c'è un cervellone unico: un'AI che fa tutto si ingolfa e sbaglia. C'è una squadra, ognuno con un mestiere — uno trova, uno completa, uno scrive, uno scalda, uno sta su WhatsApp, uno prenota — e si passano il lavoro in fila, come una catena di montaggio che non si ferma. Mentre dormo, uno viene trovato, uno completato, a uno parte l'email, uno chiacchiera su WhatsApp: un ufficio che lavora di notte. Io, da solo, muovo una squadra che prima richiedeva dieci stipendi. Sopra a tutto c'è il cruscotto, il quadro comandi unico: vedo ogni agente, dove sono i contatti, cosa si è bloccato, e da lì tiro le leve. Dirigo, non eseguo.

E c'è la lezione più importante di tutte, quella che ho imparato sul campo: cosa non automatizzare. L'ultimo metro — la persona vera, la chiamata, la fiducia, la chiusura — lo tengo io. La macchina porta il cliente alla porta; la mano gliela stringo io. Questo è il modello da portarti a casa: non un programma che ti sostituisce, ma una squadra che ti libera.

## **Errori da non fare**

---

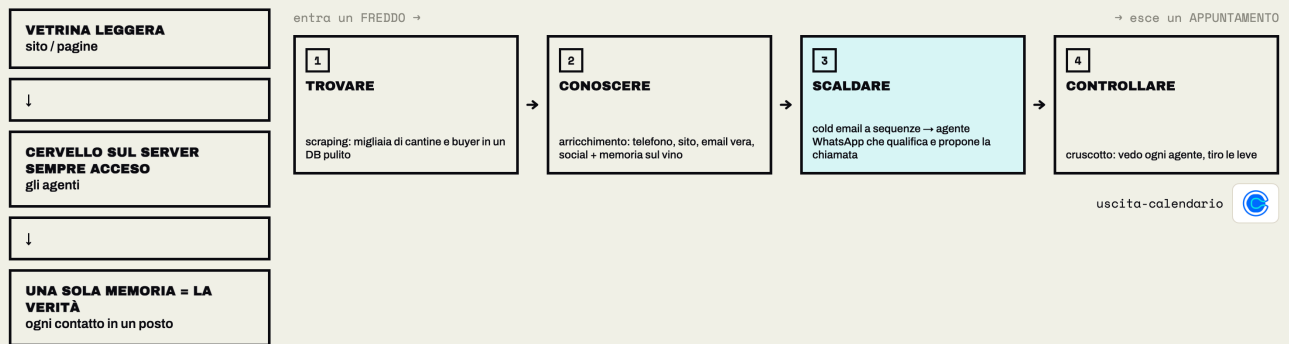
- **Dare a un agente troppi compiti.** Un agente che deve fare dieci cose le fa tutte mediocri. Un compito solo, stretto, e viene pulito. La regola madre non si tocca.
- **Costruire tutta la squadra in una notte.** Si parte da un agente che gira bene, poi si aggancia il secondo, poi il terzo. Chi vuole tutta la brigata insieme si ritrova un groviglio che non funziona.

- **Restare il coordinatore che corre.** Se gestisci gli agenti a uno a uno, saltando da un'app all'altra, ti sei costruito un secondo lavoro. Tutto va collegato al cruscotto, sempre.
- **Lavorare dentro gli strumenti invece che da sopra.** Il valore non è avere tante app: è comandarle da un punto solo. Se sono loro a tenerti occupato, hai perso il timone.
- **Automatizzare l'ultimo metro.** La persona, la chiamata, la fiducia, la chiusura: quelli li tieni tu. La macchina porta il cliente alla porta, non gliela apre al posto tuo.
- **Trattare l'AI Act come un fastidio invece che come un vantaggio.** Sei già avanti: usa la scadenza per portare allo stesso livello chi lavora con te, non per spaventarti.

## Cosa porti a casa

### WINES EXPORT

cantine italiane → buyer all'estero (USA, Germania, UK)



**L'ULTIMO METRO LO TENGO IO — la chiamata, la fiducia, la chiusura.**

**UNA PERSONA SOLA REGGE UN UFFICIO INTERO.**

- Si scala con una brigata di agenti, non con più ore né con assunzioni: un agente, un compito, collegati in staffetta dove l'uscita di uno è l'entrata del prossimo.
- Smetti di eseguire e cominci a dirigere: non ti chiedi quante ore hai, ma quanti pezzi puoi affidare.

- Il cruscotto è la plancia da cui comandi a parole e vedi i risultati in un colpo: ogni strumento nuovo lo attacchi lì, mai in un angolo.
- L'AI Act trasforma il tuo vantaggio in un requisito a partire dal 2 agosto 2026: tu sei già avanti, e ora porti chi lavora con te allo stesso livello.
- Wines Export è la prova che una persona sola, con trova–conosci–scalda–controlla, regge il lavoro di un ufficio intero — e che l'ultimo metro, la persona, lo tieni sempre tu.

---

## **Chiusura — Adesso tocca a te**

---

Non sei arrivato in fondo a un libro. Sei arrivato all'inizio di un vantaggio. Hai capito cos'è davvero l'AI, senza nebbia e senza paure. Hai imparato a farle fare il lavoro che pesa, a impacchettare quello che sai in un prodotto, a consegnare sempre allo stesso livello, a mettere in fila una squadra di aiutanti e a comandarli da un posto solo. E ora sai che il mondo si sta muovendo nella tua direzione.

Ma tutto questo non vale niente se resta nella tua testa. Il valore è in cosa fai da domani. I più finiscono un corso, chiudono un libro, e non cambia niente. Tu non essere come i più. Oggi, non “un giorno”: scegli una sola cosa piccola del tuo lavoro — una mail sempre uguale, una ricerca di contatti, un documento noioso — e affidala all'AI entro domani. Falla girare, guarda cosa esce, sistema. È l'interruttore che accende tutto il resto.

È stato un piacere accompagnarti fin qui. Adesso chiudi il libro, scegli la tua prima cosa, e falla. In bocca al lupo — e vai a costruire.

---

## **Back-cover**

---

**Quello che prima richiedeva un team, oggi lo fai da solo.**

---

Hai un'idea di business e ti fermi sempre allo stesso muro: serve chi sviluppa, chi vende, chi gestisce i clienti, chi tiene i conti. Gente che costa prima ancora di guadagnare un euro. Così l'idea resta nel cassetto.

Non ti serve un team. Ti serve sapere come far lavorare l'AI come una squadra.

In queste pagine, Francesco Kei Tudini — consulente e imprenditore AI — ti porta dal “uso l'AI” al “dirigo una squadra di agenti che costruisce, vende e fa girare il business”, anche da solo e senza grandi capitali. Imparerai a:

- Trasformare l'AI da chatbot che risponde ad **agente che fa il lavoro** al posto tuo — fino a una squadra intera.
- **Costruire** i tuoi strumenti parlando: RAG, automazioni con n8n, agenti vocali, app e siti — senza scrivere una riga di codice.
- **Vendere** con la cold email che arriva e converte, le sequenze che scaldano da sole, la trattativa e i contenuti senza fatica.
- **Scalare** impacchettando ciò che sai in un prodotto, con sistemi che restano accesi e una squadra di agenti sotto un solo cruscotto.
- Tenere per te **l'ultimo metro**: la persona, la chiamata, la chiusura.

Niente promesse facili. Un percorso concreto, chiuso da un caso reale — Wines Export — costruito da una persona sola.

**Francesco Kei Tudini — l'AI applicata al business, per professionisti italiani.**

---

L' AUTORE

# FRANCESCO KEI TUDINI



Founder. Costruisce sistemi di AI e squadre di agenti che lavorano da soli — uno alla volta, in produzione. Questo libro è il suo metodo, messo in pratica su un caso reale (Wines Export).

**VUOI COSTRUIRLO NEL TUO BUSINESS? PARLIAMONE.**



[calendly.com/francesco-servizidigitali24](https://calendly.com/francesco-servizidigitali24)

FRANCESCO KEI TUDINI · LIBRO X

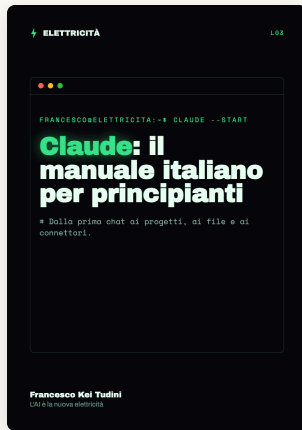
**Prenota una consulenza · 15 min →**

## Tutti i libri di Francesco Kei Tudini

Inquadra il QR per aprire ciascun libro.



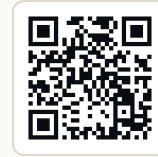
## Capire l'intelligenza artificiale



Claude: il manuale italiano



## Usare l'AI senza farti fregare



Claude per professionisti



Claude Cowork per professionisti



Claude Code: la guida pratica





## L'intelligenza artificiale nella tua impresa



## Studiare con l'AI



## Insegnare nell'era dell'AI



## Costruisci il tuo business con l'AI

