



FOCUS WEBINAR · 11 SETTEMBRE 2026 · H 14:30
SEI LENTI PER LEGGERE IL CICLO CHE SI APRE

La Mappa e la *Bussola*

Alessandra Salimbene

La Specialista del Marketing per l'Ottica



APERTURA

«Ad agosto ho rallentato e mi sono concentrata sullo *studio*. Non soltanto del nostro settore. Ma delle persone e dei cambiamenti in corso.»

IL PERCORSO DI OGGI

6

Le lenti

Cosa è cambiato nella testa
delle persone

5

La mappa

Dove il cambiamento arriva
dentro il centro ottico

3

La bussola

I criteri per decidere, a
ogni novità

LA TESI

Un *ciclo*, non una novità.

UNA NOVITÀ

cambiano gli strumenti che usiamo **noi**

UN CICLO

cambia il comportamento del **cliente**

PRIMA PARTE

Le sei *lenti*.

01 Le abitudini

dalla ricerca alla risposta

02 Il tempo

la percezione si accorcia

03 L'immagine

il vero diventa raro

04 I social

dalla portata alla fiducia

05 Il nostro paese

*il più vecchio d'Europa, a due
velocità*

06 I mercati

vince chi possiede la risposta

01

LENTE 1 • LE ABITUDINI

Dalla *ricerca* alla risposta.
Dalla scelta alla delega.

900 mln

utenti settimanali ChatGPT

16 mln

di italiani usano l'AI

14%

più ChatGPT che Google —
in tutte le generazioni

Non basta essere visibili.
Bisogna essere *citabili*.

02 LENTE 2 • IL TEMPO

2'30" → 47"

attenzione media davanti a
uno schermo,
2004 → oggi (Gloria Mark,
UC Irvine)

Il centro ottico è uno
degli ultimi *luoghi lenti*.

DUE TEMPI, DUE DIREZIONI

Il tempo burocratico

attesa · preventivo · richiamo · conferma

✚ *accorciarlo fino a farlo
sparire*

Il tempo di relazione

esame · consulenza · scelta
della montatura

✚ *allungarlo e renderlo
visibile*

03 LENTE 3 · L'IMMAGINE

Quando tutto può essere finto,
il *vero* diventa raro.

83%

ha visto video che sospettava
generati dall'AI

68%

preferisce video
con persone vere

36%

abbassa la fiducia nel brand
davanti a un video generato

04 LENTE 4 • I SOCIAL

Dalla portata alla *fiducia*.

Chi sei · perché tu · a chi parli

Le tre domande che vengono prima di «quale canale?»

Senza nome e senza logo,
si capisce che sei *tu*?

05 LENTE 5 • IL NOSTRO PAESE

Il mercato più *vecchio* d'Europa, a due velocità.

25,1%

di over 65

49,1

anni di età mediana

16 mln

di italiani usano l'AI

+2%

sell-out del canale
specializzato, 2025

06 LENTE 6 • I MERCATI

Dal possesso dell'attenzione al possesso della *risposta*.

«Un centro ottico che non è descritto in modo leggibile non è in svantaggio: è assente.»

SECONDA PARTE

La *mappa* del mercato.

LE ABITUDINI

dalla ricerca alla risposta

L'IMMAGINE

*tutto può essere finto,
il vero diventa raro*

I MERCATI

*vince chi possiede
la risposta*

IL TEMPO

*l'attenzione: da 2'30" a
47"*

I SOCIAL

dalla portata alla fiducia

IL NOSTRO PAESE

*due velocità,
uno stesso centro ottico*

IL CENTRO
OTTICO, OGGI



LA POSIZIONE
*leggibili alle macchine,
insostituibili dal vivo*



Alessandra Salimbene

LA MAPPA • 1 DI 5 • DALLE LENTI 1 E 5

Il nuovo CRM: non un archivio, una *memoria che decide.*

DA DOVE PARTIRE

Tre campi puliti per l'80% dei clienti attivi: **ultimo acquisto** • **tipo di prodotto** • **canale preferito**. Prima dei dati, nessuno strumento.

LA MAPPA • 2 DI 5 • DALLE LENTI 1, 3 E 6

L'AI, due facce: essere *letti*, poi usarla.

DA DOVE PARTIRE • STASERA, 5 MINUTI

Chiedi a ChatGPT: «*qual è il miglior ottico a [città] per [la cosa in cui sei più forte]?*» —
e leggi cosa risponde.

LA MAPPA • 3 DI 5 • DALLE LENTI 3 E 4

Social: una *voce*, non una presenza.

DA DOVE PARTIRE

Il test del logo sugli ultimi 12 contenuti, e **una frase scritta di posizionamento** —
prima di qualsiasi decisione sul canale.

Automazioni: non più brave, *costanti.*

DA DOVE PARTIRE

Una settimana di conteggio delle attività ripetitive, poi **una sola automatizzata**: la più frequente che non richiede giudizio.

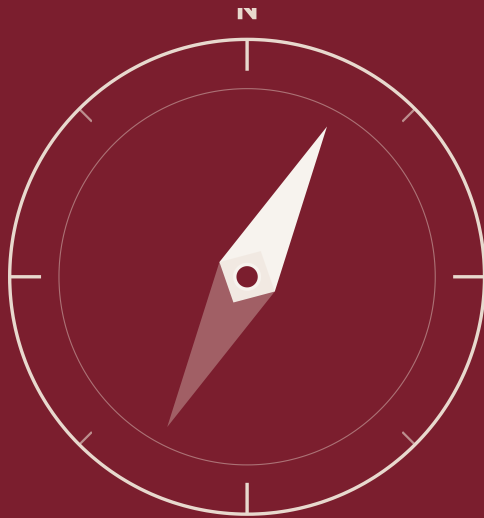
LA MAPPA • 5 DI 5 • DALLE LENTI 2, 3 E 5

Carta e presenza: non nostalgia, *posizione*.

DA DOVE PARTIRE

Una lettera, **firmata, senza offerta**, al segmento con più valore.

Misura quanti tornano entro 60 giorni.



LA BUSSOLA · TRE CRITERI

- 1** Alle macchine il ripetitivo e misurabile, alle persone ciò che deve essere *ricordato*.
- 2** Prima i *dati*, poi gli strumenti.
- 3** Moda o struttura: guarda il *cliente*, non lo strumento.

LA BUSSOLA • RIEPILOGO

Cinque strade, un primo passo ciascuna.

Il nuovo CRM

Tre campi puliti per l'80% dei clienti attivi

L'AI

Il test su ChatGPT: «il miglior ottico a [città]» — stasera, 5 minuti

I social

Il test del logo sugli ultimi 12 contenuti + una frase di posizionamento

Le automazioni

Una settimana di conteggio, poi una sola automazione

Carta e presenza

Una lettera, firmata, senza offerta — misurata a 60 giorni

Leggibili alle macchine. Insostituibili dal *vivo*.

Il link al replay arriverà a tutti gli iscritti entro lunedì.

Delle sei lenti, in quale avete riconosciuto un vostro cliente? Scrivetelo in chat.

Grazie.

Tutti gli aggiornamenti su
opticsandlove.it



Alessandra Salimbene