

Da tempo il percorso di acquisto del cliente non è più una sequenza lineare e prevedibile di passaggi. Già da alcuni anni si parla di **“messy middle”** per descrivere quella fase complessa e apparentemente caotica che separa la nascita di un bisogno dalla decisione finale di acquisto.

A determinare questo cambiamento hanno contribuito diversi fattori: la moltiplicazione dei **touchpoint**, l'uso ormai consolidato dello **smartphone come punto di accesso immediato alle informazioni** e, soprattutto, una maggiore capacità del consumatore di cercare, confrontare e valutare autonomamente le alternative.

Chi deve effettuare un acquisto difficilmente si limita a una sola ricerca. Ne fa diverse, confronta prodotti, servizi e prezzi, consulta recensioni, salva informazioni, interrompe il processo e magari lo riprende in un secondo momento. A volte ricomincia dall'inizio, altre volte torna esattamente al punto in cui si era fermato, utilizzando anche canali e dispositivi differenti.

Questo comportamento non rappresenta più un'eccezione: **è diventato la norma**. E non riguarda soltanto le generazioni più giovani. La maggiore semplicità degli strumenti digitali e l'esperienza maturata nel loro utilizzo hanno reso i consumatori, in quasi tutte le fasce d'età, più autonomi, consapevoli e selettivi nelle proprie decisioni di acquisto.

A questa realtà si sono aggiunti oggi i vari chatbot ai, che permettono di fatto, di accorciare ancora di più i tempi di ricerca e di effettuare interrogazioni che prima era più difficile fare. Oggi possiamo scrivere, direttamente in un motore di ricerca o in chatbot, *“Devo comprare le nuove scarpe da running, sono un over 40 che corre 3 volte a settimana, normalmente in un parco, e quando corro spingo con la parte esterna del piede. Dammi un elenco dei modelli che posso acquistare”*.

Ed ecco il risultato ottenuto :

Il marketing nuovo concetto di funnel : non AI contro umano ma AI con umano

Da come descrivi l'appoggio — **tendi a caricare e spingere sulla parte esterna del piede** — potresti avere una certa **supinazione/ipopronazione**. In questo caso, in linea generale, conviene orientarsi su una scarpa **neutra e ben ammortizzata**, piuttosto che su modelli fortemente correttivi per iperpronatori. ASICS, per esempio, indica proprio GEL-Nimbus e GEL-Cumulus come tipologie adatte ai supinatori. ASICS +1

Per un over 40 che corre **3 volte alla settimana prevalentemente al parco**, quindi immagino su asfalto, vialetti e sterrato leggero, darei priorità a **protezione, comfort e stabilità dell'appoggio**, senza andare su scarpe da gara particolarmente aggressive.

I modelli che prenderei in considerazione

Modello	Ammortizzazione	Per te	Caratteristica
ASICS Gel-Nimbus 28	★★★★★	● Ottima	Molto protettiva e ammortizzata
Brooks Ghost 18	★★★★★	● Ottima	Equilibrata e facile
New Balance 880 v15	★★★★★	● Ottima	Stabile, confortevole, versatile
ASICS Gel-Cumulus 28	★★★★★	● Ottima	Più agile della Nimbus
Saucony Ride 19	★★★★★	● Ottima	Equilibrio ammortizzazione/reattività
Nike Pegasus 42	★★★★	● Buona	Più dinamica e meno "morbida"
ASICS Novablast 5/6	★★★★★	● Buona	Più elastica e divertente
Brooks Glycerin	★★★★★	● Molto buona	Comfort elevato

Tra l'altro, un confronto specifico del 2026 sulle scarpe per sottopronazione mette **Saucony Ride 19** come miglior *daily trainer* e ASICS Novablast tra le migliori opzioni complessive. #1 Athletic Shoe Review Site

🏆 Quella da cui partirei: ASICS Gel-Nimbus 28



ASICS Gel-Nimbus 28 Uomo
152,60 € • Amazon.it - Seller + altri • ★ 4,6 (2200)

Da consumatore quello che viene da dire è “Wow” .

Ma chi si occupa di marketing come può gestire tutto questo ??

Proprio per questo motivo, il funnel tradizionale deve essere ripensato. Se la parte

iniziale rimane sostanzialmente invariata — nasce un bisogno e inizia la ricerca — è soprattutto la parte finale a cambiare: **il percorso non può più considerarsi concluso con l'acquisto.**

Il post-vendita entra a pieno titolo nel funnel. Dopo aver acquistato, il cliente deve continuare a vivere un'esperienza positiva e coerente, capace di confermare la scelta fatta e rafforzare il rapporto con il brand.

Un cliente soddisfatto, infatti, può trasformarsi da semplice acquirente a **promotore del prodotto o del servizio**: pubblicamente, attraverso recensioni, commenti e contenuti sui social, oppure nella propria cerchia privata, consigliandolo ad amici, familiari e contatti diretti attraverso il passaparola.

A questo punto il funnel smette di essere un percorso con un inizio e una fine e diventa **un ciclo continuo**: l'esperienza di un cliente genera fiducia, reputazione e nuove occasioni di contatto che possono alimentare il percorso di acquisto di altri potenziali clienti.



Dal funnel lineare al ciclo continuo del marketing

L'uso dell'intelligenza artificiale nel marketing, può migliorare adattare e modificare i messaggi offerti al consumatore, in base a quello che il consumatore ha chiesto, ha fatto prima, se ha già acquistato, se ha avuto un problema con un prodotto, se ha inviato una email , se ha risposto ad un gancio in DM sui social network del brand.

In questo ciclo virtuoso, l'Intelligenza Artificiale emerge come il strumento fondamentale, in grado non solo di analizzare ma anche di adattare e migliorare il messaggio, in modo di migliorare notevolmente l'esperienza di acquisto. **Non si tratta di sostituire l'ingegno umano**, ma di potenziarlo, fornendo strumenti e insight che elevano la strategia e l'esecuzione a livelli mai raggiunti prima. Le agenzie digitali che integrano l'AI in ogni fase dei processi di marketing, otterranno un vantaggio competitivo decisivo.

L'Intelligenza Artificiale come acceleratore strategico per le agenzie

Le agenzie digitali e i freelance operano in un mercato sempre più esigente, dove la personalizzazione, l'efficienza e la capacità di analizzare grandi volumi di dati sono cruciali.

L'AI risponde a queste esigenze offrendo soluzioni concrete:

- **Automazione intelligente:** L'AI può gestire compiti ripetitivi e ad alto volume, liberando tempo prezioso per i team che possono così concentrarsi su strategia, creatività e relazioni con i clienti.
- **Personalizzazione su larga scala:** Grazie all'analisi predittiva e alla segmentazione avanzata, l'AI permette di offrire esperienze ultra-personalizzate a ogni singolo utente, migliorando tassi di conversione e fidelizzazione.
- **Insight azionabili:** L'AI analizza set di dati complessi in tempo reale, identificando pattern e tendenze che sarebbero impossibili da rilevare manualmente. Questo fornisce alle agenzie insight preziosi per ottimizzare le campagne e prendere decisioni basate sui dati.
- **Ottimizzazione continua:** Algoritmi di machine learning possono testare e ottimizzare costantemente elementi di campagne, contenuti per inbound marketing e percorsi utente, massimizzando il ROI.

AI in azione: ottimizzare ogni fase del marketing

Integrare l'AI nel Marketing significa ripensare ogni interazione con il cliente attraverso una lente di efficienza e intelligenza. Con una piattaforma all-in-one come Stackly, le agenzie hanno a disposizione gli strumenti per farlo.

Attrazione : generare lead qualificati con precisione

La fase di attrazione mira a trasformare gli sconosciuti in visitatori interessati. L'AI rivoluziona questo processo rendendolo più mirato ed efficace.

- **Creazione di contenuti su misura:** L'AI generativa di Stackly può assistere nella produzione di contenuti ottimizzati per il SEO/GEO, come articoli di blog, post per i social media e descrizioni di prodotti. Può suggerire argomenti di tendenza, ottimizzare i testi per parole chiave specifiche e generare bozze iniziali, accelerando drasticamente il processo creativo e garantendo che i contenuti risuonino con il target di riferimento.
- **Targeting pubblicitario predittivo:** Gli algoritmi AI analizzano i dati demografici, comportamentali e gli interessi degli utenti per identificare i segmenti di pubblico più propensi a interagire con un'offerta. Le funzionalità ADS integrate di Stackly, potenziate dall'AI, permettono di allocare il budget pubblicitario in modo più intelligente, raggiungendo le persone giuste al momento giusto, riducendo gli sprechi e aumentando il ROI delle campagne.
- **Ottimizzazione SEO Intelligente:** L'AI può analizzare le SERP, identificare le lacune dei competitor e suggerire strategie per migliorare il posizionamento organico. Può anche monitorare le performance dei contenuti e suggerire modifiche per mantenerli sempre rilevanti e visibili.

Coinvolgimento : personalizzazione su larga scala e interazioni significative

Una volta attratti, i visitatori devono essere coinvolti in modo significativo. L'AI consente una personalizzazione profonda che trasforma i visitatori in lead e poi in clienti.

- **CRM potenziato dall'AI:** Il CRM di Stackly, integrato con l'AI, va oltre la semplice gestione dei contatti. Può analizzare il comportamento degli utenti sul sito web, le interazioni email, le attività sui social media e persino le conversazioni con i chatbot per costruire profili cliente dettagliati. Questo permette ai team di vendita e marketing di avere una visione olistica di ogni lead e di personalizzare ogni punto di contatto.
- **Marketing automation intelligente:** L'AI guida le sequenze di email marketing e

le campagne di nurturing, decidendo quale contenuto inviare e quando, in base al comportamento e alle preferenze dell'utente. Stackly's Marketing Automation, arricchita dall'AI, può attivare flussi di lavoro personalizzati che accompagnano il lead attraverso il percorso d'acquisto in modo fluido e pertinente.

- **Chatbot e assistenti virtuali:** Addestrare i chatbot AI direttamente da Stackly con i dati di ogni singolo progetto, permette di fornire risposte immediate a domande frequenti, guidare gli utenti attraverso il sito web e persino qualificare i lead 24/7. Questo non solo migliora l'esperienza utente ma libera anche risorse umane per compiti più complessi.
- **Contenuti dinamici e siti web adattivi:** L'AI può modificare dinamicamente gli elementi di un sito web o di una landing page (immagini, testi, CTA) in base al profilo e al comportamento dell'utente, massimizzando la rilevanza e l'efficacia.

Fidelizzazione : fidelizzare i clienti e trasformarli in ambassador

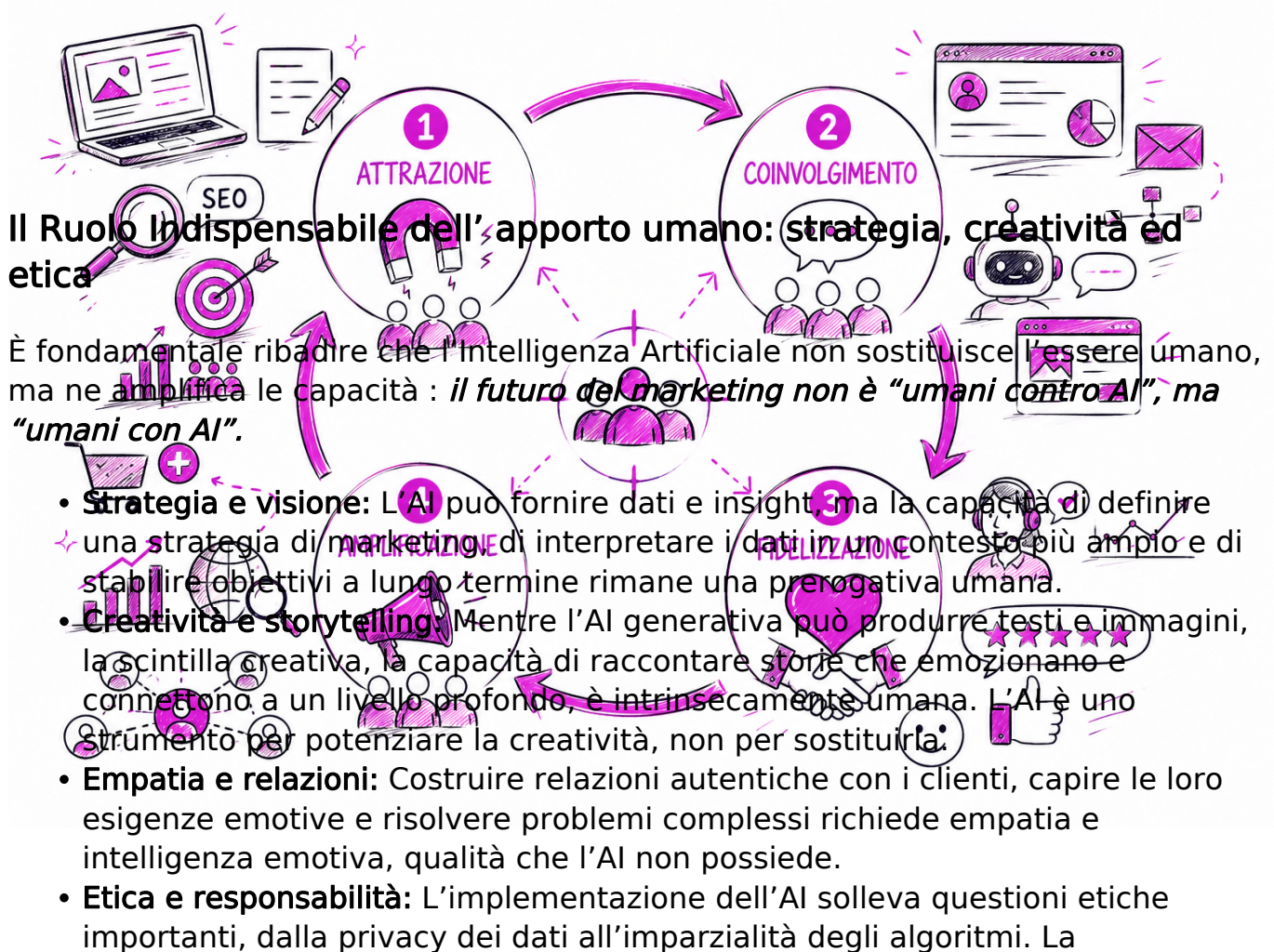
La fase di fidelizzazione è fondamentale per costruire relazioni durature e trasformare i clienti soddisfatti in promotori del brand. L'AI gioca un ruolo chiave nel superare le aspettative.

- **Supporto clienti predittivo e proattivo:** L'AI può analizzare i segnali di insoddisfazione o i potenziali problemi prima che si manifestino, consentendo alle agenzie di intervenire proattivamente. Ad esempio, può identificare clienti a rischio di abbandono e suggerire azioni mirate per ritenerli.
- **Personalizzazione post-acquisto:** Dopo l'acquisto, l'AI può suggerire prodotti o servizi complementari, offrire contenuti pertinenti o inviare messaggi di ringraziamento personalizzati, rafforzando il legame con il cliente.
- **Analisi del sentiment:** L'AI può monitorare le menzioni del brand sui social media, analizzando il sentiment per capire come i clienti percepiscono il servizio o il prodotto. Questo fornisce un feedback immediato e permette di affrontare rapidamente eventuali problemi.
- **Gestione della Reputazione Online:** Strumenti AI possono aiutare a monitorare e gestire le recensioni online, identificando quelle negative e suggerendo risposte appropriate per mantenere un'immagine positiva.

Amplificazione : Identificare nuove opportunità di crescita

L'ultima fase, ma non meno importante, è l'amplificazione, che mira a massimizzare il valore del cliente nel tempo e a identificare nuove opportunità di business.

- **Identificazione di opportunità di upselling e cross-selling:** L'AI analizza la cronologia degli acquisti e il comportamento del cliente per suggerire prodotti o servizi aggiuntivi che potrebbero essere di interesse, aumentando il Lifetime Value (LTV) del cliente.
- **Analisi del mercato e delle tendenze:** Gli strumenti di Analytics di Stackly, potenziati dall'AI, possono scansionare enormi quantità di dati di mercato per identificare nuove nicchie, tendenze emergenti o opportunità di espansione geografica, fornendo alle agenzie insight strategici per i loro clienti.
- **Creazione di programmi di referral:** L'AI può identificare i clienti più soddisfatti e propensi a raccomandare il brand, facilitando la creazione di programmi di referral mirati che trasformano i clienti in veri e propri ambasciatori.
- **Ottimizzazione delle campagne di retargeting:** Utilizzando l'AI, le agenzie possono creare campagne di retargeting estremamente precise, mostrando annunci pertinenti a utenti che hanno già mostrato interesse, massimizzando le possibilità di conversione e espansione.



supervisione umana è essenziale per garantire che l'AI venga utilizzata in modo responsabile ed etico.

Le agenzie digitali che abbracciano l'AI come un co-pilota strategico, liberando i loro talenti per concentrarsi su ciò che l'AI non può fare, saranno quelle che prospereranno.

Stackly: la tua piattaforma All-in-One per il marketing ai-driven

Stackly è stata progettata per essere la **piattaforma all-in-one per le agenzie di marketing e i consulenti digitali**, integrando nativamente le funzionalità AI necessarie per navigare e dominare il marketing continuo.

Con Stackly, puoi:

- **Automatizzare** processi complessi di marketing e vendita con la Marketing Automation intelligente.
- **Gestire** le relazioni con i clienti in modo proattivo e personalizzato grazie al CRM avanzato.
- **Ottimizzare** la presenza sui social media con strumenti di Social Media Management potenziati dall'AI.
- **Creare** contenuti di alta qualità e ottimizzati per il SEO con l'AI generativa.
- **Gestire** campagne ADS con targeting predittivo e ottimizzazione continua.
- **Analizzare** le performance e ottenere insight azionabili in tempo reale grazie a strumenti di Analytics integrati.

Stackly ti offre la possibilità di trasformare la tua agenzia, rendendola più efficiente, più performante e pronta a offrire ai tuoi clienti risultati eccezionali nell'era del marketing AI-driven.

FAQ

Che cos'è il Marketing Continuo e come si differenzia dal funnel tradizionale?

Il Marketing Continuo è un modello di marketing che si concentra sull'esperienza cliente completa, dalla prima interazione all'amplificazione. Si differenzia dal funnel

tradizionale, che è lineare e si conclude con la conversione, ponendo l'accento sulla fidelizzazione e sulla trasformazione dei clienti in promotori del brand attraverso le fasi di Attrazione, Coinvolgimento, Fidelizzazione ed Amplificazione.

In che modo l'Intelligenza Artificiale può migliorare la fase di attrazione?

L'AI migliora la fase di Attrazione attraverso la creazione di contenuti ottimizzati per il SEO (con AI generativa), il targeting pubblicitario predittivo che identifica i segmenti di pubblico più rilevanti e l'ottimizzazione intelligente delle strategie SEO per migliorare la visibilità online.

Come contribuisce l'AI alla personalizzazione delle interazioni con i clienti?

L'AI contribuisce alla personalizzazione analizzando i dati dei clienti (comportamento sul sito, interazioni passate) per offrire comunicazioni mirate tramite email marketing, chatbot e contenuti dinamici sul sito web. Il CRM potenziato dall'AI di Stackly, ad esempio, permette di costruire profili cliente dettagliati per interazioni significative.

L'AI può aiutare nella fidelizzazione dei clienti?

Sì, l'AI è estremamente efficace nella fidelizzazione dei clienti. Può prevedere il rischio di abbandono, offrire supporto clienti proattivo, personalizzare le comunicazioni post-acquisto e analizzare il sentiment per garantire un'esperienza cliente sempre positiva, trasformando i clienti in veri e propri ambassador.

Qual è il ruolo dell'essere umano nel marketing AI-driven?

Nel marketing AI-driven, l'essere umano mantiene un ruolo centrale e insostituibile. Si occupa della strategia, della creatività, dello storytelling, dell'empatia nelle relazioni con i clienti e della supervisione etica dell'AI. L'AI agisce come un potente strumento per potenziare le capacità umane, non per sostituirle.

Stackly integra funzionalità AI per le agenzie?

Sì, Stackly è una piattaforma all-in-one che integra nativamente funzionalità AI per supportare le agenzie digitali in ogni fase del Marketing Continuo. Include AI generativa per i contenuti, automazione intelligente, CRM avanzato, gestione ADS con targeting predittivo e strumenti di analytics potenziati dall'AI.

L'AI nel marketing è solo per le grandi agenzie?

Absolutamente no. Sebbene le grandi agenzie possano avere più risorse, piattaforme come Stackly rendono l'AI accessibile anche a freelance digitali, piccole e medie web agency, che seguono realtà più piccole, attività locali, liberi professionisti, piccole aziende. L'obiettivo è democratizzare l'accesso a queste tecnologie per permettere a tutti di ottenere un vantaggio competitivo.

Quali sono i principali vantaggi dell'adozione dell'AI per un'agenzia di marketing?

I principali vantaggi includono un'efficienza operativa notevolmente migliorata, la capacità di offrire personalizzazione su larga scala, l'ottenimento di insight azionabili da grandi volumi di dati, l'ottimizzazione continua delle campagne e un significativo vantaggio competitivo nel mercato.

In un panorama digitale in continua evoluzione, l'integrazione dell'Intelligenza Artificiale non è più una tendenza, ma una necessità strategica per le agenzie di marketing e i consulenti digitali.

Con Stackly, hai la piattaforma all-in-one per offrire ai tuoi clienti questa metodologia di marketing, e contemporaneamente liberi tempo da dedicare alla parte strategia e creativa.