

LA GUIDA PER I CORSISTI

Il dove. La guida per rifarlo da soli.

Come scegliere la zona del secondo locale con l'AI: mezza giornata di lavoro e un abbonamento da venti euro al mese. E come partire con la pubblicità dentro ChatGPT. Qui sotto: il metodo in cinque passi e i quattro prompt da copiare e incollare.

如何用AI选第二家店的位置：半天时间，每月二十欧。还有：如何在 ChatGPT 里投广告。下面是五步方法和四个提示词，复制粘贴即可。

Cosa serve 需要什么

Serve	Costo	Nota
Claude Pro oppure ChatGPT Plus	circa € 21-23 al mese	Ne basta uno. Serve la funzione di ricerca approfondita: in Claude si chiama Research , in ChatGPT deep research . Nei piani gratuiti e in ChatGPT Go da € 8 non c'è.
Strumento delle parole chiave di Google	gratis	Dentro Google Ads, anche senza campagna accesa. Mostra numeri a intervalli (per esempio "100-1.000"): per mettere in ordine tre comuni basta.
Meta Gestione inserzioni	gratis	Per sapere quante persone stanno in un raggio: spillo sulla piazza, raggio, e il numero appare a destra. Non si pubblica niente.
Google Maps sul telefono	gratis	Stelle, recensioni, prezzi e orari di punta dei concorrenti. Dal telefono si vedono meglio che con qualsiasi ricerca.
Tempo	mezza giornata	Per tre zone.

Prezzi letti il 30 settembre 2026: ricontrollateli quando vi abbonate.

Il metodo in cinque passi 方法：五步

Le zone non le scegliete voi: le propone l'AI. Voi date il vostro locale, dieci numeri letti su Google e gli occhi su Google Maps.

候选地点由AI提出。你们提供餐厅信息和从谷歌查到的十个数字，再用谷歌地图核对信息。

1

Il vostro locale e i comuni 你的餐厅和候选城镇

20 minuti In una chat normale (non nella ricerca approfondita) incollate il prompt 1. L'AI vi fa le domande sul vostro locale, una per volta: rispondete, anche in cinese. Poi vi propone i comuni fra 6 e 15 km da voi e vi dice quali numeri leggere su Google.

2

I numeri di Google 谷歌的数字

30 minuti Nello strumento delle parole chiave di Google, per i comuni proposti: quante ricerche al mese per "ristorante cinese", "ristorante giapponese", "sushi" e per il nome del vostro locale. Incollate i numeri nella stessa chat del prompt 1: l'AI sceglie le tre finaliste e la piazza di ognuna. Se la vostra AI è collegata a DataForSEO, questo passo lo fa lei.

3

Persone nel raggio 半径内有多少人

15 minuti In Meta Gestione inserzioni create un gruppo di inserzioni in bozza. Luoghi: spillo sulla piazza di ogni finalista, raggio 1 km e poi 8 km. Fotografate il numero a destra. Poi tutti gli spilli insieme a 8 km: se i cerchi si sovrappongono, i locali si rubano i clienti.

4

Ricerca di ogni zona 每个地区的调查

20 minuti di attesa per zona, più 30 sul telefono Per ogni finalista: aprite una chat nuova, accendete la ricerca approfondita, incollate il prompt 2 scrivendo nelle parentesi il comune e la piazza che il prompt 1 ha scelto. Poi, dal telefono, per i cinque o sei concorrenti con più recensioni: stelle, numero di recensioni, prezzo e il grafico "Orari di punta". Poi le recensioni ordinate per "Più recenti": contate quante ne ha ricevute nell'ultimo mese (chi è forte adesso) e leggete le ultime dieci da una a tre stelle: scrivete di cosa si lamentano. Dieci righe per concorrente.

5

Schede e verdetto 评分表和结论

30 minuti Il prompt 3 con tutto incollato, poi il prompt 4. Leggete il verdetto. Se non vi riconoscete, cambiate quanto conta ogni voce e rilanciate. Poi andate a vedere la zona di persona.

Cosa fa l'AI da sola, cosa fate voi AI自己做什么，你们做什么

Dato	Con DataForSEO collegato	Senza (abbonamento da venti euro)
Ricerche al mese per comune	Le legge l'AI	Voi, nello strumento delle parole chiave di Google: 30 minuti
Recensioni dei concorrenti: quante al mese, cosa dicono	Le legge l'AI, 200 per locale	Voi, da Google Maps sul telefono: 30 minuti per zona
Stelle, prezzi, orari di punta	Le legge l'AI	Voi, da Google Maps: 10 minuti per zona
Pagine web: Comuni, case, giornali locali	Sempre l'AI, con la ricerca approfondita (Firecrawl serve solo a chi lavora da programma)	
Persone in un raggio	Sempre voi, da Meta Gestione inserzioni, gratis: 15 minuti	

DataForSEO si paga a consumo, pochi centesimi a lettura, e si collega a Claude o a ChatGPT come "connettore": per questo passo fatevi aiutare da chi lo sa fare, o lavorate a mano.

如果没连接数据工具，这几项就手动做；每项都标了预计用时。

I quattro prompt 四个提示词

Fra parentesi quadre le parti da cambiare con i vostri dati. Vanno bene sia in Claude Pro (Research) sia in ChatGPT Plus (deep research). Potete rispondere alle domande dell'AI anche in cinese.

方括号里的部分换成你们的信息。Claude Pro 和 ChatGPT Plus 都可以用。回答AI的问题时也可以用中文。

Prompt 1. Il vostro locale e i comuni (una chat sola, si continua con i numeri)

Voglio aprire la seconda sede del mio ristorante e devo scegliere la zona. Lavoriamo in tre passaggi.

Primo passaggio. Fammi le domande che ti servono, una alla volta, e aspetta le mie risposte: cosa cucino, dove sono (indirizzo), da quanti anni, chi sono i miei clienti, cosa va più forte, se consegno a casa e fino a quanti chilometri, quanto è grande il locale e se ha parcheggio, cosa vorrei nel secondo locale. Posso rispondere in italiano o in cinese.

Secondo passaggio. Proponimi i comuni fra 6 e 15 chilometri dal mio locale: abbastanza vicini perché il mio nome sia già conosciuto, abbastanza lontani perché i clienti siano altri. Escludi i comuni attaccati al mio, dove già consegno. Proponine almeno otto, compresi i comuni più grandi della fascia. Per ogni comune una riga: distanza in auto, abitanti, perché sì e perché no. Poi dimmi esattamente quali numeri devo leggere nello strumento delle parole chiave di Google per quei comuni (parole: "ristorante cinese", "ristorante giapponese", "sushi", e il nome del mio locale), e come leggerli. Se posso collegarti a DataForSEO, leggili tu.

Terzo passaggio. Quando ti incollo i numeri, scegli le tre finaliste: molte ricerche e il nome già cercato. Per ognuna proponi la piazza o la via da cui partire, con il motivo. Non inventare numeri: se un dato manca, chiedimelo.

Prompt 2. La ricerca di una zona (uno per finalista)

Sto valutando dove aprire la seconda sede del mio ristorante. Il primo locale è [nome], a [comune], aperto dal [anno]: [descrizione in due righe: cucine, tavolate, famiglie e gruppi, parcheggio, consegna a domicilio, stelle e numero di recensioni su Google].

La zona candidata è il raggio di 1 km attorno a [piazza o indirizzo], [comune].

Fai una ricerca approfondita e compila queste sei voci, una sezione per voce, con un numero per ogni fatto e per ogni numero la fonte (indirizzo della pagina) e la data. Se un dato non si trova, scrivi "non trovato" e dimmi cosa hai cercato. Non inventare mai una cifra. Resta prudente: se due fonti non concordano, riportale tutte e due.

3. Concorrenza: quanti ristoranti [cinesi, giapponesi, sushi, all you can eat] ci sono entro 1 km; per i principali nome, indirizzo, distanza dalla piazza, stelle Google, numero di recensioni Google, fascia di prezzo. Poi cosa dicono più spesso le recensioni negative dei concorrenti (servizio, attese, qualità, prezzo, parcheggio), con quattro o cinque esempi e il nome del locale. Se vedi le date delle recensioni, dimmi quante ne ha ricevute ogni concorrente negli ultimi dodici

mesi e se il proprietario risponde.

4. Chi ci abita e chi ci lavora: abitanti del comune (ISTAT, dato più recente), età media e fasce d'età, densità, stranieri; entro 1 km uffici, enti pubblici, ospedale, scuole, grandi datori di lavoro.

5. Capacità di spesa: prezzi delle case al metro quadro in vendita e in affitto nel centro (Agenzia delle Entrate OMI, oppure immobiliare.it o idealista "mercato immobiliare"), reddito medio dichiarato per contribuente del comune (dati MEF).

6. Passaggio e accesso: stazione e metropolitana con distanza dalla piazza e passeggeri al giorno se pubblicati, bus e tram, parcheggi pubblici vicini con posti e tariffe, ZTL e aree pedonali attorno alla piazza, uscite autostradali più vicine.

7. Orari di punta: se trovi gli orari di punta dei concorrenti su Google Maps riportali; altrimenti mercati, eventi, movida, giorni di chiusura dei concorrenti. Se non trovi niente scrivi "non trovato".

8. Storia della zona: ristoranti aperti e chiusi negli ultimi anni (Camera di Commercio, stampa locale), negozi sfitti nel centro, cantieri e progetti in arrivo con le date.

Scrivi in italiano, frasi corte, tabelle per i numeri. Alla fine elenca tutte le fonti con indirizzo e data.

Prompt 3. Le tre schede con i punteggi (una chat sola)

Ti incollo tre ricerche, una per ogni zona candidata per la seconda sede del mio ristorante [nome, comune, descrizione in due righe], più i miei appunti presi su Google Maps e i numeri che ho letto io: ricerche al mese per comune dallo strumento delle parole chiave di Google (voce 1, domanda; voce 2, quante volte è cercato il nome del mio locale) e persone nel raggio da Meta (1 km e 8 km).

Compila per ogni zona la stessa scheda, con queste otto voci più le due righe di Meta: 1 Domanda, 2 Notorietà del marchio, 3 Concorrenza, 4 Chi ci abita e chi ci lavora, 5 Capacità di spesa, 6 Passaggio e accesso (per me conta soprattutto il parcheggio), 7 Orari di punta, 8 Storia della zona, più Persone nel raggio di 1 km e Bacino di consegna a 8 km. Ogni riga: i numeri chiave, la fonte e la data, quanto ti fidi del dato (alta, media, bassa), un punteggio da 1 a 5.

Regola del punteggio: le tre zone si confrontano fra loro, 5 alla migliore, 4 se vale almeno l'80% della migliore, 3 fra il 50 e l'80%, 2 sotto il 50%, 1 solo se la voce è un ostacolo in sé (per esempio una ZTL tutto il giorno sulla piazza o un bacino di consegna uguale a quello del mio primo locale). Le voci di giudizio (3, 6, 8) le motivi in una riga. Una voce "non trovato" non ha punteggio: il totale si calcola sui pesi delle voci trovate e si riporta a 100.

I pesi su 100 sono questi: [Domanda 15, Notorietà 8, Concorrenza 15, Chi ci abita e lavora 12, Capacità di spesa 8, Parcheggio e accesso 15, Orari di punta 5, Storia 7, Bacino di consegna non sovrapposto 15]. Se pensi che per il mio modello vadano cambiati, dimmelo prima e spiega perché, ma usa i miei.

Poi una tabella con le tre zone affiancate, il punteggio per voce, il totale pesato e il posto. Rifai la somma a mano e mostramela. Poi, con i miei appunti sulle recensioni: una classifica di tutti i concorrenti per recensioni nuove al mese (chi è forte adesso, chi sta calando) e, per ogni zona, i tre difetti più ripetuti nelle recensioni negative, con quante volte compaiono. Sotto ogni scheda elenca i concorrenti con stelle e recensioni, i difetti ricorrenti dalle recensioni, e i buchi della scheda. Non inventare un numero che non c'è nelle ricerche: lascialo "non trovato". Scrivi in italiano, frasi corte, tabelle.

[incollare: ricerca zona 1, ricerca zona 2, ricerca zona 3, appunti dal telefono, numeri dello strumento delle parole chiave di Google, numeri di Meta]

Prompt 4. Il verdetto (nella stessa chat del prompt 3)

Ora scrivi il verdetto in una pagina: quale zona è prima e perché, in cinque righe; cosa cambierebbe la classifica (quali pesi, quali dati mancanti); i tre rischi più grandi di ogni zona in una tabella; la zona che "a sensazione" sembrava migliore messa a confronto con i numeri; e per ogni zona un solo prossimo passo concreto (quali vie guardare, cosa verificare di persona, cosa chiedere al Comune o ai parcheggi). Poi la lista di cosa devo controllare a mano prima di decidere, in ordine di importanza. Chiudi con una frase: i numeri delle ricerche e di Meta sono un minimo certo, non il totale, perché molta gente chiede a un amico, apre Maps senza scrivere o chiede a ChatGPT; la scheda dice dove non aprire più di quanto dica dove aprire.

Quattro regole 四条规则

- L'AI sbaglia se le date dati sbagliati, e ogni tanto sbaglia una cifra da sola. Le cifre che decidono (affitti, concorrenti, ZTL) controllatele con un clic sulla fonte.
AI会出错：关键数字要点开来源核对。
- I numeri di Google e di Meta sono un minimo sicuro, non il totale: chi chiede a un amico, chi apre Google Maps senza scrivere, chi chiede a ChatGPT, non è contato.
这些数字只是统计到的部分，不是总数。
- La scheda dice dove NON aprire più di quanto dica dove aprire.
评分表告诉你哪里不要开，比告诉你哪里开更有用。
- Anche compilata a mano, senza AI, la scheda vale più di un affitto firmato a sensazione.
就算手工填写，也比凭感觉签租约强。

La pubblicità dentro ChatGPT, in tre passi ChatGPT 里的广告：三步

1

Aprirete il conto 开账户

Dal ristorante, su ads.openai.com, non dall'agenzia. Vi chiedono i documenti e i dati per la fattura. Paese, moneta e fuso orario poi non si cambiano più.

2

Scrivete le scene 写场景

Nei "suggerimenti di contesto" non ci sono parole chiave. Scrivete cinque frasi: chi è il cliente, dove sta, cosa cerca. Più una frase su chi NON volete. Dentro, i vostri CAP e la parola "delivery". Esempio: "Persona a casa la sera, a [comune] o nei comuni vicini, che cerca un sushi delivery senza passare dagli aggregatori".

3

Mettete la bilancia prima di spendere 花钱前，先设置好效果追踪

Pixel sul sito e parametri UTM. Prima campagna con obiettivo Clic, data di fine messa, personalizzazione del testo spenta. Sotto 50 euro al giorno per un mese non si parte. Ogni lunedì tre numeri: quanto avete speso, quanti ordini, quanto costa un ordine. Gli ordini contati sono un minimo sicuro, non il totale.

Il pannello di ChatGPT Ads al 10 ottobre 2026: si scelgono città e CAP, si escludono CAP, niente raggio in chilometri, niente orari. Nessun budget minimo. Titolo 50 lettere e descrizione 100, ma se ne vedono circa 40 e 70: le stelle vanno all'inizio. Cambia ogni settimana: ricontrollate.



Marketing Automation Facile

Tutte le settimane pubblico un articolo in cui spiego come si usa l'intelligenza artificiale insieme al CRM per far crescere un'azienda. Casi veri, passi concreti, niente teoria. È gratis.

www.marketingautomationfacile.com

Inquadrate il QR, mettete la mail, è fatta.

