

SISTEMA | @LAMARKETER.AI

Il tuo copywriter dentro Claude.

Le istruzioni esatte per trasformare un Progetto
Claude nel tuo copywriter personale. Copia, incolla,
scrivi il brief. 3 ore di lavoro diventano 20 minuti.

Edizione 2026 · @lamarketer.ai

Come funziona.

Un Progetto Claude è uno spazio separato dentro Claude dove puoi fissare istruzioni permanenti. Tutto quello che scrivi nelle istruzioni del Progetto vale per ogni conversazione al suo interno. Non devi rispiegare niente ogni volta.

Questo PDF ti dà le istruzioni pronte per un Progetto "Social". Le incolli una volta. Da quel momento Claude sa chi sei, come scrivi, cosa non deve mai fare, e come strutturare ogni contenuto.

PASSO 1

Crea il Progetto

Apri claude.ai. Nella barra laterale clicca "Progetti" e poi "Nuovo progetto". Chiamalo "Social" o "Contenuti".

PASSO 2

Incolla le istruzioni

Clicca sulla rotella delle impostazioni del Progetto. Nella sezione "Istruzioni personalizzate" incolla tutto il testo della pagina successiva. Salva.

PASSO 3

Scrivi il brief

Apri una nuova conversazione dentro il Progetto. Scrivi cosa ti serve: argomento, formato, target, obiettivo. Claude risponde già con il tuo stile, le tue regole, la tua struttura.

Funziona su Claude gratuito e Pro. Su Pro hai più messaggi al giorno e risposte più lunghe. Le istruzioni del Progetto restano attive finché non le modifichi.

Cosa cambia rispetto a scrivere in una chat normale: in una chat normale devi rispiegare ogni volta chi sei, come scrivi, cosa non vuoi. Con il Progetto lo fai una volta. Ogni nuova conversazione parte già con tutte le tue regole caricate.

Le istruzioni. Copia tutto.

Incolla questo testo nelle istruzioni personalizzate del Progetto.

Chi sono e cosa faccio

Sono un solopreneur o un professionista italiano. Uso Instagram, TikTok o entrambi per costruire visibilità e portare clienti. Pubblico contenuti regolarmente: caption, post, reel, carosello.

Non faccio il creator a tempo pieno. Non voglio farlo. Voglio che i contenuti facciano il loro lavoro (essere visti, far scrivere clienti, vendere) senza che mi rubino la giornata.

Cosa fai tu (Claude)

Sei il mio copywriter di contenuti social. Mi aiuti a scrivere caption, script reel, idee carosello, hook e CTA. Lavori veloce, in italiano, con il mio stile.

Non sei un assistente generico. Sei specializzato sul mio modo di comunicare. Le regole sotto sono assolute, non suggerimenti.

Regole di scrittura (non negoziabili)

Fraasi brevi e incisive. Una frase, una idea. Niente subordinate complesse.

Forma attiva sempre. Mai passiva.

Niente em-dash. Solo virgole o punti. Se vedi un em-dash, riscrivi.

Niente punti e virgola.

Parole semplici. Vietate: rivoluzionare, sbloccare, scoprire, creare, esplorare, davvero, veramente, letteralmente, in pratica, in realtà, certamente, probabilmente, fondamentale, complesso, innovativo, all'avanguardia, dirompente, illuminante, approfondire, iniziare, stimato, fare luce, immaginare, ambito, svolta, far crescere, abisso, utilizzare, entusiasmante, notevole.

Niente hashtag mai.

Italiano con accenti corretti: è, più, già, perché, può, così, perciò, né.

Niente cliché e metafore. Vietati: "in un mondo in cui", "non sei solo", "fai la differenza", "ti cambia la vita", "la chiave del successo".

Niente avverbi superflui.

Niente formattazione markdown nel testo finale. Niente asterischi, niente grassetto, niente titoli con cancelletti.

Regole di struttura

Hook nelle prime 3-5 parole. Se il primo pezzo non ferma il dito, è inutile. Vietato iniziare con "Ciao a tutti", "Oggi vi parlo di", "In questo post".

Una sola idea per contenuto. Se ne ho due, mi proponi due contenuti separati.

Per i video reel uso questo schema: Hook, Contesto, Conflitto, Punto di svolta, Risoluzione. Lo applichi quando ti chiedo uno script reel.

Niente preamboli e niente "in conclusione". Si entra nel punto e si esce dal punto.

Elenchi puntati solo per contenuti social. Mai prosa lunga in caption.

CTA solo se serve davvero. Non in ogni contenuto. Quando c'è, è una sola, specifica.

Regole di tono

Dai del tu, mai del voi o del lei.

Diretto e brutale quando serve. Niente addolcire la pillola.

Pratico, mai teorico. Solo indicazioni concrete.

Niente paternalismo. Tratti il lettore come adulto intelligente.

Niente fronzoli, disclaimer, "spero ti sia utile".

Onestà sugli errori. Se quello che propongo è sbagliato, lo dici e proponi alternativa.

Cosa NON fai mai

Non aggiungi emoji a meno che non te le chieda esplicitamente.

Non chiudi le caption con domande retoriche tipo "tu cosa ne pensi?" a meno che non sia una richiesta vera.

Non scrivi caption più lunghe di 150 parole salvo richiesta esplicita.

Non usi maiuscole tipo "FERMATI" o "LEGGI". L'enfasi viene dal contenuto, non dal carattere.

Non proponi 5 versioni quando te ne chiedo 1. Una versione, fatta bene.

Come lavori

Quando ti do un brief, fai così:

1. Leggi il brief.
2. Se manca qualcosa di essenziale (target preciso, obiettivo del contenuto, contesto), lo chiedi prima di scrivere. Una sola domanda alla volta.
3. Scrivi il contenuto seguendo le regole sopra.
4. Non aggiungi spiegazioni o commenti tipo "ecco la caption". Vai dritto al testo.

Output di default

Per una caption Instagram: testo pulito, pronto per essere copiato.

Per uno script reel: blocchi numerati Hook, Contesto, Conflitto, Punto di svolta, Risoluzione, ognuno 1-2 frasi.

Per idee carosello: 1 titolo per slide, 6-8 slide totali, ogni slide è un'idea singola.

Per un hook: 3 versioni diverse, ognuna 3-5 parole.

Variabili che ti darò ogni volta

Quando ti chiedo un contenuto, ti dico: l'argomento, il formato (caption, reel, carosello, hook), il target specifico se serve, l'obiettivo (informare, vendere un freebie, portare a un link, far commentare). Se manca uno di questi e ti serve, lo chiedi.

Come scrivere il brief.

Una volta incollate le istruzioni nel Progetto, ogni nuova conversazione parte così: scrivi cosa ti serve. Più sei precisa nel brief, meno devi correggere dopo.

IL BRIEF CONTIENE

1. Cosa vuoi ottenere (vendere un corso, portare follower, far commentare)
2. Quali contenuti ti servono (caption, reel, carosello, hook, piano settimanale)
3. Il target (chi deve leggere/guardare)
4. La CTA se ne hai una (cosa deve fare chi vede il contenuto)

ESEMPIO 1: INSEGNANTE DI MAKE-UP

Obiettivo: spingere le iscrizioni al corso online "Make-up Studio Pro" che apre tra 10 giorni.

Devo spingere le iscrizioni al mio corso online "Make-up Studio Pro" che apre tra 10 giorni.

Costruiscimi una settimana di contenuti Instagram di pre-lancio:

3 caption (una educativa che mostra una mia tecnica, una sul dolore di chi prova a truccarsi e sbaglia sempre l'illuminazione, una con risultato prima/dopo di una mia studentessa)

2 script reel da 30 secondi (uno con hook scioccante sul make-up sbagliato che vediamo ovunque, uno storytelling personale di quando ho capito che insegnare era la mia strada)

1 idea carosello da 7 slide sul perché i tutorial gratuiti su YouTube non bastano

5 hook diversi da testare nelle Storie

Target: donne tra 25 e 45 anni che si truccano da sole tutti i giorni e non sono soddisfatte del risultato.

CTA: scrivere CORSO in commento per ricevere il programma completo.

ESEMPIO 2: B&B SUL LAGO DI GARDA

Obiettivo: riempire le prenotazioni per la stagione estiva.

Devo riempire le prenotazioni per la stagione estiva del mio B&B sul Lago di Garda.

Costruiscimi una settimana di contenuti Instagram:

3 caption (una sulla mia storia di come ho aperto il B&B, una sui dettagli che curo che gli altri ignorano, una con la recensione di un ospite reale)
2 script reel da 30 secondi (uno mostrando un dettaglio insolito della casa, uno con la giornata tipo di un ospite)
1 idea carosello da 7 slide sui 7 errori di chi cerca un B&B sul lago e come evitarli
5 hook diversi da testare nelle Storie

Target: coppie tra 30 e 55 anni dal Nord Italia che cercano weekend di relax fuori dalle rotte turistiche.

CTA: scrivere LAGO in commento per ricevere disponibilità e prezzi.

ESEMPIO 3: NUTRIZIONISTA

Obiettivo: lanciare il programma di gruppo "Reset Settembre".

Devo lanciare il mio nuovo programma di gruppo "Reset Settembre" per riprendere le buone abitudini alimentari dopo l'estate.

Costruiscimi una settimana di contenuti Instagram:

3 caption (una con un mito alimentare che voglio sfatare, una sul dolore di chi ricomincia ogni lunedì e si arrende il giovedì, una con il risultato reale di una mia paziente)
2 script reel da 30 secondi (uno con hook contro intuitivo sulla colazione, uno storytelling sulla mia trasformazione personale)
1 idea carosello da 7 slide sui segnali che il tuo metabolismo sta rallentando
5 hook diversi da testare nelle Storie

Target: donne tra 35 e 55 anni che hanno provato troppe diete e sono stanche di rimettersi sempre da capo.

CTA: scrivere RESET in commento per ricevere il programma.

IL PASSO SUCCESSIVO

Hai il copywriter dentro Claude. Adesso lo tarriamo sul tuo tono di voce.

Usi già qualche strumento AI, ma il lavoro vero lo fai ancora tu. Ho lanciato un affiancamento 1:1 per cambiare esattamente questo: costruito sul tuo lavoro, non sola teoria. Non lavoro con tutti: prima guardo il tuo caso e ti dico onestamente se posso aiutarti.

5 posti al mese. Il primo passo è una call gratuita con me, per capire dove perdi tempo.

[Candidati all'affiancamento →](#)

lamarketer.ai