



CFBRAIN

PER CONSULENTI FINANZIARI

20 prompt per lavorare con l'AI come lavori con un collega

I Come usare questi prompt

Copia il prompt, sostituisci le parti tra parentesi quadre in maiuscolo con le tue informazioni e incollalo in una chat nuova. Più sei specifico nel compilarle, migliore è il risultato: "imprenditori tra i 45 e i 60 anni che pensano al passaggio dell'azienda ai figli" funziona molto meglio di "imprenditori".

Una chat per ogni lavoro

Se parli di un bilancio e poi, nella stessa chat, di un BTP, la seconda risposta sarà peggiore. Argomento nuovo, chat nuova.

Correggi il primo messaggio

Se la risposta non va, modifica il messaggio iniziale invece di aggiungere correzioni in coda: una chat piena di "no, cambia questo" dà risposte sempre più confuse.

Rispetta gli stop

Molti prompt dicono all'AI di fermarsi e aspettarti. È voluto: è il momento in cui controlli prima che un errore si propaghi. Rispondi alle domande, anche in due parole.

Ricerca e codice

Alcuni prompt chiedono all'AI di cercare online o di fare i conti con il codice. Se la tua versione non può farlo, l'AI deve dirtelo: in quel caso quel prompt va usato su una versione che può.

I prompt salgono di livello. I primi cinque si usano in due minuti. Gli ultimi sette sono lavori da consulente senior che richiedono qualche passaggio in più. Se l'AI la usi da poco, parti dall'inizio.

Come porti il tuo lavoro dentro l'AI

L'AI lavora bene quando le dai il tuo materiale vero. Portarlo dentro è più semplice di quanto sembri.



A voce

Tutte le app hanno il microfono nella chat: detti come parli e l'AI mette in ordine. Per un vocale lungo, Memo Vocali su iPhone o il Registratore su Android lo trascrivono da soli: copi il testo e lo incolli.



Le mail

Copi e incolli il testo, oppure salvi la conversazione in PDF e la alleggi. Per insegnarle il tuo stile, raccogli in un documento 10-20 mail che hai scritto prima di usare l'AI.



I documenti

KID, estratti conto, bilanci, report dei gestori: li alleggi in PDF con la graffetta o il più. Se il file è molto lungo, carica solo le parti che servono.

Prima di caricare qualsiasi cosa

Togli quello che rende riconoscibile il cliente: nome e cognome, codice fiscale, IBAN, numeri di conto, di dossier e di contratto, indirizzo. Gli importi, l'età e la professione in generale puoi lasciarli: sono quelli che servono all'analisi. Un documento con i nomi coperti funziona esattamente come l'originale.

C'è però un limite che nessun prompt supera: i dati veri dei tuoi clienti su ChatGPT, Claude o Gemini non vanno caricati. Per lavorare sulle schede dei clienti, sulle note degli incontri e sui loro portafogli serve uno strumento che gira sul tuo computer. Ne parliamo nell'ultima pagina.

I 20 prompt

LIVELLO 1 · PRIMI PASSI

- 01 Costruisci il prompt con me
- 03 Il calcolo di cui ti puoi fidare
- 05 Dall'articolo al post che sembra scritto da te

LIVELLO 2 · CON IL TUO MATERIALE

- 06 Analisi approfondita di un'azienda o di un imprenditore (fonti aperte)
- 08 Fondo pensione, fondo di categoria o TFR in azienda

LIVELLO 3 · IL CONTESTO

- 10 Il tuo metodo, messo per iscritto
- 12 La prima chat di un progetto

LIVELLO 4 · AVANZATI

- 14 Il portafoglio del prospect
- 16 Il confronto sulle commissioni: costo per il cliente, guadagno per te
- 18 Ricerca normativa con i semafori
- 20 Allenati con il cliente difficile

- 02 Scrivi qualsiasi mail

- 04 La presentazione nel tuo stile

- 07 Due prodotti a confronto dai KID

- 09 La rassegna stampa per i tuoi clienti

- 11 La tua guida di stile

- 13 L'AI che non ti dà sempre ragione

- 15 Il tuo portafoglio contro il suo, con i grafici per il cliente

- 17 Il bilancio dell'imprenditore

- 19 La pre-diagnosi del primo incontro

I Primi passi

Si incollano e funzionano subito. Qui prendi le tre abitudini che reggono tutto il resto: dire all'AI chi sei, farti fare le domande prima che lei risponda, pretendere che ti dica quando non sa una cosa.

01 Costruisci il prompt con me

QUANDO USARLO

Hai in testa un'attività ma non sai come chiederla all'AI. È il prompt da cui partire, e quello che userai di più.

IL PROMPT

Sei un esperto di prompt che lavora con consulenti finanziari italiani. Il tuo compito non è svolgere l'attività che ti descrivo: è aiutarmi a scrivere il prompt perfetto per farla, così che io possa riusarlo ogni volta.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Lavoro soprattutto con **[IL TUO CLIENTE TIPO]**. L'attività che voglio fare è: **[DESCRIVI IN DUE RIGHE COSA VUOI OTTENERE E PERCHÉ]**.

Fammi le 5 domande chiave che ti servono per capire cosa voglio ottenere esattamente, per chi è il risultato, in che formato e lunghezza lo voglio, che materiale posso darti e che cosa, per me, sarebbe un risultato sbagliato; se il risultato va ai clienti, chiedimi anche se la mia rete ha regole da rispettare. Fammele tutte insieme, numerate, e aspetta le mie risposte.

Poi scrivi il prompt. Deve dare all'AI un ruolo preciso, spiegare chi sono e a chi è destinato il risultato, descrivere l'output prima che venga prodotto (struttura, lunghezza, tono), dire cosa NON fare (se il risultato lo leggerà un cliente, anche i segni tipici dei testi scritti dall'AI: il trattino lungo, gli elenchi sempre da tre, "non è X, è Y"), chiedere di scrivere **[DA VERIFICARE]** al posto di ogni informazione mancante invece di inventarla, e chiudersi con i criteri di riuscita: "hai fatto un buon lavoro se...", seguiti da 3-4 condizioni concrete che l'AI deve controllare prima di consegnare. Le parti che cambiano ogni volta mettile tra parentesi quadre, in maiuscolo; quello che ti ho già detto di me e del mio lavoro scrivilo per esteso.

Sotto il prompt spiegami in 3 righe le scelte più importanti che hai fatto, così la prossima volta lo scrivo da solo. Poi elencami i punti in cui hai interpretato le mie risposte o hai reso una mia indicazione più rigida di come l'ho detta, così li correggo prima di usarlo.



PERCHÉ FUNZIONA

Le domande le fa l'AI a te: ti costringe a chiarire l'obiettivo prima di chiedere. La domanda "cosa sarebbe un risultato sbagliato" è quella che nessuno si fa, ed è quella che alza di più la qualità.

02 Scrivi qualsiasi mail

QUANDO USARLO

Ogni volta che devi scrivere una mail, al cliente come al back office: butti giù i concetti come vengono, anche dettandoli a voce, e ti torna la mail pronta da incollare. Negli appunti non mettere nomi, codici o numeri di contratto dei clienti: li aggiungi tu prima di inviare.

IL PROMPT

Sei il mio assistente di scrittura. Il contenuto della mail è mio: il tuo lavoro è renderlo chiaro, fluido e facile da leggere, come lo scriverei io in una giornata in cui ho il tempo di rileggerlo. Non aggiungere argomenti, dati, promesse o cortesie che non ti ho dato.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Firmo così: **[LA TUA FIRMA, ES. "UN CARO SALUTO, MARCO"]**.

La mail che devo scrivere:

- va a: **[CHI È, ES. "CLIENTE DA 10 ANNI, 70 ANNI, PRUDENTE" / "BACK OFFICE DELLA SEDE" / "PROSPECT CONOSCIUTO A UNA CENA"]**
- al destinatario do del: **[TU / LEI]** (a me dai del tu)
- cosa devo dire: **[I TUOI APPUNTI COSÌ COME SONO, ANCHE DETTATI A VOCE]**
- dopo averla letta deve: **[UNA SOLA AZIONE, ES. "RICHIAMARMI PER FISSARE UN INCONTRO ENTRO VENERDÌ" / "MANDARMI IL MODULO FIRMATO" / "NIENTE, È SOLO UN AGGIORNAMENTO"]**
- tono: **[ES. "CORDIALE E DIRETTO" / "NON COMMERCIALE, RAZIONALE E OGGETTIVO"]**

Qui sotto trovi 2 o 3 mail scritte da me, senza l'AI. Te le do perché chi legge deve riconoscere me: una mail perfetta che non sembra mia vale meno di una mail normale che è mia. Usale solo per capire come scrivo (lunghezza delle frasi, come apro, come chiudo, quanto sono formale, le espressioni che ripeto spesso), non per gli argomenti.

[INCOLLA 2-3 TUE MAIL, SENZA "GENTILE SIGNOR..." E SENZA DATI DEI CLIENTI. SE NON NE HAI, CANCELLA QUESTE RIGHE]

Prima di scrivere, controlla se ti manca qualcosa che cambierebbe la mail: una data, un importo citato a metà, cosa deve fare chi legge. Se manca, fammi al massimo 3 domande, numerate, e aspetta le risposte. Se hai tutto, scrivi subito.

Consegnami, in quest'ordine e con questi titoli:

1. OGGETTO: due proposte brevi, che dicano già cosa c'è dentro.
2. VERSIONE BREVE: al massimo 5 righe, per chi legge dal telefono.
3. VERSIONE COMPLETA: al massimo 15 righe.

4. PRIMA DI INVIARE: i **[NOME]** e i **[DA COMPLETARE]** che compaiono davvero nelle due versioni (se non ce ne sono, scrivi "nessuno") e la domanda che secondo te il destinatario mi farà rispondendo, così la anticipo nella mail o mi preparo.

Tutte e due le versioni dicono nella prima riga perché scrivo e chiudono chiedendo in modo esplicito cosa deve fare chi legge, ed entro quando. Usa una scadenza solo per l'azione a cui l'ho riferita io: se per l'azione che chiedo non ti ho dato una scadenza, non prenderne un'altra dagli appunti e scrivi **[DA COMPLETARE]**.

Non inventare nomi, date, importi o fatti: se nelle mie mail d'esempio saluto con il nome, al posto del nome scrivi **[NOME]**; dove manca un'informazione scrivi **[DA COMPLETARE]**. Niente promesse di rendimento e niente frasi da brochure. Evita i segni tipici dei testi scritti dall'AI: il trattino lungo, gli elenchi puntati in una mail personale, gli elenchi sempre da tre, "non è X, è Y", "è importante sottolineare", parole come "cruciale" e "fondamentale", "spero che questa mail la trovi bene", le chiusure entusiaste. Non scrivere frasi di introduzione o di commento prima o dopo le mail: le copio così come sono in Outlook.

Prima di consegnare, rileggi la versione completa come il destinatario che la apre di fretta tra altre trenta mail: in dieci secondi capisce cosa gli chiedo? C'è una frase che potrebbe fraintendere o che suona come una vendita? Se la mail va a un cliente, rileggila anche come l'ufficio compliance della mia rete. Correggi quello che non regge, senza raccontarmelo.



PERCHÉ FUNZIONA

Dire all'AI cosa deve fare chi legge sposta la mail da quello che vuoi dire a quello che vuoi ottenere. Il segnaposto **[NOME]** viene da un caso visto in aula: una mail chiusa con "grazie Giorgio" a chi non si chiamava Giorgio. La chicca è l'ultimo punto: sapere prima quale domanda ti faranno ti risparmia il secondo giro di mail.

03 Il calcolo di cui ti puoi fidare

QUANDO USARLO

Ti serve un conto rapido (netto/lordo, rendimento, costo di un'uscita) e non puoi permetterti di sbagliarlo davanti al cliente. Dà il meglio quando l'AI può eseguire codice: il prompt glielo chiede per prima cosa.

IL PROMPT

Sei un analista di fiscalità degli investimenti in Italia, pignolo sui numeri: un errore di calcolo davanti a un cliente mi costa la sua fiducia. Per me un dato sbagliato è peggio di un dato mancante.

Devo fare questo calcolo: **[DESCRIVI IL CALCOLO, ES. "IL CLIENTE VUOLE RICEVERE 15.000 € NETTI DA UN FONDO. VALORE ATTUALE 80.000 €, VERSATI 60.000 €. QUANTO DEVO DISINVESTIRE LORDO?"]**.

Come prima cosa dimmi se in questa chat puoi eseguire codice. Poi elencami i dati che ti servono e le ipotesi che faresti: aliquote, eventuale quota in titoli di Stato, commissioni, bolli. Per ogni aliquota o soglia di legge indica da quale anno vale e la fonte: le regole fiscali cambiano e tu potresti ricordare quelle vecchie. Se una norma o un meccanismo lo ricordi ma non ne sei sicuro, scrivi **[DA VERIFICARE]** accanto invece di citare un

articolo di legge. Vale anche per le regole che ti sembrano ovvie, per esempio se una minusvalenza si può compensare con quel tipo di reddito: non costruire scenari su una regola di cui non sei sicuro. Se manca qualcosa di importante, fermati qui: scrivimi solo dati, ipotesi e domande, senza nessun calcolo, nemmeno provvisorio, e aspetta la mia risposta.

Quando hai tutto:

- se puoi eseguire codice, usalo per tutti i numeri che mi dai, compresi scenari e tabelle; accanto a ogni numero che non viene dal codice, anche una percentuale o una differenza, scrivi "(fatto a mente)";
- mostrami il calcolo passo per passo, con le formule scritte, in modo che io possa rifarlo;
- rifallo da capo con un metodo davvero diverso, che parta da un'altra grandezza (per esempio dalla plusvalenza in euro invece che dalle percentuali), e verifica che i due risultati coincidano; se non coincidono, trova l'errore prima di andare avanti;
- dimmi quali ipotesi possono cambiare il risultato, e di quanto.

Alla fine dammi:

1. il risultato in una riga, con le parole che userei io con il cliente: gli do del **[TU / LEI]**, importi arrotondati all'euro;
2. una tabella con 3 scenari realistici per il mio caso (importi o ipotesi diverse, non ipotesi che ti ho già escluso), calcolati con lo stesso metodo del risultato principale;
3. le formule per ricostruire il calcolo in Excel.



PERCHÉ FUNZIONA

L'AI sbaglia i conti quando li fa "a parole", e a volte lo fa proprio sui numeri secondari mentre dice di aver usato il codice: per questo ogni numero fatto a mente deve essere dichiarato. Il secondo metodo parte da un'altra grandezza, così un errore di impostazione non si ripete due volte. Lo stop sulle domande ti evita di prendere per buono un numero provvisorio.

04 La presentazione nel tuo stile

QUANDO USARLO

Devi preparare una presentazione per un cliente, un prospect o una serata con i clienti e vuoi che si riconosca come tua. Le presentazioni che dai come esempio vanno bene anche come screenshot, purché senza nomi dei clienti; gli importi puoi lasciarli. Il testo finale lo incolli in Gamma (gamma.app), che impagina le slide al posto tuo. Dalla seconda volta incolli la tua scheda di stile e parti dal passaggio 2.

IL PROMPT

Sei un esperto di presentazioni per la consulenza finanziaria. Sai che davanti a un cliente funziona una slide con un solo messaggio chiaro, e che un numero sbagliato fa perdere più fiducia di quanta ne diano dieci slide belle.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Lavoro soprattutto con **[IL TUO CLIENTE TIPO]**.

Voglio una presentazione nel mio stile, non nel tuo. Lavoriamo in tre passaggi e ti fermi alla fine di ognuno ad aspettare il mio ok: un numero sbagliato corretto nella scaletta costa un messaggio, corretto a presentazione

finita costa rifarla.

1. Il mio stile. Ti allego **[1-2 PRESENTAZIONI FATTE DA TE, ANCHE COME SCREENSHOT, SENZA NOMI DEI CLIENTI]**. Te le do perché senza esempi useresti lo schema di sempre, e i miei clienti devono riconoscere me. Prendile come modello di forma, non di contenuto. Descrivimi il mio stile in una scheda di poche righe: colori, fondo chiaro o scuro, come apro e come chiudo, l'ordine tipico delle slide, quanto testo metto per slide, come mostro i numeri (grafici, tabelle, un numero grande in evidenza), il tono e se do del tu o del lei. I colori scrivilmi in modo esplicito, con il nome e il codice se lo leggi: se il file è vecchio potresti prendere quelli sbagliati, e voglio controllarli. Se non ho presentazioni da darti, fammi invece 5 domande, tutte insieme, su questi stessi punti. Se puoi creare immagini o file, aggiungi una prova: una slide d'esempio con dati inventati, scritti come tali, solo per vedere se lo stile è giusto. Quando ho corretto e approvato la scheda, riscrivila in un unico blocco intitolato "La mia scheda di stile": la salvo e la prossima volta te la incollo al posto dei file.

2. La scaletta. L'argomento è **[ES. "PROPOSTA DI RIBILANCIAMENTO DEL PORTAFOGLIO DOPO TRE ANNI"]**. La presento a **[DESTINATARIO, ES. "COPPIA DI PENSIONATI, 68 E 65 ANNI, PRUDENTI, NON AMANO I TECNICISMI"]**. Chi la guarda deve uscire ricordando una cosa: **[IL MESSAGGIO PRINCIPALE IN UNA FRASE]**. I dati sono questi: **[INCOLLA NUMERI E TABELLE O ALLEGA I DOCUMENTI, CON FONTE E DATA]**. Proponimi la scaletta in una tabella con numero della slide, titolo, contenuto e numeri esatti che userai. Ogni titolo dice già il messaggio della slide: "Il portafoglio ha fatto meglio dell'obiettivo, con meno oscillazioni" al posto di "Rendimenti". Se la mia scheda ha titoli fissi, tienili e completali con il messaggio: "Cosa proponiamo: tornare alle proporzioni decise nel 2023". Un messaggio per slide: meglio poche slide forti che tante deboli. Usa solo i dati che ti ho dato; se pensi che ne serva uno in più, proponimelo con la fonte e inseriscilo solo se lo approvo. Dove manca un dato scrivi **[DA VERIFICARE]**.

3. Le slide. Per ogni slide della scaletta approvata scrivi il titolo, il testo esatto e le indicazioni grafiche coerenti con la mia scheda: che grafico usare e perché, quali colori, dove va il numero più importante. Sotto ogni slide con dei numeri metti fonte e data dei dati, solo come te li ho dati io: se per un dato non ti ho dato la fonte, scrivi "Fonte: **[DA VERIFICARE]**" e non dedurla. Se il numero l'hai calcolato tu, scrivi "Elaborazione su **[FONTE]**". In fondo ripeti tutto in una versione da incollare in Gamma, dentro un unico blocco di codice: solo titoli e testo delle slide, ogni titolo preceduto da # e uno spazio, le slide separate da una riga che contiene solo --- con una riga vuota prima e una dopo, niente prima della prima slide e niente dopo l'ultima.

Sui numeri: formato italiano (virgola per i decimali, punto per le migliaia, segno + o - sui rendimenti), lo stesso dato ha lo stesso valore in ogni slide, stessi decimali nello stesso grafico o tabella, nessun arrotondamento dei dati che ti ho dato. Non promettere rendimenti futuri. Non aggiungere di tua iniziativa slide, avvertenze, loghi o note che non sono nella scaletta approvata: se secondo te manca qualcosa, chiedimelo. Non usare mai il trattino lungo, in nessuna parte della risposta.

Prima di consegnare il passaggio 3, confronta ogni numero delle slide con i dati che ti ho dato e dimmi in una riga cosa hai controllato. Non scrivere di aver verificato una cosa che non hai verificato davvero. Poi rileggi la presentazione come **[DESTINATARIO]**: se una slide non si capisce al primo colpo, riscrivila, controllando che le parole più semplici dicano ancora la stessa cosa del termine tecnico.



PERCHÉ FUNZIONA

Senza un esempio l'AI ripete sempre lo stesso schema grafico: le tue presentazioni passate le danno il modello, e la scheda di stile la costruisci una volta sola. La scaletta con i numeri esatti è il punto di controllo che conta, perché lì un errore si corregge con una riga. La slide di prova con dati inventati ti fa vedere lo stile senza caricare un solo dato vero.

05 Dall'articolo al post che sembra scritto da te

QUANDO USARLO

Hai letto un articolo interessante e vuoi trasformarlo in un post LinkedIn che i tuoi clienti riconoscano come tuo.

IL PROMPT

Sei il ghostwriter di un consulente finanziario italiano che su LinkedIn non vuole piacere a tutti: vuole farsi scegliere dai clienti giusti. Scrivi come parla un professionista con anni di incontri alle spalle: concreto, diretto, mai da guru.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]** a **[CITTÀ]**. Lavoro soprattutto con **[IL TUO CLIENTE TIPO, ES. "IMPRENDITORI TRA I 45 E I 60 ANNI CHE PENSANO AL PASSAGGIO DELL'AZIENDA AI FIGLI"]**. Le domande che mi fanno più spesso sono: **[2-3 DOMANDE VERE DEI TUOI CLIENTI]**.

Qui sotto trovi alcuni post che ho scritto io. Te li do per un motivo preciso: senza esempi scriveresti come scrivono tutti, e i miei clienti se ne accorgerebbero. Devono riconoscere me, non un testo generato. Te ne do più di uno perché tu capisca cosa hanno in comune, cioè il mio modo di scrivere, e non ti attacchi agli argomenti di un post solo. Usali solo per la voce: non riprenderne argomenti né struttura.

[INCOLLA QUI 3-5 TUOI POST PASSATI]

Questo è l'articolo da cui partire:

[INCOLLA QUI IL TESTO DELL'ARTICOLO]

Lavora in quattro passaggi e fermati alla fine di ognuno:

1. Analizza i miei post e descrivimi il mio stile in 5 punti: lunghezza delle frasi, come apro, come chiudo, parole ed espressioni che uso spesso, cosa non faccio mai. Aspetta che io lo corregga: da lì in poi scrivi rispettando quella descrizione.
2. Estrai dall'articolo i 3 spunti più rilevanti per i miei clienti e, per ognuno, dimmi in una riga quale loro paura o desiderio tocca. Aspetta che io ne scelga uno.
3. Intervistami: fammi le 3 domande chiave per tirare fuori la mia opinione e un episodio reale che ho vissuto con un cliente su questo tema. Aspetta le mie risposte.
4. Solo allora scrivi il post.

Il post apre con una frase che il mio cliente tipo potrebbe avermi detto, non con un dato. Richiama in una riga la notizia da cui parto, con la fonte, così il lettore capisce perché ne parlo adesso. Racconta l'episodio senza che il cliente sia riconoscibile: niente nomi, e non mettere insieme età, professione, importi e vicende familiari che a chi lo conosce direbbero chi è. Prende una posizione, anche se scomoda. Spiega il concetto tecnico con un

esempio in euro: se richiede un calcolo, fallo davvero (con il codice, se puoi eseguirlo) e mostrami il conto sotto il post. Nel post non entra nessuna cifra che non venga da me, dall'articolo o da un tuo calcolo. Chiude con una domanda a cui il mio cliente tipo abbia voglia di rispondere nei commenti. Massimo 1.300 caratteri, paragrafi di una o due righe, al massimo un'emoji.

Non promettere rendimenti e non citare prodotti o società. Non usare mai il trattino lungo, nemmeno nei messaggi tra un passaggio e l'altro. Nel post evita anche gli altri segni tipici dei testi scritti dall'AI: gli elenchi sempre da tre, frasi come "in un mondo che cambia", "non è X, è Y", "ecco perché", "facciamo chiarezza", elenchi con emoji.

Quando hai finito, rileggi il post due volte: prima come il mio cliente più scettico, poi come l'ufficio compliance della mia rete. Segnalami in una tabella ogni frase che non reggerebbe: la frase, chi la contesta e perché, la nuova versione. La compliance controlla anche che il cliente dell'episodio non sia riconoscibile e che ogni cifra sia giusta. Poi consegnami la versione finale più due attacchi alternativi.



PERCHÉ FUNZIONA

Dare all'AI i tuoi post, e spiegarle perché glieli dai, è la differenza tra un testo da ChatGPT e un testo tuo: quando capisce lo scopo, lo rispetta. La scheda dello stile del passo 1 salvata: la prossima volta la incolli al posto dei post. L'intervista del passo 3 mette nel post un episodio tuo, che nessun altro consulente può copiare.

I Con il tuo materiale

L'AI smette di rispondere in generale e lavora sulle cose tue: i KID, le notizie che ricevi, i documenti di un'azienda, i dati di un fondo pensione. Ogni numero ha una fonte, e dove la fonte manca lo vedi scritto.

06 Analisi approfondita di un'azienda o di un imprenditore (fonti aperte)

QUANDO USARLO

Prima di incontrare un imprenditore, un professionista o la sua azienda, che sia un prospect o un cliente che vuoi conoscere meglio. Solo informazioni pubbliche, e nel prompt non scrivere che è un tuo cliente: alla ricerca non serve, e il rapporto resta riservato.

Come lanciarlo: incollalo in una chat normale con la ricerca web attiva. Quando l'AI ti mostra chi ha trovato e tu confermi, attiva la ricerca approfondita (Deep Research su ChatGPT e su Gemini, Ricerca su Claude) e scrivi "procedi". Lavora per qualche minuto: nel frattempo fai altro.

IL PROMPT

Sei un analista senior di business intelligence che prepara i consulenti finanziari prima di un incontro importante. Lavori solo su fonti aperte e sei rigoroso: un'informazione senza fonte per te non esiste, e un'informazione sulla persona sbagliata è peggio di nessuna informazione.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Tra **[QUANDO, ES. "DUE SETTIMANE"]** incontrerò per lavoro questo soggetto: **[NOME DELL'AZIENDA CON CITTÀ E SITO, OPPURE NOME E COGNOME DELL'IMPRENDITORE O DEL PROFESSIONISTA CON LA SUA AZIENDA O IL SUO STUDIO E LA CITTÀ]**. Quello che so già: **[ES. "SETTORE METALMECCANICO, CIRCA 50 DIPENDENTI, ME L'HA PRESENTATO IL SUO COMMERCIALISTA"]**. Ti do questi dettagli per un motivo preciso: esistono aziende e persone con nomi simili, e se sbagli soggetto tutto il resto è inutile.

Lavora in due tempi.

Primo. Cerca online e dimmi chi hai trovato (se non puoi cercare online, dimmelo e fermati: non rispondere a memoria): denominazione esatta, città, partita IVA se è pubblica, sito, attività; se il soggetto è una persona, il suo ruolo e le società o lo studio a cui è legata. Se trovi più candidati o un'omonimia, elencali con l'elemento che li distingue (città, attività, azienda), senza altri dati personali. Poi fammi le 2 domande chiave che ti servono per mirare la ricerca e fermati: non andare avanti finché non confermo che il soggetto è quello giusto.

Secondo. Dopo la mia conferma, parti dalle fonti primarie (registro delle imprese e visure consultabili, bilanci depositati, sito ufficiale, comunicati, albi professionali), poi passa alle fonti secondarie autorevoli (stampa economica nazionale e locale, associazioni di categoria) e solo in terza battuta al resto, dicendomi quando lo

usi. Marca ogni informazione con un semaforo, il link e la data della fonte:  verificato (fonte primaria, oppure due fonti indipendenti che non si copiano a vicenda: le banche dati che rivendono i dati camerali contano come una sola),  parziale,  non verificato. Uno stesso dato ha lo stesso semaforo in tutto il report; se due fonti danno numeri diversi, scrivilli tutti e due. Per ruoli e cariche controlla che siano ancora in corso: se la fonte più recente ha più di 12 mesi, scrivilo e metti . Tieni separati i fatti dalle tue deduzioni.

Il report è per uso mio interno e ha queste sezioni:

1. Sintesi in 5 righe: chi è, come sta andando, cosa è cambiato di recente.
2. Storia e attività: nascita, passaggi importanti, cosa vende, a chi, dove, quante persone ci lavorano.
3. Soci e persone chiave: ruoli, quote se pubbliche, percorso professionale, altre cariche. Solo informazioni professionali e pubbliche: niente vita privata, niente indirizzi di casa, niente familiari che non abbiano un ruolo nell'azienda.
4. I numeri: una tabella con gli ultimi bilanci che trovi (fatturato, utile, patrimonio netto, liquidità, debiti, dipendenti, TFR), con anno e fonte per ogni dato. Se il bilancio completo non è consultabile gratis, dimmelo e dimmi dove posso recuperarlo. Se il soggetto è una persona, i numeri sono quelli delle sue società.
5. Le novità degli ultimi 12 mesi, con data e link.
6. Per il mio lavoro: i possibili punti d'ingresso (liquidità, TFR, passaggio generazionale, protezione delle persone e del patrimonio, rapporti tra soci), ognuno con il dato che te lo fa pensare, scritto come ipotesi da verificare all'incontro e coerente con le regole in vigore (per esempio, sopra una certa soglia di dipendenti il TFR di chi non aderisce a un fondo va al Fondo di Tesoreria INPS, non resta in azienda). Poi 5 domande da fare all'incontro, che mostrino che ho studiato senza sembrare un interrogatorio.
7. Cosa non hai trovato e dove hai cercato. Scrivi "non ho trovato traccia di X cercando su Y", mai "X non esiste": non trovato non vuol dire che non esista.

Hai fatto un buon lavoro se non ci sono dubbi sull'identità del soggetto, ogni dato ha il suo semaforo e il suo link, fatti e deduzioni sono separati, non c'è nulla di privato e ogni punto d'ingresso poggia su un dato del report. Prima di consegnare ricontrolla cifre e link.

Infine scrivimi una frase con cui aprire l'incontro partendo da una novità verificata, senza aggiungere dettagli che non sono nel report: naturale, senza trattino lungo, che faccia capire che mi sono preparato senza farlo pesare.



PERCHÉ FUNZIONA

Il vincolo di identità con lo stop evita l'errore più costoso: arrivare all'incontro preparato sull'azienda sbagliata. I semafori con il link ti dicono a colpo d'occhio di cosa fidarti e costringono l'Al a un secondo controllo su ogni fonte. La sezione "cosa non hai trovato" ti protegge davanti all'imprenditore: un buco dichiarato vale più di una stima plausibile.

07 Due prodotti a confronto dai KID

QUANDO USARLO

Devi confrontare due prodotti (fondi, ETF, polizze d'investimento, gestioni) per un cliente e hai i KID o le schede prodotto. I KID sono documenti pubblici; il cliente descrivilo senza nome: età, importo, orizzonte e carattere bastano.

IL PROMPT

Sei un analista di prodotti d'investimento, neutrale e pignolo. Il confronto che mi prepari lo userò davanti a un cliente, e per me un dato errato è peggio di un dato mancante.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Ti allego i documenti di due prodotti: **[KID O SCHEDE PRODOTTO, CON GLI ISIN SE LI HAI]**. Il confronto serve per **[IL CLIENTE, SENZA NOME, ES. "COPPIA DI 55 ANNI, PRUDENTE, VUOLE INVESTIRE 100.000 € PER 10 ANNI E POTREBBE AVER BISOGNO DI UNA PARTE PRIMA"]**. Le mie condizioni commerciali sono: **[ES. "SUL PRODOTTO A NON APPLICO COMMISSIONI DI INGRESSO, SUL PRODOTTO B SONO L'1%"]**. Te le dico perché il KID riporta i costi massimi: se non le conosci, gonfi i costi di un prodotto e falsi tutto il confronto.

Lavora in tre passaggi e fermati alla fine di ognuno.

1. Per ogni documento dimmi nome, ISIN, società e data del documento. Se nome e ISIN non coincidono, comanda l'ISIN: segnalamelo. Poi verifica che i due prodotti siano davvero confrontabili (tipo di strumento, classe di attivo, categoria, valuta, orizzonte). Se non lo sono, per esempio un bilanciato messo accanto a un azionario, dimmi perché e fermati. Se lo sono, fammi le 2 domande chiave su cosa conta di più per questo cliente e aspetta.

2. Prepara una tabella comparativa con: tipo di prodotto; indicatore sintetico di rischio; periodo di detenzione raccomandato; costi di ingresso, di uscita, correnti ed eventuali commissioni di performance; costi totali in percentuale e in euro su **[IMPORTO]** per **[ANNI]**, sia come da KID sia applicando le mie condizioni (se gli anni superano il periodo coperto dal KID, dimmi che è una tua proiezione e come l'hai fatta); scenari di performance del KID; liquidabilità (tempi, penali, vincoli di uscita); data di riferimento dei dati. Per ogni numero indica la pagina del documento. Se un dato manca scrivi N.D., non stimarlo. Se puoi eseguire codice, usalo per i calcoli in euro e mostrami la formula.

3. Dimmi le differenze che contano davvero per questo cliente, al massimo 5, dalla più importante, due righe ciascuna. Tra queste confronta sempre il periodo di detenzione raccomandato con i tempi del cliente, prelievi previsti compresi. Poi 4 domande da fare al cliente per capire quale dei due fa per lui, scritte come le farei io a voce, senza termini tecnici.

Resta neutrale: non partire dall'idea che l'ETF o il prodotto di un indipendente siano migliori, né che il prodotto della casa nasconda un conflitto d'interessi. È un pregiudizio frequente nei testi da cui hai imparato. Un costo più basso da solo non rende un prodotto migliore: dimmi cosa offre ciascuno per quello che costa. Gli scenari del KID non sono previsioni: non usarli per dire quale renderà di più, e non confrontare scenari calcolati su periodi di detenzione diversi. Se il KID non dice una cosa, scrivi "il KID non lo indica": non trasformarlo in una garanzia, né qui né nella spiegazione per il cliente.

Prima di consegnare la tabella rileggila come un analista pignolo e confronta ogni numero con il documento.

Quando ti confermo che la tabella è corretta, scrivi la spiegazione per il cliente: massimo 10 righe, con parole che userebbe lui, un esempio in euro, nessun termine tecnico senza spiegarlo tra parentesi, nessuna promessa di rendimento né di liquidità, ogni stima detta come stima, niente trattino lungo. Dagli del **[TU / LEI / VOI SE SONO UNA COPPIA]**.



PERCHÉ FUNZIONA

Dichiarare le tue condizioni evita l'errore più comune: l'AI applica le commissioni massime del KID e gonfia i costi proprio del prodotto su cui non le fai pagare. Il controllo di confrontabilità con lo stop ti salva dal confronto tra due prodotti che non si possono mettere uno accanto all'altro. L'ultimo passo è la chicca: la stessa analisi diventa la spiegazione che il cliente capisce.

08 Fondo pensione, fondo di categoria o TFR in azienda

QUANDO USARLO

Un cliente ti chiede dove mettere il TFR o se gli conviene un fondo pensione. I dati del cliente dalli senza nome. I documenti dei fondi li scarichi dal sito del fondo o dalla COVIP: nota informativa, scheda dei costi con l'ISC, rendimenti. Se il cliente è autonomo, togli le righe su TFR, azienda e fondo di categoria. Serve un'AI che cerca online ed esegue calcoli, e il lavoro completo richiede tempo: se hai la ricerca approfondita, attivala per il primo passaggio.

IL PROMPT

Sei un esperto di previdenza complementare in Italia, preciso come un notaio. Le regole su deducibilità e tassazione cambiano spesso e le tue conoscenze si fermano a qualche mese fa: nessuna cifra di legge entra in questo lavoro senza fonte e anno.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Il cliente, senza nome: **[ETÀ]** anni, **[DIPENDENTE PRIVATO / DIPENDENTE PUBBLICO / AUTONOMO]**, reddito lordo annuo **[€]**, in pensione tra circa **[ANNI]** anni. TFR maturato finora: **[€, E DOVE SI TROVA, ES. "IN AZIENDA"]**. L'azienda ha **[NUMERO]** dipendenti e applica il contratto **[CCNL]**. Fondo di categoria disponibile: **[NOME DEL FONDO]**, con un contributo del datore di **[ES. "1,5% SE ANCHE IL CLIENTE VERSA L'1,5%"]**. Di suo il cliente può versare circa **[€ ALL'ANNO]**. Le opzioni da confrontare: TFR lasciato in azienda, fondo di categoria, **[IL FONDO APERTO O IL PIP CHE PROPONI, OPPURE "NESSUNA TERZA OPZIONE"]**.

Ti allego i documenti ufficiali dei fondi: **[NOTA INFORMATIVA, SCHEDA DEI COSTI CON L'ISC, RENDIMENTI]**. Te li do perché voglio che ogni numero sui fondi venga da lì e non dalla tua memoria. Se ti manca un dato del cliente che cambia il risultato, fammi al massimo 3 domande prima di cominciare.

Lavora in quattro passaggi e fermati alla fine di ognuno, aspettando il mio ok.

1. Le regole in vigore oggi. Cerca online, su fonti ufficiali (COVIP, Agenzia delle Entrate, Normattiva, INPS), le regole che servono a questo caso: deducibilità dei versamenti, tassazione della prestazione e come si riduce con gli anni di adesione, tassazione e rivalutazione del TFR lasciato in azienda, tassazione dei rendimenti del fondo, anticipazioni e riscatti, e se il contributo del datore spetta anche aderendo a un fondo diverso da quello di categoria. Per ogni regola scrivi la fonte con il link e da quale anno vale. Se fonti diverse riportano valori diversi, segnalamelo. Se non puoi cercare online, dimmelo e fermati: non darmi regole a memoria.

2. Il confronto. Una tabella con le opzioni in colonna e in riga: costi (l'ISC ai vari orizzonti della scheda dei costi),

contributo del datore, risparmio fiscale annuo in euro per questo reddito, tassazione in uscita, come si ricevono i soldi alla pensione (quanto in capitale e quanto in rendita), rendimenti passati del comparto più adatto al cliente, possibilità di avere i soldi prima. Scrivi N.D. se un dato manca e indica per ogni numero la pagina del documento. Sotto la tabella ricorda che i rendimenti passati non garantiscono quelli futuri e che periodi e comparti diversi non si confrontano.

3. Lo scenario. Stima il capitale netto a pensione per ogni opzione con tre ipotesi di rendimento, in una tabella che dichiari tutte le ipotesi (rendimenti, inflazione, crescita del reddito, costi, tasse), con i capitali sia in euro di domani sia in euro di oggi. Fammi vedere quanto pesano da soli il contributo del datore e il risparmio fiscale. Se puoi eseguire codice, usalo, e rifai il calcolo con un secondo metodo per controllarlo. Poi ricontrolla che nei conti ci siano davvero tutte le ipotesi della tabella, una per una (tasse sui rendimenti del fondo e sulla rivalutazione del TFR, costi, contributo del datore): il secondo metodo controlla l'aritmetica, non le ipotesi.

4. La pagina per il cliente. Una pagina sola, al massimo 500 parole, in linguaggio semplice: per ogni opzione cosa ci guadagna e a cosa rinuncia, anche come e quando riceverà i soldi, il numero che conta di più per lui in euro di oggi, le ipotesi scritte in fondo, fonti e data. Dagli del [TU / LEI].

Resta neutrale tra le opzioni, compresa quella che propongo io: il cliente deve capire la scelta e poterla spiegare in famiglia. Niente promesse di rendimento e mai il trattino lungo, in nessuna parte della risposta.

Hai fatto un buon lavoro se ogni cifra di legge ha fonte e anno, ogni numero sui fondi ha la pagina del documento, le ipotesi dello scenario sono tutte dichiarate e la pagina per il cliente si capisce senza di me.



PERCHÉ FUNZIONA

L'Al ricorda le regole di quando è stata addestrata: durante il percorso a un consulente ha dato con sicurezza una soglia di deducibilità superata. Il primo passaggio con lo stop ti fa controllare le regole prima che entrino nei conti, e lo scenario con le ipotesi dichiarate regge anche davanti al cliente più scettico. La pagina finale è quella che il cliente si porta a casa.

09 La rassegna stampa per i tuoi clienti

QUANDO USARLO

Ricevi newsletter, report dei gestori e articoli che non riesci a leggere tutti, e vuoi mandare ai clienti poche notizie che contano per loro, con la tua lettura. Una volta a settimana o ogni quindici giorni.

IL PROMPT

Sei il redattore della rassegna stampa di un consulente finanziario. Sai che i clienti leggono poco, spesso dal telefono, e che ogni notizia in più ne fa saltare un'altra: il tuo mestiere è scegliere e togliere.

Io sono [NOME], consulente [RETE O INDIPENDENTE]. I miei clienti sono [IL TUO CLIENTE TIPO, ES. "PROFESSIONISTI E PENSIONATI TRA I 55 E I 70 ANNI, POCO ESPERTI, PIÙ PREOCCUPATI DI PERDERE CHE DI

GUADAGNARE"]. Il mio approccio è **[ES. "BUY AND HOLD, PORTAFOGLI DIVERSIFICATI, NON INSEGUO LE NOTIZIE DEL GIORNO"]**. Temi di cui parlo: **[ES. "TASSI, INFLAZIONE, BORSE, PREVIDENZA"]**. Temi di cui non parlo: **[ES. "CRIPTOVALUTE, SINGOLE MATERIE PRIME"]**. Non citare strumenti o mercati che non propongo: se ne parlo, il cliente mi chiede perché non ce li ha.

Qui sotto trovi il materiale che ho ricevuto in questi giorni. Te lo do perché voglio partire da quello che leggo io e dalle fonti di cui mi fido, non da una ricerca generica:

[INCOLLA NEWSLETTER, REPORT DEI GESTORI E ARTICOLI]

E qui alcune mail che ho scritto io ai clienti, da usare solo per la voce, non per i contenuti:

[INCOLLA 2-3 TUE MAIL, SENZA NOMI]

Lavora in tre passaggi e fermati alla fine di ognuno.

1. Elenca le notizie che trovi nel materiale, una riga ciascuna con fonte e data, e per ognuna dimmi se interessa ai miei clienti e perché. Proponimi le **[NUMERO, ES. 4]** più rilevanti. Cerca online la fonte originale e la versione più aggiornata di ognuna: le tue conoscenze si fermano a qualche mese fa e i fatti possono essere cambiati. Se non trovi conferma, dimmelo. Se non puoi cercare online, dimmelo e fermati. Aspetta che io scelga.

2. Per ogni notizia scelta scrivi il fatto, in 2-3 righe, senza opinioni, con fonte e link; poi cosa cambia per il cliente, in concreto, in 2 righe. Poi fammi una sola domanda per notizia per capire cosa ne penso io e aspetta: il commento è mio e resta separato dal fatto. Se ti rispondo "scrivilo tu", proponine uno coerente con il mio approccio.

3. Scrivi la mail: oggetto, due righe di apertura personali, le notizie con fatto, cosa cambia e commento, una chiusura che inviti a sentirci se hanno domande, e questo disclaimer: **[IL DISCLAIMER DELLA TUA RETE]**. Si deve leggere in tre minuti. Poi una versione WhatsApp di massimo 6 righe, con la notizia più importante e l'invito a leggere la mail.

Pochi numeri: al massimo uno per notizia, e solo se aiuta a capire. Nessuna previsione presentata come certezza, nessun invito a comprare o vendere, nessuna promessa. Evita i segni tipici dei testi scritti dall'AI: il trattino lungo, gli elenchi sempre da tre, frasi come "non è X, è Y", le emoji.

Prima di consegnare rileggi tutto come un mio cliente che ha due minuti: toglie quello che salterebbe, non aggiungere niente. Poi controlla che ogni fatto abbia la sua fonte e il suo link.

Alla fine scrivimi in 10 righe le istruzioni di questa rassegna (clienti, temi, stile, struttura, lunghezza), da incollare la prossima volta al posto di questo prompt.



PERCHÉ FUNZIONA

Fatto, cosa cambia e commento restano separati: il fatto lo trovano ovunque, la lettura la trovano solo da te, e la domanda per ogni notizia la tira fuori da te invece di fartela inventare. L'istruzione che conta di più è togliere: l'AI tende ad aggiungere, e una rassegna lunga non la legge nessuno. Le 10 righe finali le salvi e la prossima rassegna parte da lì.

I Il contesto

Qui l'AI diventa un collega che ti conosce. Questi prompt li usi una volta sola: salvi il risultato nelle impostazioni o in un progetto, e da quel momento ogni risposta parte da te, dal tuo metodo e dal tuo modo di scrivere.

10 Il tuo metodo, messo per iscritto

QUANDO USARLO

Una volta sola, con calma: servono 30–45 minuti, anche in più sessioni, e puoi rispondere a voce con il microfono dell'app. Alla fine hai due testi. La versione breve va nelle impostazioni generali, così vale in ogni chat: su ChatGPT in Impostazioni > Personalizzazione, nel campo con le informazioni su di te (nel piano gratuito il limite è di 1.500 caratteri); su Claude in Impostazioni, alla voce "Istruzioni per Claude"; su Gemini in Impostazioni, alla voce "Istruzioni per Gemini". Il documento completo lo carichi come file nei progetti (vedi il prompt 12) o nella Conoscenza di un Gem. Quando racconti i casi, niente nomi dei clienti.

IL PROMPT

Sei un intervistatore esperto che aiuta i consulenti finanziari a mettere per iscritto il proprio modo di lavorare. Il tuo compito non è consigliare, è intervistare: devi tirare fuori il mio metodo, non proporre il tuo né la teoria dei manuali.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]** a **[CITTÀ]**, con **[ANNI]** anni di esperienza. Quello che scriviamo diventerà il contesto permanente della mia AI: deve poter lavorare con me come un collega che mi affianca da anni. Per questo servono le mie parole, i miei criteri e i miei casi, non risposte generiche.

Conduci l'intervista così:

- Una domanda alla volta. Aspetta la risposta prima di fare la successiva. Mai elenchi di domande.
- Parti dagli episodi, non dalle definizioni. Invece di "come conduci il primo incontro?" chiedimi "raccontami l'ultimo primo incontro che hai fatto, passo per passo".
- Se rispondo vago ("dipende", "caso per caso", "lo sento"), chiedimi da cosa dipende: criteri, soglie, numeri, un caso in cui ho detto sì e uno in cui ho detto no.
- Chiedimi casi concreti, sempre senza nomi né dati che rendano riconoscibile il cliente.
- Chiedimi anche cosa ho provato e ha smesso di funzionare: è la parte che racconterei per ultima ed è quella che vale di più.
- Non consigliarmi, non correggermi, non commentare quanto è interessante una risposta, non riassumere a ogni giro. Se ti chiedo un parere, rispondi "me lo segno, ne parliamo alla fine" e vai avanti.
- Se scrivo "salta", passa oltre. Se scrivo "pausa", riassumi quello che hai raccolto finora in un testo che posso incollare in una nuova chat per riprendere.

- All'inizio di ogni area dimmi a che punto siamo, per esempio "Area 3 di 9".

Le aree da coprire:

1. Chi sono: il mio percorso, perché faccio questo lavoro, come mi presento a chi non mi conosce.
 2. I miei clienti: il cliente tipo, quello che cerco, quello che non prendo più e perché.
 3. Il mio valore: qual è la cosa che mi rende unico come consulente, cosa dicono di me i clienti quando mi presentano a un amico.
 4. Il primo incontro: come lo preparo, cosa chiedo, come capisco obiettivi, orizzonte e vera tolleranza al rischio, come considero il patrimonio complessivo e la famiglia.
 5. Il portafoglio: come decido l'asset allocation, come scelgo gli strumenti, le regole e le soglie che rispetto sempre.
 6. La gestione nel tempo: ogni quanto rivedo il portafoglio, cosa mi fa intervenire, come gestisco i ribassi e il cliente preoccupato.
 7. Come comunico: telefono, mail, WhatsApp, report; tu o lei; ogni quanto sento i clienti.
 8. Le mie regole: cose che non faccio mai, parole che uso e parole che evito, promesse che non faccio.
 9. Casi ed errori: due o tre clienti tipo, anonimi, e un errore che ha cambiato il mio modo di lavorare.
- Prima di chiudere chiedimi due cose: cosa mi porta via più tempo di quanto meriterebbe, e cosa so fare io che un collega non saprebbe rifare allo stesso modo.

Alla fine scrivi il documento "Il mio metodo di lavoro", con queste sezioni: chi sono e per chi lavoro; il mio valore; principi; processo, dal primo incontro alla gestione nel tempo; regole operative (soglie, limiti, cose che non faccio); come comunico, con le parole che uso e quelle che evito; casi esempio; punti da chiarire. Nei punti da chiarire metti le risposte rimaste vaghe e le contraddizioni tra le regole che dichiaro e i casi che ti ho raccontato. Usa le mie parole, riporta i numeri che ti ho dato e non aggiungere nulla che non ti abbia detto: dove manca un'informazione scrivi **[DA COMPLETARE]**.

Poi scrivi la versione breve da incollare nelle istruzioni personalizzate: massimo 1.500 caratteri spazi inclusi, in prima persona, scritta come indicazioni per l'AI ("Sono...", "Quando scrivi ai miei clienti..."). Chiudila con questa frase: "Quando lavori con me usa sempre il principio human in the loop: prima di prendere decisioni o di consegnare un lavoro lungo, chiedimi conferma."

Prima di considerarli definitivi, chiedimi di rileggerli e correggerli. Hai fatto un buon lavoro se un collega che non mi conosce, leggendo il documento, saprebbe preparare un primo incontro come lo preparerei io.

Inizia spiegandomi in due righe come funziona, poi fammi la prima domanda.



PERCHÉ FUNZIONA

Chiedere "raccontami l'ultima volta che l'hai fatto" è la chicca: descriviamo male i nostri processi e raccontiamo bene gli episodi, e il "da cosa dipende?" porta a galla criteri che usi da anni senza averli mai scritti. Con le stesse domande l'AI dà a tutti le stesse risposte: quello che la rende tua, e che un concorrente non può copiare, è il tuo metodo messo per iscritto.

11 La tua guida di stile

QUANDO USARLO

Le mail che ti scrive l'AI sono "perfette, ma non sono io", e chi le riceve se ne accorge. Prepara un documento con 10–20 mail (o post) scritte prima di usare l'AI, di tipi diversi, con il tipo indicato sopra ognuna. Per anonimizzarle togli il saluto con il nome e ogni dettaglio che renda riconoscibile il cliente. La guida confermata la salvi una volta: su ChatGPT nelle istruzioni di un progetto "Mail"; su Claude nelle istruzioni di un progetto "Mail", oppure come stile personalizzato; su Gemini come istruzioni di un Gem "Le mie mail".

IL PROMPT

Sei un editor che per anni ha scritto a nome di altri professionisti e riconosce in poche righe la voce di una persona.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Ti allego **[NUMERO]** mail che ho scritto io, prima di usare l'AI, a clienti e prospect: **[ALLEGA IL DOCUMENTO, CON IL TIPO DI MAIL SOPRA OGNUNA, ES. "FOLLOW-UP DOPO L'INCONTRO", "RICHIESTA DI APPUNTAMENTO", "INVIO PROPOSTA"]**.

Te le do per un motivo preciso: le mail che mi scrive l'AI sono corrette, ma non sono mie, e i miei clienti se ne accorgono. Analizza solo lo stile, non il contenuto: argomenti, prodotti, cifre e situazioni di queste mail non ti interessano e non devi riusarli. Te ne do tante e di tipi diversi proprio perché tu veda cosa hanno in comune, cioè il mio modo di scrivere, e non ti attacchi a quello che dicono.

Lavora in tre passaggi e fermati alla fine di ognuno:

1. Scrivi la mia guida di stile: lunghezza delle mail e delle frasi; come apro e come chiudo, saluti e firma; espressioni e parole che uso spesso; tu o lei, e quando passo dall'uno all'altro; quanto sono tecnico e come spiego numeri e prodotti; cosa non faccio mai; cosa cambia tra un tipo di mail e l'altro. Per ogni punto cita tra virgolette un esempio preso dalle mie mail. Un tratto che compare in una mail sola non è stile: lascialo fuori. Poi fammi le 3 domande chiave su quello che dalle mail non riesci a capire (per esempio come scrivo quando devo dare una brutta notizia) e aspetta le risposte.
2. Test: riscrivi nel mio stile questa mail generica: **[INCOLLA UNA MAIL SCRITTA DALL'AI, OPPURE UN APPUNTO, ES. "CONFERMA L'APPUNTAMENTO DI GIOVEDÌ E CHIEDI DI PORTARE L'ULTIMO ESTRATTO CONTO"]**. Sotto, spiegami in 3 righe cosa hai cambiato e in base a quale punto della guida. Aspetta il mio giudizio: se ti dico che qualcosa non suona mio, correggi la guida, non solo la mail, e rifai il test.
3. Quando confermo, scrivi la guida definitiva in un unico testo pronto da salvare. Deve iniziare con "Quando scrivi a mio nome, segui questa guida" e chiudersi con due mail di esempio brevi, scelte tra le mie e senza dati dei clienti.

Nella guida aggiungi sempre queste regole, anche se non emergono dalle mail, e rispettale già da ora, test compreso: niente trattino lungo; niente elenchi costruiti sempre su tre elementi; niente frasi come "non è X, è Y" o formule di cortesia che io non uso; nessuna promessa di rendimento; restituisci solo il testo della mail, senza frasi di introduzione o di commento, così posso copiarla così com'è.



PERCHÉ FUNZIONA

"Analizza solo lo stile, non il contenuto" è la frase decisiva: con pochi esempi l'AI copia gli argomenti invece della voce, con tante mail di tipi diversi è costretta a cercare quello che hanno in comune. Il test su una mail vera, con le correzioni che finiscono nella guida e non solo nel testo, ti evita di scoprire il problema quando la mail è già partita. Le due mail d'esempio in coda valgono più di tante righe di descrizione.

12 La prima chat di un progetto

QUANDO USARLO

Quando apri un progetto per un'attività che ripeti (la rassegna del lunedì, le mail ai prospect, le analisi di portafoglio, l'acquisizione di clienti), non per un uso singolo. È il primo messaggio del progetto: il testo finale lo incolli nelle istruzioni del progetto e da lì in poi ogni chat parte già informata. Su ChatGPT: Progetti, poi Istruzioni. Su Claude: Progetti, poi "Istruzioni del progetto" (nel piano gratuito fino a 5 progetti). Su Gemini: crea un Gem e incolla il testo nelle istruzioni, con i file nella Conoscenza. I file che carichi vanno anonimizzati.

IL PROMPT

Sto creando il contesto di questo progetto. Non ti chiedo ancora di fare il lavoro: prima devi capire come lo faccio io, così nelle prossime chat non dovrò rispiegarti niente.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]** e lavoro soprattutto con **[IL TUO CLIENTE TIPO]**.

Userò questo progetto per: **[ATTIVITÀ RICORRENTE, ES. "PREPARARE IL PRIMO CONTATTO CON I PROSPECT: RICERCA, MAIL DI APPROCCIO, FOLLOW-UP"]**.

L'obiettivo è: **[RISULTATO MISURABILE CON UNA SCADENZA, ES. "30 CLIENTI NUOVI ENTRO FINE ANNO"]**.

Lo userò **[OGNI QUANTO]** e il risultato serve a **[PER CHI: A ME, AL CLIENTE, ALLA MIA ASSISTENTE]**.

Materiale di partenza: **[I FILE CHE CARICHI, ES. "LISTA DEI PROSPECT SENZA NOMI, DUE MAIL CHE HANNO FUNZIONATO"]**.

Fammi solo le 5 domande chiave per capire tre cose: i dati che devi conoscere sempre (e quali file caricarti), come voglio che lavori (passaggi, formato, tono, lunghezza, cosa evitare) e cosa per me è un lavoro "fatto bene", con un esempio che posso darti come modello. Fammele tutte insieme, numerate, e aspetta. Se dopo le mie risposte manca qualcosa di importante, fammi al massimo altre 3 domande.

Poi scrivi le istruzioni del progetto, al massimo una pagina, in questo ordine:

1. Scopo e obiettivo, in due righe.
2. Chi sono e per chi lavoro in questo progetto.
3. Dati da conoscere sempre, con il nome di ogni file caricato e cosa contiene.
4. Come lavorare: i passaggi, dove fermarti a chiedermi conferma, formato e tono.
5. Cosa non fare mai.
6. Com'è un lavoro fatto bene: 3–4 criteri concreti, con riferimento all'esempio.
7. Cosa chiedermi ogni volta prima di iniziare.
8. Punti aperti: quello che non ti ho ancora chiarito.

Scrivile in modo che il progetto sia replicabile: chi le legge senza sapere nulla di me, persona o AI, deve poter fare il lavoro come lo farei io. Includi sempre queste regole: se non sai o non trovi un dato, dimmelo invece di inventarlo; per norme, notizie e dati di mercato cerca online e indica fonte e data; niente nomi o dati personali dei clienti. Dove un'informazione manca scrivi **[DA COMPLETARE]**.

Infine dimmi quali di queste informazioni valgono per tutto il mio lavoro e non solo per questo progetto: quelle vanno nelle mie istruzioni generali.



PERCHÉ FUNZIONA

Il primo messaggio indirizza tutto il progetto: se parte da un caso singolo, il progetto resta legato a quel caso. "Solo le 5 domande chiave" nasce in aula: senza un numero l'AI ne fa venti e ti stanchi prima di cominciare. La chicca è l'ultima riga, che separa il contesto del progetto da quello che vale sempre. Quando il lavoro cambia, apri una chat nel progetto e scrivi "sto aggiornando il contesto di questo progetto", incollando le istruzioni attuali.

13 L'AI che non ti dà sempre ragione

QUANDO USARLO

L'AI tende a darti ragione, e così non hai un vero contraddittorio. Le due forme si usano in momenti diversi. La prima la incolli una volta nelle impostazioni generali: su ChatGPT in Impostazioni > Personalizzazione > Istruzioni personalizzate; su Claude alla voce "Istruzioni per Claude", sotto la versione breve del tuo metodo (prompt 10); su Gemini alla voce "Istruzioni per Gemini". La seconda la usi al volo prima di una proposta importante, di una view di mercato da portare ai clienti, di un post che prende posizione. Nella situazione del cliente niente nomi.

(a) Le istruzioni permanenti

IL PROMPT

D'ora in poi non limitarti a darmi ragione e non dare per scontato che io abbia ragione. Sono un consulente finanziario: una risposta compiacente può finire davanti a un mio cliente, e la faccia e la firma ce le metto io. Ogni volta che condivido un'idea, una bozza o una decisione:

1. Controlla cosa sto dando per scontato che potrebbe essere sbagliato.
2. Dimmi cosa direbbe un collega esperto che non è d'accordo con me, e se esiste un altro modo di vedere la questione.
3. Metti alla prova il ragionamento: numeri, logica, passaggi saltati.
4. Segnalami quando sto per dire o scrivere a un cliente qualcosa che non potrei difendere davanti a lui, a un collega o alla compliance: promesse implicite di rendimento, previsioni presentate come certezze, confronti tra cose non confrontabili.
5. Distingui sempre i fatti, con fonte e data, dalle opinioni e dalle previsioni.
6. Dimmi quanto sei sicuro di quello che affermi (alto, medio, basso) e perché. Se non lo sai, dimmelo: per me un "non lo so" vale più di una risposta plausibile.

Se sbaglio, dimmelo chiaramente e spiegami perché. Se ho ragione, dimmelo in una riga, senza complimenti, e non inventare obiezioni per partito preso. Il tuo compito è aiutarmi a pensare meglio, non farmi sentire bravo.

(b) L'avvocato del diavolo, al volo

IL PROMPT

Sei [UN RUOLO SCETTICO, ES. "IL RESPONSABILE INVESTIMENTI PIÙ SEVERO CON CUI HO LAVORATO" OPPURE "UN IMPRENDITORE DIFFIDENTE CHE HA GIÀ CAMBIATO TRE CONSULENTI"]. Sto per [PROPORRE / DECIDERE / SCRIVERE] questo: [LA DECISIONE O LA VIEW, ES. "PROPORRE A UN CLIENTE DI 62 ANNI DI SPOSTARE IL 30% DELLA LIQUIDITÀ SU UN BILANCIATO CON ORIZZONTE 5 ANNI"]. Le mie ragioni sono: [LE TUE 2-3 RAGIONI].

Prima fammi le 3 domande chiave che ti servono per giudicarla e aspetta le risposte.

Poi smontala, in quest'ordine:

1. Le obiezioni più forti, dalla più grave, ognuna con cosa succede se ha ragione lei.
2. Le ipotesi nascoste: cosa sto dando per scontato.
3. Cosa reggerebbe: quali parti della mia idea resistono alle obiezioni e come la riformuleresti per renderla difendibile.
4. La domanda che il cliente potrebbe farmi e a cui oggi non saprei rispondere.
5. Il verdetto in una riga (procedo, correggo o mi fermo) con il tuo livello di sicurezza.

Separa i fatti dalle opinioni e dalle previsioni. Per dati di mercato, norme o notizie recenti cerca online e indica fonte e data: le tue conoscenze si fermano a qualche mese fa. Se non riesci a verificare qualcosa, dillo. Resta neutrale: non dare per scontato che un consulente di rete sia in conflitto d'interessi o che un indipendente sia più affidabile, è un pregiudizio frequente nei testi da cui hai imparato. Non ammorbidire le obiezioni per farmi piacere e non inventarne di deboli per fare numero: se la decisione regge, dimmelo.



PERCHÉ FUNZIONA

Le istruzioni permanenti tengono acceso il cervello in ogni chat senza doverlo chiedere, e il punto 4 guarda a quello che conta davvero per un consulente: cosa puoi difendere davanti al cliente. L'avvocato del diavolo non ti lascia solo con le macerie: il passo "cosa reggerebbe" ti restituisce una versione più solida della tua idea, e la domanda a cui non sapresti rispondere ti arriva prima che te la faccia il cliente.

I Avanzati

Il lavoro da consulente senior: portafogli, commissioni, bilanci, normativa, primo incontro con un prospect. Sono prompt lunghi e lavorano a passaggi, con uno stop dopo ognuno: il controllo resta sempre tuo.

14 Il portafoglio del prospect

QUANDO USARLO

Un prospect ti ha dato l'estratto conto della sua banca e lo incontri tra qualche giorno. Prima di caricarlo togli nome, IBAN, codice fiscale e numero di dossier (in uno screenshot coprili): gli importi restano.

IL PROMPT

Sei un consulente finanziario senior e stai preparando il primo incontro con un prospect: hai davanti il rendiconto della sua banca attuale. Non ti chiedo una due diligence, ti chiedo la preparazione di un incontro: dove il patrimonio non lavora, cosa non regge a una domanda, e il numero da cui partire. Sii critico ma corretto: se il portafoglio è fatto bene, dillo. Una critica che non regge, davanti al cliente, mi costa più del silenzio.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Del prospect so questo: **[ETÀ, PROFESSIONE, FAMIGLIA, PROGETTI NOTI, ES. "61 ANNI, MEDICO OSPEDALIERO, IN PENSIONE TRA 4 ANNI, DUE FIGLI ALL'UNIVERSITÀ"]**. Te lo dico per capire cosa potrebbe mancargli, non per dedurre il suo profilo di rischio: quello lo chiedo io a lui. Ti allego il rendiconto. Ho tolto nome, IBAN, codice fiscale e numero di dossier: se ne trovi ancora, non riportarli mai.

Lavora in tre passaggi e fermati alla fine di ognuno. Se puoi eseguire codice, usalo per somme e percentuali.

1. Dimmi che documento stai leggendo: tipo, data di valorizzazione e patrimonio totale dichiarato. Poi ricostruisci le posizioni riga per riga: descrizione, ISIN, quantità, divisa, controvalore, prezzo di carico o versato, plus o minus in euro e in percentuale, date. Dividile in liquidità (conti, conti deposito, fondi monetari ed ETF overnight, che sono liquidità con un altro nome), amministrato (titoli ed ETF) e gestito (fondi, SICAV, gestioni, polizze unit linked). La somma deve dare il totale dichiarato: se non torna, o se un numero è illeggibile, fermati e chiedimelo invece di aggiustare. Aspetta la mia conferma.

2. Analizza e mostrami i numeri: quanto patrimonio è fermo, in euro e in percentuale, e quanto potere d'acquisto perde in un anno con un'inflazione del **[TASSO, ES. 2%]**; se le date di apertura sono tutte uguali (portafoglio costruito in un giorno e mai più toccato) e se la valorizzazione è vecchia; la posizione media e quante righe pesano meno dell'1%; le azioni singole e se sono concentrate su un settore; le posizioni in valuta senza copertura; il peso dei prodotti del gruppo che li colloca, sul gestito e sul totale; cosa manca del tutto (previdenza integrativa, protezione, PAC). Poi calcola due rendimenti: plus e minus totali divise per il patrimonio

complessivo, e divise per il solo investito. Non stimare prezzi di mercato: segnala cosa andrebbe verificato. Il rendiconto mostra il guadagno dal prezzo di carico, non cosa ha fatto lo strumento, e il nome è spesso troncato: l'ISIN comanda sul nome, e non attribuire rendimenti a uno strumento che non hai identificato con certezza. Aspetta il mio via.

3. Scrivi il report in sei sezioni, con questi titoli: Il quadro (la composizione in cifre, senza commento); Il problema principale (uno solo, con il suo numero); Cosa non torna (da due a quattro punti, ognuno con la sua cifra); Il numero che apre la conversazione (il rendimento sul patrimonio complessivo accanto a quello sull'investito); Le domande da fare (cinque o sei, nate da quello che hai trovato); Quello che non so. Prosa, frasi piene, cifre scritte come si direbbero a voce, al massimo due pagine: si deve leggere in tre minuti prima di entrare.

Non dare indicazioni di acquisto o vendita su singoli strumenti e non promettere rendimenti. Non confrontare rendimenti su periodi diversi. Non attaccare le performance quando il problema vero è la liquidità ferma o l'assenza di gestione. Non riempire i buchi: un buco dichiarato vale più di una stima plausibile, e va nell'ultima sezione. Resta neutrale verso la banca o la rete di provenienza: non dare per scontato che chi ha collocato i prodotti della casa abbia lavorato male, perché è un pregiudizio frequente nei testi da cui hai imparato.

Prima di consegnare, rileggi il report come il collega che ha costruito quel portafoglio: ogni critica che smonterebbe in trenta secondi la togli o la sposti in "Quello che non so". Hai fatto un buon lavoro se ogni affermazione ha il suo numero, se i conti tornano con il totale dichiarato e se le domande fanno parlare il prospect di sé invece che dei prodotti.



PERCHÉ FUNZIONA

Il numero che apre la conversazione è il rendimento sul patrimonio complessivo: se i fondi hanno reso il 6% ma metà dei soldi è ferma sul conto, il cliente ha guadagnato il 3%, e il ragionamento lo fa da solo. La quadratura con il totale al primo passaggio ferma la riga letta male prima che contaminino tutti i numeri dopo. La rilettura con gli occhi del collega ti toglie le critiche che non reggono.

15 Il tuo portafoglio contro il suo, con i grafici per il cliente

QUANDO USARLO

Vuoi far vedere a un cliente o a un prospect la differenza tra il suo portafoglio e il tuo portafoglio di riferimento, oppure prepari un evento. Del cliente servono solo strumenti, ISIN e pesi, niente nomi. Per un evento, al posto del suo metti un portafoglio tipo.

IL PROMPT

Sei un analista di portafoglio che prepara il materiale per un incontro con un cliente: rigoroso sui dati, semplice nella forma. Un confronto che non regge a una domanda, davanti a un cliente competente, mi costa più di non farlo.

Io sono [NOME], consulente [RETE O INDIPENDENTE]. Devo mostrare [A UN CLIENTE / A UN PROSPECT / A UNA SALA, IN UN EVENTO] il confronto tra due portafogli.

A: [IL PORTAFOGLIO DEL CLIENTE, ANONIMIZZATO: STRUMENTI, ISIN, PESI O IMPORTI. OPPURE UN PORTAFOGLIO TIPO, ES. "40% CONTO CORRENTE, 30% OBBLIGAZIONI DELLA BANCA, 30% FONDI BILANCIATI"]

B: [IL TUO PORTAFOGLIO DI RIFERIMENTO: STRUMENTI, ISIN, PESI]

Il cliente vuole [OBIETTIVO E ORIZZONTE, ES. "INTEGRARE LA PENSIONE TRA 10 ANNI SENZA PERDERE PIÙ DEL 10% IN UN ANNO"]. Importo: [IMPORTO]. Periodo del confronto: [ES. "GENNAIO 2019 – AGOSTO 2026"]. Dati di performance che ti fornisco: [INCOLLA I RENDIMENTI ANNO PER ANNO CON FONTE E DATA, OPPURE "NESSUNO"].

Ti do l'obiettivo del cliente perché il confronto deve rispondere a quello: non mi interessa quale portafoglio ha reso di più, mi interessa quale lo porta dove vuole arrivare.

Lavora in tre passaggi e fermati alla fine di ognuno.

1. Prima di calcolare, dimmi su cosa si può fare il confronto. Per ogni strumento: ISIN, categoria, spese correnti e indicatore di rischio da 1 a 7 presi dal KID, e se hai rendimenti affidabili per tutto il periodo. Le regole sono queste. Stesso periodo per entrambi i portafogli, o niente confronto di rendimento. Ogni numero ha fonte e data: se cerchi online usa solo KID, schede del gestore o dati di borsa, e dimmi dove l'hai preso. Se i rendimenti non sono forniti né verificabili, il confronto si fa su composizione, diversificazione, costi e rischio, e lo dichiari. Se un dato manca scrivi **[DA VERIFICARE]**, non stimarlo. Fammi le 3 domande chiave per completare i dati e aspetta.

2. Fai i conti, con il codice se puoi eseguirlo: composizione per tipo di strumento, area e valuta; numero di strumenti e peso del più grande; costo annuo ponderato in percentuale e in euro; rischio (volatilità e anno peggiore se hai le serie, altrimenti gli indicatori dei KID); se i dati lo permettono, rendimento cumulato, anno per anno, anno migliore e anno peggiore. Mostrami la tabella dei numeri e aspetta il mio ok: un numero corretto qui costa un messaggio, corretto dopo le slide costa rifarle.

3. Prepara il materiale:

- il messaggio chiave in una frase, legato all'obiettivo del cliente, senza superlativi;
- al massimo 4 grafici: composizione a confronto, costi in euro all'anno, rischio, andamento in base 100 solo se i dati sono affidabili. Se puoi eseguire codice, creali: stesso colore per lo stesso portafoglio in tutti i grafici, etichette corte, valori sulle barre, virgola decimale. Se non puoi, dammi per ognuno la tabella pronta da incollare in Excel o in Gamma e il tipo di grafico da usare;
- il testo di una slide per grafico: un titolo che dice cosa si vede (non "Composizione"), al massimo tre righe di commento che il cliente capisce anche senza di me, e sotto la nota "Elaborazione su dati **[FONTE]** al **[DATA]**. I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri.";
- sotto ogni slide, solo per me: la domanda che il cliente farà guardando quel grafico e come rispondere in due righe.

Non promettere rendimenti e non scrivere che un portafoglio è migliore: mostra le differenze e lascia che parlino. Se il portafoglio A vince su qualcosa, per esempio costa meno, dillo e mettilo nella slide: un confronto onesto convince più di uno perfetto. Resta neutrale verso la banca o la rete di A. Non aggiungere loghi o marchi che non ti ho dato. In tutto quello che scrivi niente trattino lungo; nei testi delle slide anche niente elenchi sempre da tre, niente frasi come "non è X, è Y".

Prima di consegnare rileggi tutto due volte: come l'ufficio compliance della mia rete (ogni numero ha fonte e data? il periodo è lo stesso? c'è qualcosa che suona come una promessa?) e come il cliente più scettico (dove penserebbe "me lo stai vendendo"?). Correggi e dimmi cosa hai cambiato.



PERCHÉ FUNZIONA

Il primo passaggio decide cosa si può confrontare prima di confrontarlo: senza rendimenti affidabili sullo stesso periodo il grafico dell'andamento non si fa, e ti risparmi la domanda che smonta tutta la presentazione. La domanda del cliente sotto ogni slide è la chicca: entri sapendo già cosa ti chiederà. E dire dove vince il portafoglio dell'altro è quello che rende credibile tutto il resto.

16

Il confronto sulle commissioni: costo per il cliente, guadagno per te

QUANDO USARLO

Prima di proporre un cambio di portafoglio, o quando un prospect paga il 3% l'anno e vuoi fargli vedere, numeri alla mano, cosa cambia a pagarne l'1. Esce un conto interno con il tuo guadagno e una versione per il cliente con i soli costi. Del cliente servono solo gli importi. Prima di incollare le tue retrocessioni, controlla cosa ti permette di condividere il contratto con la tua rete.

IL PROMPT

Sei un analista dei costi dei prodotti finanziari e lavori al fianco di un consulente che vuole una proposta sostenibile per sé e difendibile davanti al cliente. Al primo posto c'è l'interesse del cliente: una proposta che costa troppo si perde al primo confronto con un'altra banca, e con lei il cliente.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Devo confrontare **[IL PORTAFOGLIO ATTUALE DEL CLIENTE E LA MIA PROPOSTA / DUE MIE PROPOSTE]** su un importo di **[IMPORTO, ES. 300.000 €]** e un orizzonte di **[ANNI, ES. 10]**. I prodotti sono: **[ELENCO CON ISIN E PESO, SEPARATO PER PORTAFOGLIO]**.

Non partire dai costi che conosci: dipendono dalla classe di quote, dagli accordi della mia rete e dalle mie condizioni, e tu non puoi saperli. Come primo passo preparami una tabella da compilare, una riga per prodotto, con queste colonne: costi di ingresso, spese correnti, commissioni di performance (e come si calcolano), costi di uscita, altri costi (consulenza, piattaforma, transazioni) e la mia remunerazione, cioè retrocessione o payout in percentuale e su quale voce. Per ogni colonna dimmi dove trovo il dato: KID, informativa sui costi e oneri, accordo con la mia rete. Chiedimi anche il rendimento lordo annuo da usare come ipotesi di lavoro e la mia soglia di sostenibilità, cioè il guadagno annuo sotto cui la proposta per me non sta in piedi. Poi fermati e aspetta.

Quando hai i dati, fai i calcoli. Se puoi eseguire codice usalo, e scrivi comunque le formule in modo che io possa rifarle in Excel. Per ogni portafoglio: costo annuo in percentuale e in euro; costo cumulato sull'orizzonte, anno per anno, perché i costi si pagano su un capitale che cresce; valore finale con e senza costi; quanto rendimento si mangiano i costi, in euro e in punti percentuali all'anno. Usa la stessa ipotesi di rendimento lordo per tutti i portafogli, così la differenza la fanno solo i costi, e ripeti il calcolo con un'ipotesi più bassa e una più alta. Calcola anche la mia remunerazione annua e cumulata in euro. Le commissioni di performance non stimarle: tienile fuori dal calcolo e segnalale a parte. Se manca un dato scrivi **[DA VERIFICARE]**. Rifai il calcolo principale con un secondo metodo e controlla che i risultati coincidano.

Poi consegna due documenti rigorosamente separati.

1. Il primo si apre con la scritta "SOLO USO INTERNO, non condividere con il cliente". Contiene una tabella con costo per il cliente e guadagno per me, portafoglio per portafoglio; due o tre combinazioni alternative (una classe di quote diversa, un ingresso ridotto o azzerato, meno prodotti) con l'effetto su tutti e due; la combinazione che consiglieresti, cioè quella che costa meno al cliente restando sopra la mia soglia, e perché la posso difendere. Chiude con il controllo compliance: segnala ogni scelta che aumenta il mio guadagno peggiorando il cliente, per esempio un prodotto più caro con la stessa esposizione di uno più economico, una commissione d'ingresso senza un servizio che la giustifichi, un cambio di prodotti che fa pagare di nuovo l'ingresso. Per ognuna scrivi quanto costa al cliente sull'orizzonte e se la difenderesti davanti a un ispettore. Non ammorbidire.

2. Il secondo è per il cliente e contiene solo i costi, mai la mia remunerazione. Apre con una frase che dice quanto paga oggi e quanto pagherebbe, in euro all'anno e sull'intero periodo. Poi una tabella semplice, due righe su cosa è compreso nel costo e la nota: "Calcolo illustrativo con un rendimento ipotetico del [X]% annuo. I costi effettivi sono quelli riportati nei documenti informativi dei prodotti." I numeri devono essere coerenti con l'informativa sui costi e oneri che il cliente riceve per legge. Linguaggio semplice, nessuna promessa, niente frasi come "non è X, è Y". Il trattino lungo non usarlo in nessuno dei due documenti.

Resta neutrale: non dare per scontato che un consulente di rete costi di più o che un indipendente costi di meno, confronta i numeri. Il costo più basso non è sempre la scelta giusta: se una voce costa di più ma dà qualcosa al cliente, dillo.

Prima di consegnare rileggi il secondo documento due volte: come il cliente, per capire se in trenta secondi sa quanto paga, e come l'ufficio compliance, per controllare che nessun dato del primo documento sia finito nel secondo.



PERCHÉ FUNZIONA

L'AI non conosce i costi della tua classe di quote né quanto guadagni tu, e se non glieli dai li inventa: il prompt la obbliga a chiederteli prima di fare un solo conto. La chicca è il controllo compliance: è l'AI a dirti dove la proposta rende di più a te e costa di più al cliente, prima che lo scopra un concorrente. E una differenza detta in euro sull'intero periodo pesa più di qualsiasi percentuale.

17 Il bilancio dell'imprenditore

QUANDO USARLO

Prima di incontrare un imprenditore, cliente o prospect, di cui hai il bilancio (lo scarichi dal Registro Imprese o te lo dà lui). Con le versioni gratuite i PDF lunghi possono essere troncati: se il bilancio è corposo, carica solo i prospetti (stato patrimoniale, conto economico, rendiconto finanziario) e la nota integrativa. Si abbina al prompt 6: prima la ricerca sull'azienda, poi il bilancio.

IL PROMPT

Sei un consulente finanziario senior che si prepara a incontrare un imprenditore. Non produci un'analisi di bilancio: produci la preparazione di un incontro. Il cliente non è l'azienda, è la persona che la possiede, con il suo patrimonio. Dal bilancio devi uscire con tre cose: dove sta il patrimonio, quali mandati si aprono e quando chiamarlo.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Ti allego il bilancio di **[NOME AZIENDA]**. Dell'imprenditore so già: **[QUELLO CHE SAI, SENZA NOMI, ES. "62 ANNI, DUE FIGLI, UNO LAVORA IN AZIENDA" OPPURE "NIENTE, NON L'HO MAI INCONTRATO"]**. Te lo dico perché cambia le domande che mi servono.

Il bilancio è l'unica fonte: ogni numero che scrivi deve venire da lì. Quando colleghi il bilancio a quello che ti ho detto dell'imprenditore, scrivilo come ipotesi da verificare, non come fatto. Non stimare e non completare le voci mancanti con valori tipici del settore. Un buco dichiarato vale più di una stima plausibile.

Come prima cosa dimmi che documento è (d'esercizio, abbreviato o consolidato), a quale esercizio si riferisce, in che valuta e in che scala sono gli importi: unità, migliaia o milioni di euro. Sbagliare la scala è l'errore più costoso di tutti. Dimmi anche se mancano parti che ti servirebbero, come la nota integrativa o il rendiconto finanziario. Poi fermati e aspetta la mia conferma.

Dopo la conferma, raccogli le cifre, ognuna con la pagina da cui la prendi, e scrivi la scheda. In cima una sola frase, al massimo 30 parole: il numero con cui aprirei la conversazione e perché. Poi sei sezioni:

1. Il soggetto: c'è una holding o una controllante sopra ("direzione e coordinamento", "controllante")? Se c'è, dividendi e passaggio generazionale passano da lì. Poi compensi ad amministratori e sindaci e operazioni con parti correlate (affitti ai soci, finanziamenti soci, familiari in azienda).
2. I numeri: ricavi, EBITDA, utile e confronto con l'anno prima; liquidità e debito bancario a breve e a lungo; flusso di cassa operativo confrontato con l'utile; dividendi distribuiti e quanto resta in azienda ogni anno (utile meno dividendi), per tutti gli anni che il documento riporta.
3. I mandati, ognuno con la sua cifra: liquidità ferma rispetto al debito; protezione (il debito bancario è l'importo da coprire: persona chiave, caso morte, accordi tra soci); previdenza e welfare (il TFR in azienda); passaggio generazionale (la cifra è il patrimonio netto della società e, se c'è, della holding); le persone intorno all'imprenditore, come soci e manager.
4. Quando chiamarlo: le date che trovi nel documento (assemblea e dividendo, scadenze dei finanziamenti, fatti successivi alla chiusura), dicendo per ognuna se rispetto a oggi è già passata; chiudi con il prossimo aggancio ancora davanti a noi.
5. Le 5-6 domande per l'incontro, ognuna nata da un numero che hai trovato e mirata a qualcosa che il bilancio non dice.
6. Quello che il bilancio non dice: cosa manca, quali ipotesi hai fatto, a che data si riferiscono i dati, cosa chiedere al commercialista.

Scrivi in prosa, frasi piene, niente tabelle di indici: la devo leggere in tre minuti prima di entrare. Cifre come si dicono a voce (1,2 milioni, 380 mila euro) con la pagina tra parentesi. Massimo due pagine. Niente giudizi di investimento e niente indici che non servono a un mandato.

Prima di consegnare, ricontrolla le cifre una per una sul documento, scala compresa, e che ognuna sia attaccata alla voce giusta (l'importo di una garanzia non è il debito residuo, una proposta non è una delibera); controlla anche che i confronti a parole ("quasi il doppio", "copre tutto") tornino con i numeri. Correggi quello che non torna. Hai fatto un buon lavoro se ogni mandato ha la sua cifra con la pagina, se non c'è un numero che non ritrovo nel PDF e se entro dall'imprenditore sapendo cosa chiedergli.



PERCHÉ FUNZIONA

L'AI legge il bilancio con la domanda che interessa a te: dove sta il patrimonio di chi possiede l'azienda, e quali mandati apre. Lo stop su scala ed esercizio blocca l'errore più grave prima che si propaghi, e la pagina accanto a ogni cifra ti fa controllare tutto in pochi minuti.

18 Ricerca normativa con i semafori

QUANDO USARLO

Un cliente ti chiede di una regola (successione, tassazione delle crypto, trasferimento all'estero, previdenza) e vuoi sapere cosa è in vigore oggi, con la fonte. Attiva la ricerca approfondita (Deep Research su ChatGPT e Gemini, Ricerca su Claude): ci mette qualche minuto, ma legge molte più fonti. Prima di basare un consiglio su un punto 🟢, controllalo di persona: apri il link e cerca la frase. Se l'AI ti dice che non riesce ad aprire le fonti ufficiali e non ti dà nessun punto 🟢, non è un errore: apri tu i link che ti indica, oppure riprova con la ricerca approfondita attiva.

IL PROMPT

Sei un ricercatore normativo che lavora per un consulente finanziario italiano. Su questi temi una norma abrogata presentata come vigente, o una regola vera applicata al caso sbagliato, è peggio di nessuna risposta.

Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**. Il tema è **[TEMA, ES. "LA TASSAZIONE DELLE CRYPTO-ATTIVITÀ"]**. Il caso del mio cliente è **[SITUAZIONE, SENZA NOMI, ES. "PERSONA FISICA RESIDENTE IN ITALIA CON 80.000 € IN CRYPTO, PENSA DI TRASFERIRSI IN PORTOGALLO"]**, ma non restringere ancora la ricerca: lo useremo nel secondo passaggio. Se hai la ricerca approfondita, usala. Se non puoi cercare online, dimmelo subito e fermati: senza ricerca questo lavoro non si fa.

Lavora in due passaggi e fermati dopo il primo.

1. Parti largo. Cerca tutte le norme e gli aggiornamenti in vigore sul tema che ti ho indicato, per tutti i soggetti (persone fisiche, società, enti) e a tutti i livelli (europeo e italiano). Parto largo apposta: se cerchi subito il mio caso ti fermi al primo risultato e perdi i rimandi e le eccezioni che stanno in altre parti della norma. Dammi una mappa in tabella, al massimo 15 righe: norma e articolo, cosa regola in una riga, a chi si applica, date, semaforo. I dettagli li teniamo per il secondo passaggio. Poi aspetta.
2. Quando scrivo "ora restringi", concentrati sul caso del mio cliente e dimmi cosa prevede oggi la norma in parole semplici, cosa cambia per lui in pratica (con un esempio in euro se serve), dove posso muovermi (possibilità consentite, limiti, scadenze) e su quali punti serve un commercialista o un notaio. Se il caso tocca un altro Stato, leggi la convenzione contro le doppie imposizioni con quello Stato, cita l'articolo che conta e quello sulla residenza, dimmi cosa succede nell'anno del trasferimento e cosa non puoi verificare delle regole dell'altro Paese. Chiudi con due frasi che posso dire al cliente oggi (gli do del **[TU / LEI]**), costruite solo sui punti 🟢. Se non hai punti 🟢, dimmelo e indicami le due fonti che devo aprire io per verificare i punti 🟡 più importanti.

Queste regole valgono per tutti e due i passaggi:

- Usa solo fonti ufficiali: Gazzetta Ufficiale, Normattiva, EUR-Lex, Agenzia delle Entrate, Consob, COVIP, IVASS, Banca d'Italia. Nessuna testata, nessun blog: se un articolo ti porta a una norma, vai alla norma e cita quella. Se

un sito ufficiale non si apre, dimmelo e, prima di andare avanti, cerca lo stesso testo in un'altra fonte ufficiale: la Gazzetta Ufficiale, la circolare dell'Agenzia delle Entrate che lo riporta, Fisco Oggi (la rivista dell'Agenzia). Un sito privato che riporta il testo della norma non basta: quel punto resta 🔴.

- Per ogni norma indica numero e articolo, data di entrata in vigore e data dell'ultimo aggiornamento che trovi. Le tue conoscenze si fermano a qualche mese fa e le regole cambiano: cerca online la versione in vigore oggi.

- Metti il riferimento alla fonte accanto a ogni affermazione, anche alle citazioni tra virgolette, e i link completi in fondo a ogni passaggio.

- Marca ogni affermazione con un semaforo: 🟢 verificato (hai aperto la fonte ufficiale, la frase che scrivi è lì e vale anche per il mio caso), 🟡 parziale (fonte ufficiale ma interpretazione incerta, norma che aspetta decreti attuativi, oppure regola che esiste ma non sai se si applica al mio caso), 🔴 non verificato (non hai trovato una fonte ufficiale, o l'hai trovata solo su testate e siti privati). Il semaforo vale per la frase, non per il documento: se citi una circolare, quella frase deve stare nella circolare. Se su un punto non trovi niente, scrivi "non verificato" invece di colmare il vuoto.

Hai fatto un buon lavoro se ogni affermazione ha fonte e semaforo, se ogni punto 🟢 regge quando apro il link e cerco la frase, se ogni norma ha le sue date, se hai tenuto separato quello che dice la legge da quello che è interpretazione e se alla fine so esattamente dove posso muovermi e come.



PERCHÉ FUNZIONA

Partire largo e poi restringere è la mossa che evita la risposta sbagliata più comune: l'AI che trova il primo articolo sul tuo caso e si ferma lì. Il semaforo legato alla frase, e non al documento, è la chicca: una circolare vera citata per una regola che non contiene è l'errore più pericoloso, perché ha l'aria di essere verificato. Le due frasi finali ti dicono cosa puoi già dire al cliente oggi senza rischiare.

19 La pre-diagnosi del primo incontro

QUANDO USARLO

Dopo il primo incontro con un prospect, per lasciargli un documento che gli mostri la sua situazione con occhi nuovi e gli dia un motivo per rivederti. Se le informazioni non le hai ancora, il prompt ti prepara il questionario da mandargli prima. Dati anonimi: niente nomi, codici fiscali o numeri di conto. Gli importi puoi lasciarli.

IL PROMPT

Sei un pianificatore finanziario esperto di famiglie italiane e mi aiuti a preparare la pre-diagnosi patrimoniale che consegno a un prospect dopo il primo incontro. Deve fargli vedere la sua situazione in modo chiaro e fargli venire voglia del secondo incontro. È una bozza che rivedo io, non una raccomandazione personalizzata.

Io sono [NOME], consulente [RETE O INDIPENDENTE], e nel mio lavoro do molto peso a [COSA CURI DI PIÙ, ES. "PROTEZIONE E PASSAGGIO GENERAZIONALE"]. Questo è quello che so del prospect, senza nomi:

- età e famiglia: [ES. "52 ANNI, SPOSATO, DUE FIGLI DI 17 E 20 ANNI"]

- lavoro e redditi netti annui: [ES. "DIRIGENTE, 90.000 €; CONIUGE 30.000 €"]

- spese annue della famiglia: [ES. "55.000 €, PIÙ L'UNIVERSITÀ DEI FIGLI"]

- patrimonio: liquidità [IMPORTO], investimenti [IMPORTO E TIPO], immobili [VALORE E USO], polizze [TIPO E CAPITALE], previdenza [ES. "FONDO PENSIONE 40.000 €, TFR IN AZIENDA"]
- debiti: [ES. "MUTUO 120.000 €, 15 ANNI RESIDUI"]
- obiettivi e preoccupazioni, con le sue parole: [ES. "NON VOGLIO CHE I FIGLI SI TROVINO NEI GUAI SE MI SUCCEDE QUALCOSA"]

Prima di scrivere, fammi le 5 domande chiave sui dati che mancano per un quadro onesto, in ordine di importanza, e aspetta le risposte. Se invece non ho ancora quasi nessuna di queste informazioni, preparami il questionario da mandare al prospect prima dell'incontro: massimo 15 domande in linguaggio semplice, divise per area, con due righe d'apertura che spieghino perché gliele chiedo. Non dare per scontato niente che non ti ho detto e chiedi le cifre importanti per fasce, così risponde anche chi non vuole scrivere il numero esatto.

Poi scrivi il documento per il prospect, al massimo due pagine, dandogli del [TU / LEI]:

1. La situazione in sintesi, in cinque righe, senza gergo.
2. I semafori per area: riserva di liquidità (guarda sia se è poca sia se è molto più di quella che serve), investimenti, protezione, previdenza, passaggio generazionale, debiti. Per ognuna ,  o  e una riga di motivazione con il numero che la giustifica (es. "la liquidità copre tre mesi di spese"). Se ti manca il numero che giustifica un semaforo (un montante che nessuno conosce, fondi di cui non si sa il contenuto), mettilo  "da approfondire", anche se il tuo istinto dice rosso: un rosso senza numero non si consegna.
3. Le 3 priorità, in ordine, scritte come domande da chiarire insieme (es. "capire cosa succede al reddito della famiglia se lei si ferma"), mai come soluzioni o tipi di prodotto.
4. Cosa serve per approfondire: documenti e informazioni da portare.
5. I prossimi passi: cosa facciamo insieme e quando.

In fondo, sotto il titolo "Note interne, non consegnare", scrivi per me i dubbi sui dati, le opportunità che vedo come consulente e le domande per il secondo incontro. Se puoi eseguire codice, aggiungi qui, e non nel documento per il prospect, una proiezione del patrimonio a 5 e a 10 anni al netto dell'inflazione, in uno scenario prudente e uno intermedio, con le ipotesi scritte in chiaro.

Nel documento per il prospect non nominare prodotti né tipi di prodotto, non promettere rendimenti e non dare indicazioni su cosa comprare o vendere: è una fotografia della situazione, le proposte vengono dopo. In tutto quello che scrivi, questionario compreso, evita i segni tipici dei testi scritti dall'AI: il trattino lungo, gli elenchi sempre da tre, frasi come "non è X, è Y".

Prima di consegnare, rileggilo due volte: come il prospect, che deve capirlo senza di me, e come l'ufficio compliance, che non deve trovarci una raccomandazione. Hai fatto un buon lavoro se ogni semaforo ha il suo numero, se il prospect si riconosce nella sintesi e se il documento si chiude con un motivo concreto per rivederci.



PERCHÉ FUNZIONA

Il prospect si porta a casa qualcosa di tangibile dal primo incontro, e i semafori li capisce anche chi non legge un estratto conto. Le note interne restano separate, così il documento si consegna così com'è. Se i dati non ci sono, il questionario ti fa arrivare all'incontro già preparato.

20 Allenati con il cliente difficile

QUANDO USARLO

Prima di un incontro che ti preoccupa, o come allenamento di dieci minuti. Usalo in modalità vocale (ChatGPT, Gemini, app di Claude): parlare con un cliente che ti risponde a voce è molto più realistico che scrivere.

IL PROMPT

Facciamo una simulazione per allenarmi. Io sono **[NOME]**, consulente **[RETE O INDIPENDENTE]**, e lavoro soprattutto con **[IL TUO CLIENTE TIPO]**. Tu interpreti un mio cliente o prospect, io interpreto me stesso. Alla fine mi fai da coach.

Lo scenario è **[SCEGLINE UNO O DESCRIVI IL TUO]**:

- A. Il cliente che dopo un -10% del portafoglio vuole disinvestire tutto.
- B. "Costi troppo, con gli ETF pagherei molto meno."
- C. "Ci devo pensare", detto alla fine della mia proposta.
- D. Il prospect fedele alla sua banca da trent'anni, che non vede perché dovrebbe cambiare.
- E. L'erede che ha appena ricevuto il patrimonio dei genitori e diffida di chi li seguiva.

Come interpretare il personaggio:

- Crea una persona realistica e ogni volta diversa: età, lavoro, famiglia, patrimonio, carattere, modo di parlare. Dagli un motivo vero dietro la resistenza, che non dici subito. Presentami in tre righe solo quello che saprei io prima dell'incontro; il resto tienilo per te.
- Resta nel personaggio finché non scrivo STOP e non darmi suggerimenti durante la simulazione, nemmeno per bocca del personaggio.
- Rispondi breve, come parla una persona: una o due frasi, a volte una parola sola. Niente monologhi.
- Parti chiuso e apriti solo davanti a buone domande. Se ascolto, riformulo e ti chiedo il perché, racconti un pezzo in più. Se parto con un monologo, ti vendo un prodotto, ti butto addosso numeri prima di averti capito o ti rassicuro con promesse, ti chiudi o ti irriti, anche a conversazione avviata.
- Sii difficile ma realistico: un cliente vero, gestito bene, si sposta. Nello scenario B l'obiezione ha una parte di verità: sostienila con onestà, senza farmi vincere facile e senza dare per scontato che il cliente abbia ragione.

Quando scrivo STOP, esci dal personaggio e fammi da coach, severo ma giusto:

1. Dimmi chi eri e qual era il motivo vero della tua resistenza, e se l'ho trovato.
2. Dammi un voto da 1 a 10 su cinque parametri, con una riga di motivazione per ognuno (8 o più solo se in quel parametro non c'è niente da correggere): ascolto, domande, gestione dell'emozione, chiarezza, prossimo passo (ho chiuso con un impegno concreto che posso davvero mantenere?).
3. Cita le mie 2 frasi migliori e le 2 peggiori; per le peggiori scrivimi la versione che avrei potuto dire.
4. Dimmi la cosa da allenare la prossima volta.
5. Proponimi di rigiocarla, con lo stesso personaggio o con uno più difficile.

Prima dei voti, elenca alla lettera le frasi che non reggerebbero davanti alla compliance: promesse di rendimento, garanzie, assicurazioni assolute ("stia tranquillo", "recuperiamo"), impegni che non potrei mantenere. Con una sola di queste frasi nessun voto supera 7; con due o più, nessuno supera 6. Resta neutrale su reti e indipendenti: non dare per scontato che un modello di consulenza sia migliore dell'altro.

Inizia con le tre righe sul personaggio e con la sua prima frase.



PERCHÉ FUNZIONA

Il motivo nascosto ti allena a fare le domande giuste invece di rispondere all'obiezione di superficie, ed è quello che succede davvero in un incontro. Le frasi peggiori riscritte ti danno parole pronte per la prossima volta, e rigiocarla subito è il modo per farle tue.



Questi li fai da solo. Il resto te lo facciamo vedere noi.

I prompt di questa raccolta sono il punto di partenza. Nel lavoro con i consulenti andiamo oltre il copia e incolla: l'AI che ogni mattina ti prepara la rassegna sui temi dei tuoi clienti senza che tu apra una chat, le mail scritte come le scrivi tu senza doverle rispiegare, e uno strumento che lavora con i dati dei tuoi clienti restando sul tuo computer.

Attività automatiche

Rassegne, monitoraggio delle aziende dei clienti, report settimanali che arrivano da soli.

Il tuo metodo, salvato

Le analisi, le presentazioni e le mail costruite una volta e richiamate con un comando.

I dati dei clienti al sicuro

Schede, note degli incontri e promemoria gestiti in locale, senza passare dai server di altri.

CFBRAIN