

Chi parla?

Tono di voce e identità comunicativa

Una voce riconoscibile non nasce da tre aggettivi scelti a caso. Si costruisce conoscendo le persone, le intenzioni e i fatti che rendono unico un progetto.

KIT GRATUITO • 03

Che cosa fa davvero

Mappa la personalità di un progetto, prova differenti registri e costruisci un riferimento pratico per comunicare con coerenza.

È un generatore di prompt, non un servizio di elaborazione autonoma dei testi. Non ha accesso ai tuoi account o ai tuoi contenuti: le istruzioni si costruiscono nel browser e le porti tu su un assistente IA.

Quattro momenti, quattro modalità

01 Mappa

Capisci che cosa raccontare, e su quali prove poggia.

02 Tono di voce

Definisci parole, registro e scelte linguistiche.

03 Metti alla prova

Prova la voce su un contenuto reale.

04 Controlla

Valuta se la comunicazione è coerente e credibile.

Come usarlo

1. Descrivi il progetto in una o due frasi precise e vere.
2. Seleziona la modalità che corrisponde al lavoro che devi fare.
3. Indica obiettivo, pubblico, vincoli e materiale disponibile.
4. Prepara il prompt, leggilo e correggilo prima di copiarlo.
5. Valuta la risposta ottenuta: verifica dati e ipotesi, conserva la decisione finale.

Esempio pratico

Progetto

Una torrefazione indipendente organizza degustazioni e vuole parlare a persone curiose.

Obiettivo

Definire una voce competente, ma accessibile.

Da evitare

Gergo elitario e superlativi non dimostrabili.

Domanda utile

Quali frasi spiegano come lavoriamo, senza inventare un vantaggio competitivo?

E poi?

Le risposte sono ipotesi di lavoro: scegli quelle utili, controlla la loro fondatezza, provale in piccolo e riscrivi ciò che non corrisponde alla tua identità.

Usare l'IA con etica

Non inventare fatti

Verifica risultati, testimonianze, fonti, prezzi, caratteristiche, citazioni e informazioni sulle persone. Se non puoi dimostrare una frase, non pubblicarla come vera.

Proteggi ciò che non è pubblico

Evita di caricare dati personali, segreti commerciali, bozze riservate e materiali dei clienti senza le necessarie autorizzazioni.

Conserva una responsabilità umana

Tono, contenuto finale, accessibilità e scelte editoriali rimangono responsabilità di chi firma e pubblica.

Non imitare gli altri

Studia il linguaggio dei riferimenti senza chiedere copie ravvicinate di opere, identità e voci riconoscibili.

Sperimenta con criterio

Non confondere un'intuizione interessante con una prova. Fissa piccoli esperimenti, risultati osservabili e limiti prima di adottare una proposta.

Nyctala Studio • www.nyctala.it