

KIT GRATUITO / 02

E se...?

Brainstorming con metodo

Un kit per aprire nuove strade, sviluppare intuizioni e scegliere cosa mettere alla prova. Per la comunicazione, i contenuti, la scrittura e i progetti creativi.

La domanda giusta conta più di una lista lunghissima. L'intelligenza artificiale può aiutare a trovare angolazioni e mettere in discussione le idee; la direzione rimane una scelta di chi conosce il progetto.

QUATTRO MODALITÀ

Esplora • Sviluppa • Cambia prospettiva • Seleziona

Interfaccia offline, quattro prompt modificabili, una scheda e tre esempi illustrativi.

01 / METODO

Prima le domande. Poi le idee.

Il brainstorming funziona meglio quando non si parte da «sorprendimi», ma da un problema riconoscibile e da vincoli reali. La creatività non ha bisogno di essere casuale.

1. Che cosa stai cercando?

Definisci il progetto e il risultato desiderato. «Voglio una campagna» è troppo ampio; «voglio raccontare il lavoro dietro un oggetto senza sembrare una pubblicità standard» dà una direzione.

2. Per chi?

Indica destinatari, interessi e situazione. Se non sai abbastanza sul pubblico, dichiara il dubbio. Il kit non deve inventare ricerche di mercato.

3. Con quali limiti?

Tempo, materiali, mezzi disponibili e aspetti non negoziabili. I vincoli possono rendere un'idea più concreta e, talvolta, più originale.

4. Quando si passa alla scelta?

Prima si apre il campo delle possibilità. Poi si verifica ciò che vale la pena esplorare. Non tutte le idee devono arrivare alla fase esecutiva.

Una regola utile: chiedi alternative diverse nei meccanismi, non semplicemente diversi nomi per la stessa proposta.

02 / LE MODALITÀ

Quattro modi di lavorare.

Esplora

Quando sei all'inizio e vuoi confrontare più possibilità. Chiedi direzioni distinte, dall'approccio pratico a qualche deviazione più audace.

Esempio: una rubrica per una libreria può nascere dalle domande dei lettori, dai gesti quotidiani o dal modo in cui si sceglie un volume.

Sviluppa

Quando hai un'intuizione, ma non sai ancora come portarla avanti. Mantieni il nucleo dell'idea e prova declinazioni diverse.

Esempio: dal concetto «una voce per ogni oggetto» possono nascere formati, immagini e narrazioni differenti.

Cambia prospettiva

Quando ogni proposta ti sembra già vista. Ribalta un presupposto, cambia punto di vista o riduci gli elementi al minimo.

Esempio: invece di mostrare un prodotto finito, racconta una scelta difficile fatta durante il processo.

Seleziona

Quando hai alternative reali. Confronta coerenza, utilità, possibilità di prova e costo di realizzazione, senza classifiche inventate.

Esempio: testa due idee con materiali semplici prima di investire in un'intera campagna.

Le modalità non sono una scala obbligatoria. Puoi passare da **Seleziona** a **Esplora** se nessuna proposta regge la verifica.

03 / ESEMPI

Cambiare idea è parte del lavoro.

Gli esempi seguenti sono inventati per mostrare il metodo, non per suggerire che una soluzione abbia già funzionato.

Una libreria indipendente

Il punto non è elencare dieci titoli. Una possibilità è raccontare come si sceglie un libro per qualcuno.

Un'altra è far emergere una domanda dei lettori. Le due piste hanno linguaggi, tempi e occasioni di dialogo diversi.

Un marchio artigianale

Prima di scrivere lo slogan, esplora da quale gesto, materiale o scelta nasce il carattere del lavoro. Distingui ciò che si può mostrare da ciò che richiederebbe un racconto inventato.

Una serata di gioco di ruolo

Il brainstorming può produrre spunti per luoghi, desideri dei personaggi o scelte moralmente difficili. Non deve però consegnare una trama completa: il tavolo ha bisogno di spazio per decidere.

Cosa osservare in una prima prova?

- La proposta è comprensibile a chi non ha partecipato al brainstorming?
- È realizzabile con i mezzi disponibili?
- Rispecchia il progetto o lo forza verso un'identità estranea?
- Quale reazione o difficoltà concreta potrebbe aiutarci a migliorarla?

04 / IA E RESPONSABILITÀ

L'IA propone. Tu decidi.

Il kit può aiutarti a formulare domande più efficaci, ma non può stabilire da solo se un'idea è adatta a un pubblico, originale sul mercato o realizzabile.

Quando valuti le proposte

- Controlla che eventuali dati e riferimenti non siano inventati.
- Non confondere una formulazione brillante con un'idea davvero utile.
- Esamina i riferimenti ad altre opere e rispetta diritti e persone coinvolte.
- Prova in piccolo prima di investire tempo, denaro o fiducia.
- Non condividere materiale riservato, dati di clienti o dettagli personali senza autorizzazione.

Privacy e limiti

L'interfaccia allegata genera il prompt **nel browser**: non trasmette da sola i tuoi contenuti a piattaforme esterne. Quando incolli il prompt in un servizio IA, valgono però le condizioni di quel servizio. Scegli consapevolmente che cosa condividere.

La prova più semplice

Scegli due ipotesi credibili. Trasformale in piccoli esempi, osserva cosa succede e confronta il risultato con il problema iniziale. Se non funziona, riparti: una buona sessione di brainstorming non deve necessariamente chiudersi con una scelta definitiva.

Non devi amare tutte le idee che trovi. Devi riconoscere quella che merita di essere sviluppata.

NYCTALA / LABORATORIO • KIT 02

Risorsa gratuita, versione 1.0. Nessun abbonamento o integrazione IA richiesta per utilizzare l'interfaccia.