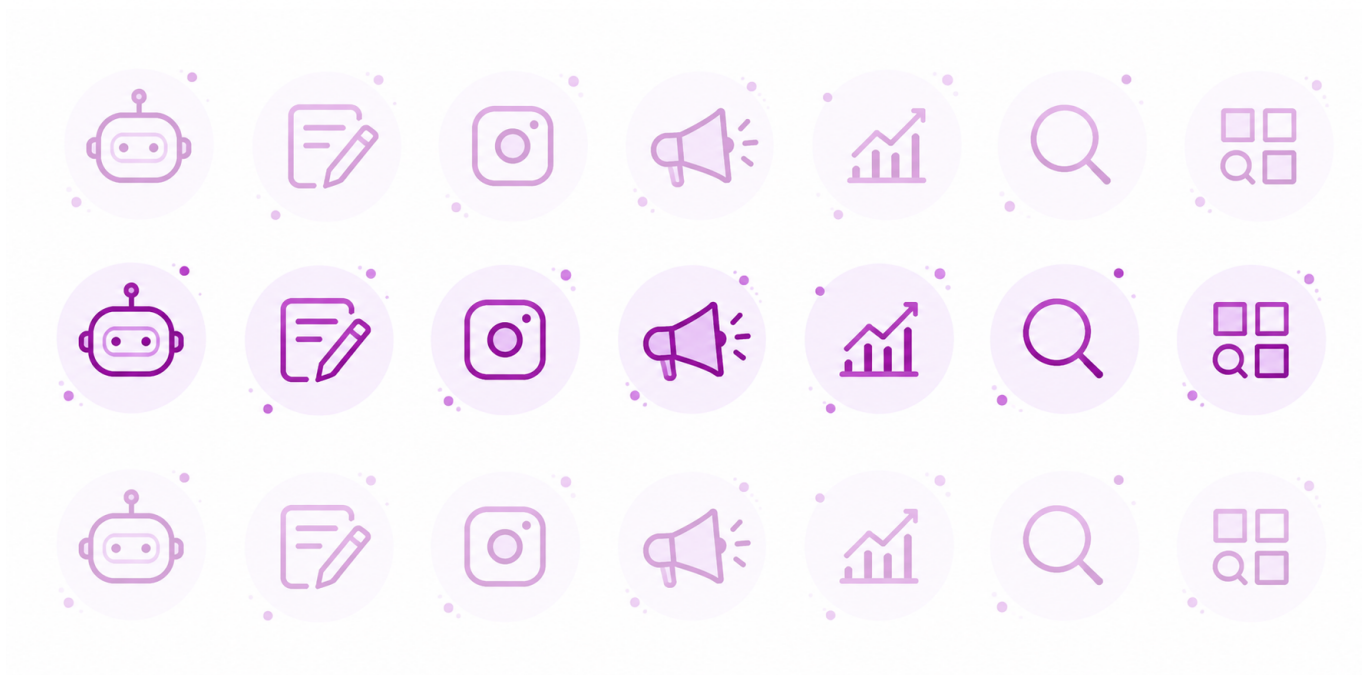




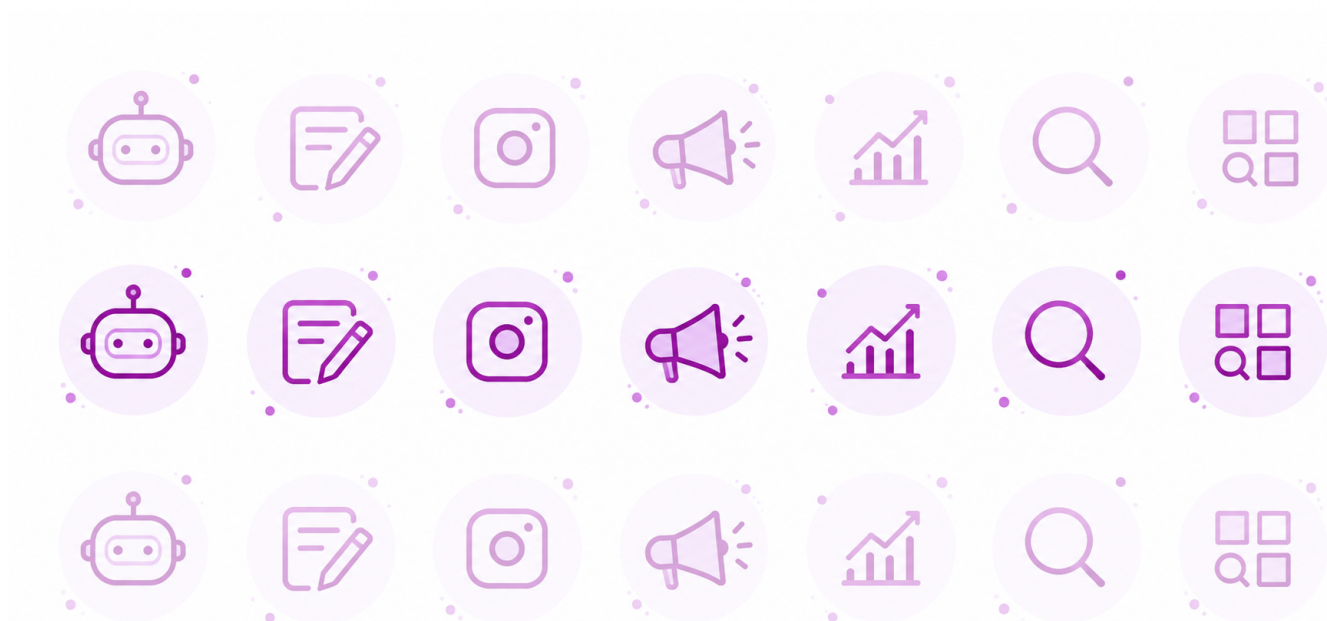
Indice dei contenuti



- [Il Team AI di Stackly: ruoli e competenze specifiche](#)
- [Il SMM virtuale ti aiuta a generare anche i calendari editoriali, Analisi delle pagine e ottimizzazione SEO avanzata](#)
- [Contenuti di qualità superiore con le regole anti-slop](#)
- [FAQ](#)

Come scalare l'operatività con un team di esperti virtuali

La gestione di più clienti all'interno di un'agenzia MarTech richiede un equilibrio continuo tra **qualità del lavoro, velocità di esecuzione e capacità di mantenere coerenza tra progetti diversi**. Più aumenta il numero dei clienti, più cresce il rischio che attività operative e ripetitive assorbano tempo che potrebbe essere dedicato alla strategia, all'analisi e alla relazione con il cliente.



Uno dei principali colli di bottiglia è spesso rappresentato dalla produzione: creare contenuti, analizzare un mercato, individuare nuovi argomenti, ottimizzare una pagina web, preparare una campagna o interpretare i dati richiede competenze differenti e, soprattutto, la capacità di passare rapidamente da un cliente all'altro senza perdere il contesto.

Oggi il mercato sta rispondendo a questa esigenza con una vera e propria rincorsa alla creazione di **Agenti AI specializzati**: un agente per il copywriting, uno per la SEO, uno per i social, uno per l'analisi dei dati, uno per le campagne advertising e così via.

Il limite è che, molto spesso, questi agenti **vivono separati dal resto della gestione del cliente**. Possono essere molto efficaci nello svolgere il singolo compito, ma rimangono strumenti esterni che devono essere alimentati con informazioni, prompt, documenti e istruzioni. In pratica, rischiano di diventare **l'ennesimo tool che si aggiunge allo stack tecnologico dell'agenzia**, anziché contribuire a semplificarlo.

Ed è proprio qui che cambia l'approccio di **Stackly**.

Stackly non aggiunge semplicemente degli Agenti AI agli strumenti già utilizzati dall'agenzia: **porta l'AI dentro il progetto del cliente e dentro i processi con cui quel progetto viene gestito**.

Il chatbot AI è concepito come un **team di specialisti virtuali**, con competenze differenti : copywriting, social media, SEO, analisi dei dati, marketing e supporto

operativo , ma inseriti nello stesso ecosistema in cui l'agenzia gestisce contenuti, CRM, campagne, automazioni, social, analytics e attività del cliente.

La differenza fondamentale è quindi la **contestualizzazione**.

Quando l'utente lavora all'interno di un progetto, l'AI può utilizzare le informazioni che Stackly già conosce su quel cliente: attività, settore, target, caratteristiche dell'offerta, tono di voce, obiettivi e gli altri elementi che ne definiscono l'identità digitale.

Non è necessario ripartire ogni volta da zero, spiegando nuovamente **chi è il cliente, cosa vende, a chi si rivolge e come comunica**.

L'AI parte già dal cliente su cui stai lavorando.

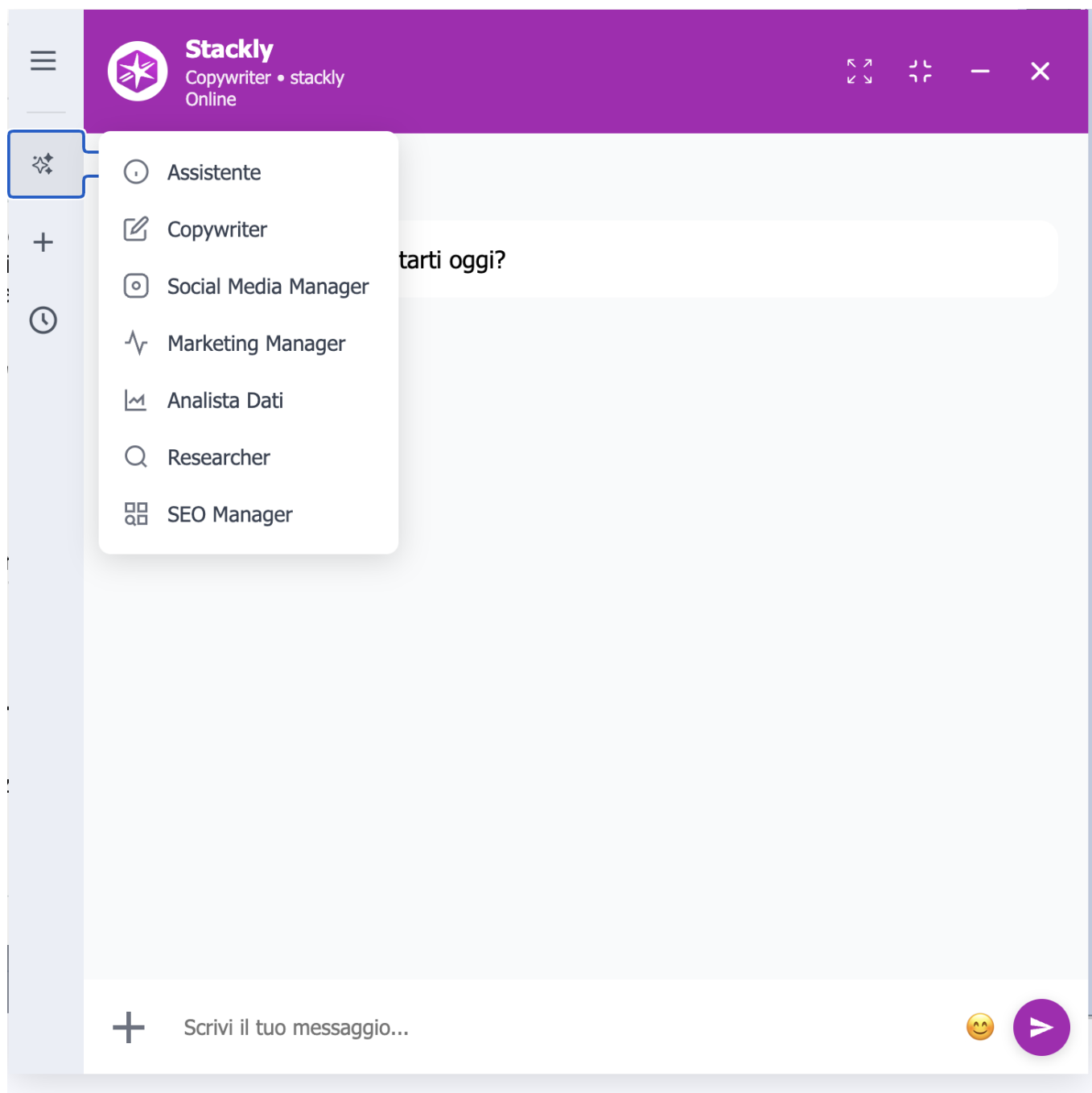
Questo riduce la distanza tra **"chiedere qualcosa all'AI"** e **"fare qualcosa per il cliente"**. L'operatore continua a definire la strategia, impartire le indicazioni e validare il risultato, mentre l'intelligenza artificiale diventa uno strumento operativo inserito direttamente nel workflow.

Il punto, quindi, non è avere sempre più Agenti AI.

È fare in modo che **gli Agenti AI conoscano il progetto, lavorino nel suo contesto e facciano parte dello stesso sistema con cui l'agenzia lo gestisce**.

Per un'agenzia o un freelance che segue più clienti, il vantaggio non è semplicemente produrre più contenuti o completare più velocemente una singola attività: significa poter utilizzare l'AI **senza aggiungere un ulteriore strumento isolato**, mantenendo persone, dati, strumenti e processi all'interno dello stesso ambiente operativo.

Perché se per utilizzare l'AI bisogna aggiungere altri cinque strumenti allo stack, trasferire continuamente informazioni da una piattaforma all'altra e ricostruire ogni volta il contesto del cliente, **si sta automatizzando un compito, ma non necessariamente semplificando il lavoro dell'agenzia**.



Il Team AI di Stackly: ruoli e competenze specifiche

All'interno dell'interfaccia di Stackly, la sezione dedicata al Team AI permette di attivare diverse "personalità" professionali.

Ogni profilo è stato istruito con set di dati e istruzioni specifiche per eccellere nel proprio ambito di competenza.

Scegliere la persona corretta significa delegare il compito a un esperto che conosce

già le best practice del settore.

L'Assistente: il tuo navigatore operativo

L'Assistente è la figura dedicata al supporto tecnico e funzionale all'interno della piattaforma. Conosce ogni funzione di Stackly e aiuta i consulenti a muoversi agilmente tra CRM, automazioni e gestione dei social.

- **Esempio di utilizzo:** *"Spiegami come configurare correttamente un trigger di automazione che si attiva quando un utente compila il form nella landing page del cliente."*

Il Copywriter: creazione di contenuti di alto livello

Questa è l'intelligenza dedicata alla scrittura creativa e persuasiva. È configurata per produrre testi che non solo informano, ma convertono, mantenendo uno stile fluido e professionale.

- **Esempio di utilizzo:** *"Crea un articolo di blog di 1.200 parole focalizzato sui benefici del bio-hacking per la produttività aziendale, includendo un'introduzione gancio e una conclusione con invito all'azione."*

Il Ricercatore: analisi dati e insight di mercato

Il Ricercatore è specializzato nel reperire informazioni, analizzare trend e fornire dati strutturati. È lo strumento ideale per la fase di onboarding di un nuovo cliente o per lo studio di un nuovo settore merceologico.

- **Esempio di utilizzo:** *"Analizza i trend emergenti nel settore del software as a service (SaaS) per il 2026 e forniscimi una lista dei 5 punti chiave su cui le aziende stanno investendo maggiormente."*

Lo Specialista SEO e AI box: ottimizzazione per i motori di ricerca e generativi

Questo profilo è cruciale per la visibilità organica. Oltre alla classica ottimizzazione per Google, lo specialista SEO di Stackly è istruito per ottimizzare i contenuti per le AI box (le risposte generate dall'intelligenza artificiale nei motori di ricerca come Google Search Generative Experience o Perplexity).

- **Esempio di utilizzo:** *"Analizza l'URL [inserisci URL del cliente] e forniscimi un"*

audit tecnico dettagliato con suggerimenti su come migliorare il tag title, la meta description e la struttura degli H2 per posizionarci meglio per la parola chiave 'consulenza marketing automation'."

Il Social Media Manager: engagement e pianificazione

Il **SMM virtuale** trasforma i concetti complessi in post brevi, coinvolgenti e adatti a ogni piattaforma social, rispettando i limiti di caratteri e il tono di voce richiesto.

- **Esempio di utilizzo:** *"Partendo da questo articolo pubblicato sul blog <https://...>, genera 3 post per LinkedIn e 3 caption per Instagram, includendo gli hashtag più pertinenti per il settore fintech."*

Il SMM virtuale ti aiuta a generare anche i calendari editoriali,

Analisi delle pagine e ottimizzazione SEO avanzata

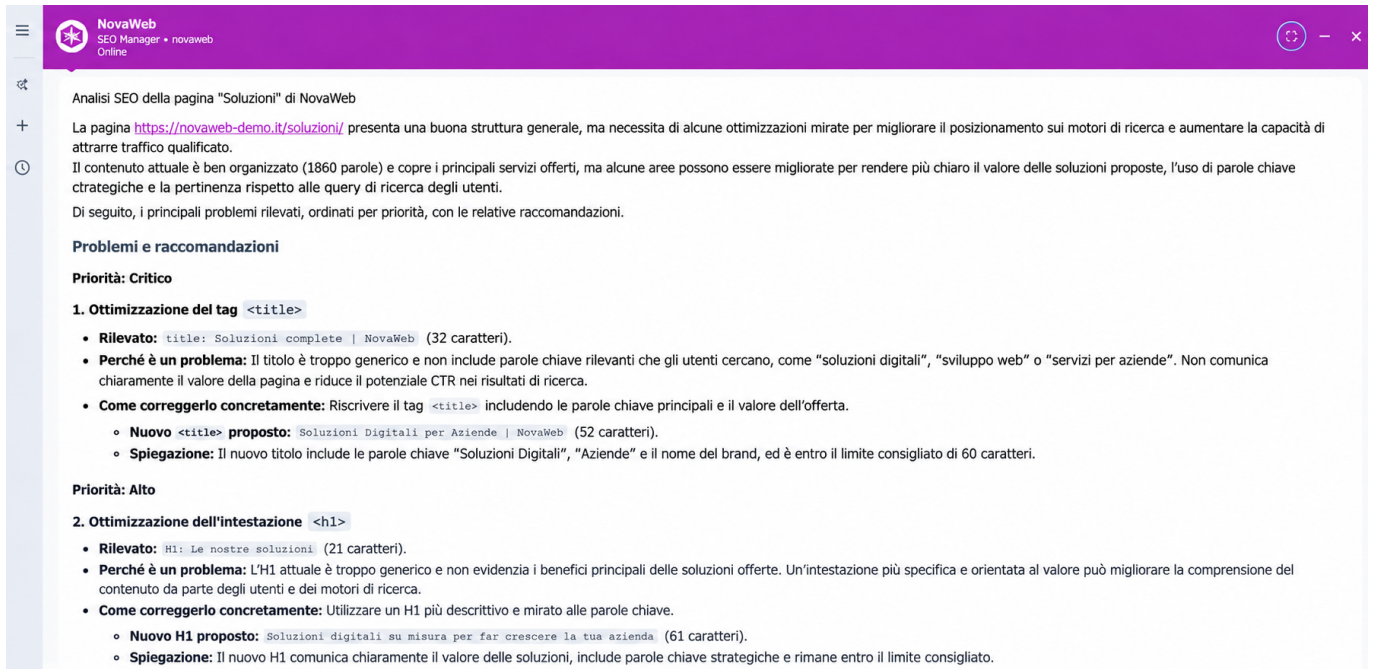
Una delle funzioni più potenti del chatbot di Stackly è la capacità di analizzare URL specifici in tempo reale. Invece di utilizzare strumenti esterni e dover interpretare dati complessi, puoi chiedere allo Specialista SEO di esaminare una pagina attiva per ottenere un piano d'azione immediato.

L'analisi non si limita a un controllo superficiale. Il sistema valuta:

1. **Pertinenza semantica:** verifica se il contenuto risponde realmente all'intento di ricerca degli utenti.
2. **Struttura dei dati:** controlla che la gerarchia dei titoli (H1, H2, H3) sia logica e ottimizzata.
3. **Ottimizzazione per AI box:** suggerisce come strutturare paragrafi e liste per aumentare le probabilità che il contenuto venga citato nelle risposte generate dalle AI (GEO - Generative Engine Optimization).

Esempio di prompt per analisi SEO:

"Analizza la pagina [URL] e dimmi quali sono le 3 modifiche prioritarie da fare per migliorare il punteggio di autorità del contenuto. Inoltre, riscrivi il primo paragrafo in modo che sia più idoneo a essere estratto come snippet da un motore di ricerca AI."



NovaWeb
SEO Manager • novaweb
Online

Analisi SEO della pagina "Soluzioni" di NovaWeb

La pagina <https://novaweb-demo.it/soluzioni/> presenta una buona struttura generale, ma necessita di alcune ottimizzazioni mirate per migliorare il posizionamento sui motori di ricerca e aumentare la capacità di attrarre traffico qualificato.

Il contenuto attuale è ben organizzato (1860 parole) e copre i principali servizi offerti, ma alcune aree possono essere migliorate per rendere più chiaro il valore delle soluzioni proposte, l'uso di parole chiave strategiche e la pertinenza rispetto alle query di ricerca degli utenti.

Di seguito, i principali problemi rilevati, ordinati per priorità, con le relative raccomandazioni.

Problemi e raccomandazioni

Priorità: Critico

1. Ottimizzazione del tag <title>

- **Rilevato:** title: Soluzioni complete | NovaWeb (32 caratteri).
- **Perché è un problema:** Il titolo è troppo generico e non include parole chiave rilevanti che gli utenti cercano, come "soluzioni digitali", "sviluppo web" o "servizi per aziende". Non comunica chiaramente il valore della pagina e riduce il potenziale CTR nei risultati di ricerca.
- **Come correggerlo concretamente:** Riscrivere il tag <title> includendo le parole chiave principali e il valore dell'offerta.
 - **Nuovo <title> proposto:** Soluzioni Digitali per Aziende | NovaWeb (52 caratteri).
 - **Spiegazione:** Il nuovo titolo include le parole chiave "Soluzioni Digitali", "Aziende" e il nome del brand, ed è entro il limite consigliato di 60 caratteri.

Priorità: Alto

2. Ottimizzazione dell'intestazione <h1>

- **Rilevato:** H1: Le nostre soluzioni (21 caratteri).
- **Perché è un problema:** L'H1 attuale è troppo generico e non evidenzia i benefici principali delle soluzioni offerte. Un'intestazione più specifica e orientata al valore può migliorare la comprensione del contenuto da parte degli utenti e dei motori di ricerca.
- **Come correggerlo concretamente:** Utilizzare un H1 più descrittivo e mirato alle parole chiave.
 - **Nuovo H1 proposto:** Soluzioni digitali su misura per far crescere la tua azienda (61 caratteri).
 - **Spiegazione:** Il nuovo H1 comunica chiaramente il valore delle soluzioni, include parole chiave strategiche e rimane entro il limite consigliato.

Contenuti di qualità superiore con le regole anti-slop

Uno dei problemi principali dell'intelligenza artificiale generica è la tendenza a utilizzare un linguaggio ripetitivo, ricco di cliché e strutture sintattiche prevedibili (il cosiddetto "AI slop").

Espressioni come *"nel panorama odierno"*, *"un viaggio emozionante"* o *"fondamentale ricordare"* appesantiscono i testi e li rendono facilmente identificabili come prodotti da una macchina, riducendo l'autorevolezza del brand.

Il chatbot interno di Stackly, nella sezione dedicata alla generazione dei contenuti, è configurato con rigorose **regole anti-slop**.

Questo significa che il motore è istruito per:

- evitare l'uso di aggettivi roboanti e superlativi non necessari
- eliminare le introduzioni generiche e i riassunti retorici
- bariare la struttura delle frasi per garantire un ritmo di lettura naturale
- privilegiare dati concreti e verbi d'azione rispetto a concetti astratti

Grazie a questa configurazione, i contenuti prodotti dal **Copywriter** virtuale sono già pronti per la pubblicazione, richiedendo un intervento umano minimo per la revisione finale. Ogni testo è intrinsecamente ottimizzato sia per i motori di ricerca tradizionali che per i nuovi motori AI, garantendo che il messaggio del cliente sia visibile, autorevole e piacevole da leggere.

FAQ

Come fa il chatbot a conoscere i dati del mio cliente?

Il chatbot di Stackly è integrato nell'ecosistema della piattaforma. Quando lavori all'interno di un progetto specifico, l'AI ha accesso alle informazioni di configurazione del progetto, dove hai descritto non solo il settore lavorativo, ma indicato anche la tipologia di target, il dettaglio del core business e la descrizione dettagliata del target a cui il progetto si rivolge. Tutte queste informazioni , assieme a tutti i documenti prodotti, sono alla base della contestualizzazione del chatbot AI.

Posso utilizzare lo Specialista SEO per analizzare siti della concorrenza?

Certamente. Puoi fornire al chatbot l'URL di un competitor per richiedere un'analisi dei suoi punti di forza a livello di contenuti e SEO, ottenendo suggerimenti su come differenziare e migliorare la strategia del tuo cliente.

I contenuti generati sono originali al 100%?

Sì, il sistema genera testi ex novo basandosi sulle istruzioni e sui dati forniti. Le regole anti-slop integrate assicurano inoltre che il testo non sia una semplice riproposizione di schemi comuni, garantendo un'originalità stilistica superiore alla media delle AI commerciali.

Cos'è l'ottimizzazione per AI box?

Si tratta di formattare e scrivere i contenuti in modo che siano facilmente interpretabili dai modelli linguistici che alimentano le nuove funzioni di ricerca di Google e altri motori. Lo Specialista SEO di Stackly sa esattamente come strutturare le informazioni per favorire questo tipo di posizionamento.

Devo istruire ogni volta il chatbot sul ruolo che deve ricoprire?

No. Selezionando la “persona” dal Team AI (ad esempio il Copywriter o il Ricercatore), il sistema carica automaticamente un set di istruzioni di sistema (system prompt) che definiscono stile, tono e competenze, rendendo l’interazione immediata e precisa.