Secuenza

I prompt di IA di Secuenza

Quello che Secuenza chiede alla tua IA quando fai clic su Scrivi con l'IA, così come lo copia. Puoi usarli anche a mano: sostituisci quello che c'è tra parentesi quadre.

Rispondi una volta alle domande sulla tua azienda e Secuenza le usa per compilare ogni prompt, insieme al posto dell'email nella sequenza e, se chiedi di cambiare un'email, quell'email. Copi il prompt, lo incolli in ChatGPT, Claude, Gemini o Copilot e incolli la risposta in Secuenza, che la separa in oggetto, testo di anteprima e corpo. La guida Scrivere con l'IA lo spiega passo per passo.

Tutti chiedono la risposta con lo stesso formato e le stesse regole: testo semplice, niente maiuscole urlate né parole che fanno scattare i filtri, una sola chiamata all'azione, da 120 a 250 parole e nessun dato inventato. Le email di esempio scritte con questi prompt prendono meno di 2 punti al controllo antispam.

Versione del catalogo: 2026-10.

Scrivere questa email

Per scrivere un'email della sequenza secondo il suo posto: la prima ti presenta, quelle in mezzo portano qualcosa di nuovo e l'ultima saluta senza insistere.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un’altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all’azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Scrivi l’email 2 di una sequenza di 4. È un follow-up: non ripetere la precedente; porta qualcosa di nuovo (un esempio, un dato, un’idea).

Regole:
- Scrivi in italiano.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Tra 120 e 250 parole nel corpo.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Un solo invito all’azione, chiaro e semplice (per esempio, rispondere all’email).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all’invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient’altro:
OGGETTO: …
PREHEADER: …
CORPO:
…
```

Scrivere tutta la sequenza

Per scrivere in una volta da 3 a 5 email, con i giorni di attesa tra l’una e l’altra.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un’altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all’azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Scrivi una sequenza completa di 4 email per contatti che non hanno ancora risposto, con i giorni di attesa tra l’una e l’altra. Ogni email porta qualcosa di diverso e l’ultima si congeda senza insistere.

Regole:
- Scrivi in italiano.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Tra 120 e 250 parole nel corpo.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Un solo invito all’azione, chiaro e semplice (per esempio, rispondere all’email).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all’invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient’altro:
EMAIL 1
GIORNI: giorni di attesa prima della successiva (0 nell’ultima)
OGGETTO: …
PREHEADER: …
CORPO:
…

EMAIL 2
…
```

Dieci oggetti e testi di anteprima

Per provare altri oggetti: dieci, ognuno con il suo testo di anteprima.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un’altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all’azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Proponi dieci oggetti diversi, ognuno con il suo testo di anteprima (la riga visibile accanto all’oggetto), per l’email qui sotto. Che sembrino scritti da una persona, da 30 a 60 caratteri.

L’email:
OGGETTO: [L’oggetto dell’email]
CORPO:
[Il testo dell’email]

Regole:
- Scrivi in italiano.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all’invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient’altro:
1. OGGETTO: … | PREHEADER: …
2. OGGETTO: … | PREHEADER: …
…
```

Riscriverla perché non sembri spam

Per riscrivere un’email segnalata dal controllo antispam: il prompt contiene quello che ha trovato.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un’altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all’azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Riscrivi l’email qui sotto perché non sembri spam, senza cambiare ciò che offre. Correggi soprattutto ciò che ha trovato l’analizzatore.

Cosa ha trovato l’analizzatore antispam:
- [Quello che ha trovato il controllo antispam]

L’email:
OGGETTO: [L’oggetto dell’email]
CORPO:
[Il testo dell’email]

Regole:
- Scrivi in italiano.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Tra 120 e 250 parole nel corpo.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Un solo invito all’azione, chiaro e semplice (per esempio, rispondere all’email).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all’invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient’altro:
OGGETTO: …
PREHEADER: …
CORPO:
…
```

Tradurla in un’altra lingua

Per la versione in un’altra lingua di un’email, senza toccare i suoi campi personalizzati.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un’altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all’azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Traduci l’email qui sotto in inglese. Adatta il saluto, il congedo e le espressioni alle abitudini di quella lingua: che sembri scritta in quella lingua, non tradotta.

L’email:
OGGETTO: [L’oggetto dell’email]
CORPO:
[Il testo dell’email]

Regole:
- Scrivi in inglese.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Tra 120 e 250 parole nel corpo.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Un solo invito all’azione, chiaro e semplice (per esempio, rispondere all’email).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all’invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient’altro:
OGGETTO: …
PREHEADER: …
CORPO:
…
```

Renderla più breve

Per ridurre un'email all'essenziale: da 60 a 120 parole.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un'altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all'azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Riscrivi l'email qui sotto più breve, tenendo l'essenziale, senza cambiare ciò che offre.

L'email:
OGGETTO: [L'oggetto dell'email]
CORPO:
[Il testo dell'email]

Regole:
- Scrivi in italiano.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Tra 60 e 120 parole nel corpo.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Un solo invito all'azione, chiaro e semplice (per esempio, rispondere all'email).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all'invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient'altro:
OGGETTO: …
PREHEADER: …
CORPO:
…
```

Renderla più vicina

Perché suoni più vicina e naturale, senza cambiare quello che offre.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un’altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all’azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Riscrivi l’email qui sotto con un tono più vicino e naturale, senza cambiare ciò che offre.

L’email:
OGGETTO: [L’oggetto dell’email]
CORPO:
[Il testo dell’email]

Regole:
- Scrivi in italiano.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Tra 120 e 250 parole nel corpo.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Un solo invito all’azione, chiaro e semplice (per esempio, rispondere all’email).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all’invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient’altro:
OGGETTO: …
PREHEADER: …
CORPO:
…
```

Renderla più formale

Perché suoni più formale e professionale, senza cambiare quello che offre.

```
Sei un copywriter di email commerciali B2B. Scrivi come una persona che scrive a un’altra, non come una pubblicità, e le tue email arrivano nella posta in arrivo.

Su chi scrive:
- Azienda: [Il nome della tua azienda]
- Cosa offre: [Cosa vendi o il servizio che offri]
- A chi è rivolto: [A chi è rivolto]
- Tono: [Il tono: vicino, formale…]
- Obiettivo: [Cosa vuoi ottenere]
- Invito all’azione: [Cosa vuoi che faccia chi legge]

Compito:
Riscrivi l’email qui sotto con un tono più formale e professionale, senza cambiare ciò che offre.

L’email:
OGGETTO: [L’oggetto dell’email]
CORPO:
[Il testo dell’email]

Regole:
- Scrivi in italiano.
- Testo semplice: niente HTML, niente grassetti né asterischi, niente emoji.
- Tra 120 e 250 parole nel corpo.
- Niente maiuscole gridate, esclamazioni ripetute né parole tipiche dello spam (gratis, urgente, offerta limitata, clicca qui, garantito…).
- Un solo invito all’azione, chiaro e semplice (per esempio, rispondere all’email).
- Inizia con un saluto che usi {{Nome|alternativa}} e non cambiare nulla di ciò che è tra doppie graffe, come {{Azienda}}: si compila all’invio.
- Non inventare dati, clienti né cifre: se manca qualcosa, lascialo tra parentesi quadre, come [nome di un cliente].

Rispondi esattamente con questo formato e nient’altro:
OGGETTO: …
PREHEADER: …
CORPO:
…
```