LE PAROLE DEI CLIENTI: ESEMPIO COMPILATO

Un frantoio inventato raccoglie nove frasi dei suoi clienti da interviste, recensioni, forum, commenti e autocompletamento, e le mette accanto alle parole dei concorrenti. Frasi, conteggi e importanze sono d'esempio, non rilevati.

IL MERCATO E LA RACCOLTA

Azienda	Frantoio Le Querce (azienda, clienti e concorrenti inventati)
Prodotto o mercato	Olio extravergine venduto online in Italia e all'estero
Chi è il cliente	Famiglie che comprano per sé o da regalare; qualche ristorante
Interviste fatte	8
Data della raccolta	04/11/2026
Chi raccoglie	Responsabile vendite online

LE FRASI

N.	Frase esatta	Fonte	Bisogno riscritto	Livello	Volte	Importanza	Parole del concorrente
1	«Lo ordino da Torino per sentire il sapore di casa»	Mail o chat	Ritrovare da lontano il sapore che conosce	Primario	5	5	Nessun concorrente lo dice
2	«Non so mai quale scegliere fra fruttato leggero e intenso, prendo sempre lo stesso»	Intervista n. 3	Capire subito quale olio va con quale piatto	Primario	6	4	«Tre cultivar, un solo territorio»
3	«La latta era ammaccata e ho avuto paura che perdesse»	Recensione	L'olio arriva integro anche da lontano	Secondario	4	5	«Spedizione gratuita in 48 ore»
4	«olio extravergine da regalare a natale»	Autocompletamento	Un regalo che faccia bella figura	Primario	1		«Confezioni regalo»
5	«Quello in offerta al supermercato è davvero extravergine?»	Forum	Fidarsi di quello che c'è scritto in etichetta	Primario	3	5	«100% italiano»
6	«Avete la latta da 5 litri? In città non la trova nessuno»	Intervista n. 7	Fare la scorta una volta sola	Secondario	4	4	«Formato famiglia»
7	«Per il ristorante mi serve la fattura e ogni volta devo chiederla»	Reclamo	Comprare per il locale senza pratiche in più	Secondario	2	4	«Per i professionisti»
8	«Mia madre lo usava solo a crudo, io ci friggo pure: sbaglio?»	Commento social	Sapere come usarlo ogni giorno	Terziario	2	3	nessuna
9	«Il tappo antigoccia si è rotto subito»	Recensione	Versare senza sporcare	Terziario	3	2	nessuna

FRASI PER FONTE

Fonte	Frasi
Intervista	2
Recensione	2
Forum	1
Commento social	1
Autocompletamento	1
Reclamo	1
Mail o chat	1

LA LETTURA

La frase più ripetuta (quale olio scegliere, 6 volte) non è la più importante per chi compra. Il sapore di casa compare 5 volte, ha importanza 5 e nessun concorrente lo usa: è la prima ipotesi da scrivere in un titolo e da mettere alla prova, non un risultato.

La guida completa, con le fonti e le regole su recensioni e dati personali:
itria.io/capire-i-clienti-prima-di-scrivere

Foglio costruito da Itria su fonti pubbliche: la tabella della voce del cliente di ASQ, Griffin e Hauser (MIT, 1991), Christensen e altri (Harvard Business Review, 2016), il Digital Services Act (art. 39) e il GDPR (art. 4 e 14). La frequenza di una frase non dice quanto conta: l'importanza si chiede ai clienti.

Mattia Esposito lavora sul posizionamento delle aziende, con analisi di mercato per capire dove i concorrenti sono scoperti. Due righe su WhatsApp al 350 574 3578 o una mail a info@itria.io.