IA PER LA COMUNICAZIONE

Esercitazione svolta

Figma Make — dal brief al prototipo

Caso didattico: TERAMO FUTURE FEST



Prof.ssa Romina Eramo
Università degli Studi di Teramo
Dipartimento di Scienze della Comunicazione

1. Il brief

BRIEF

Prima di aprire Figma Make definiamo obiettivo, pubblico, contenuti e vincoli.

Obiettivo

Creare una landing page per promuovere il festival e portare l'utente alla registrazione.

Target

Giovani 20–35 anni, studenti, neolaureati e pubblico interessato a innovazione e sostenibilità.

Canale

Landing page responsive, fruibile da desktop e smartphone.

Contenuti essenziali

- Hero con titolo, data e CTA
- Programma / agenda
- Speaker e ospiti
- Perché partecipare
- FAQ essenziali
- CTA finale per la registrazione

Vincoli

- Palette: blu, verde, bianco
- Tone of voice contemporaneo e accessibile
- Nessun logo inventato
- CTA evidente
- Gerarchia chiara e leggibile
- Versione mobile coerente

2. Struttura della landing page

STRUTTURA

Trasformiamo il brief in una semplice architettura dei contenuti.

Hero

Titolo • data • promessa • CTA

Programma

Talk • workshop • laboratori

Speaker

Profili e ruoli principali

Perché partecipare

Benefici per il target

FAQ

Accesso • luogo • registrazione

CTA finale

Registrati / scopri il programma

Perché farlo prima?

Figma Make è più efficace quando l'AI riceve una struttura desiderata e non deve inventare contemporaneamente contenuti, gerarchia e interazioni.

3. Primo prompt

PROMPT 1

Un prompt sufficientemente strutturato per ottenere una prima versione utilizzabile.

PROMPT

Crea una landing page responsive per “TERAMO FUTURE FEST”, festival universitario dedicato a innovazione e sostenibilità.

Target: 20–35 anni. Tone of voice contemporaneo, accessibile e professionale.
Palette: blu, verde e bianco.

Struttura: hero con titolo, data 20–21 novembre 2026 e CTA “Registrati”; programma; speaker; sezione “Perché partecipare”; FAQ; CTA finale.

Usa una gerarchia tipografica chiara, ampio spazio bianco e card leggere. Non inventare loghi. Genera una versione desktop responsive.

Perché funziona
Definisce scopo e target.

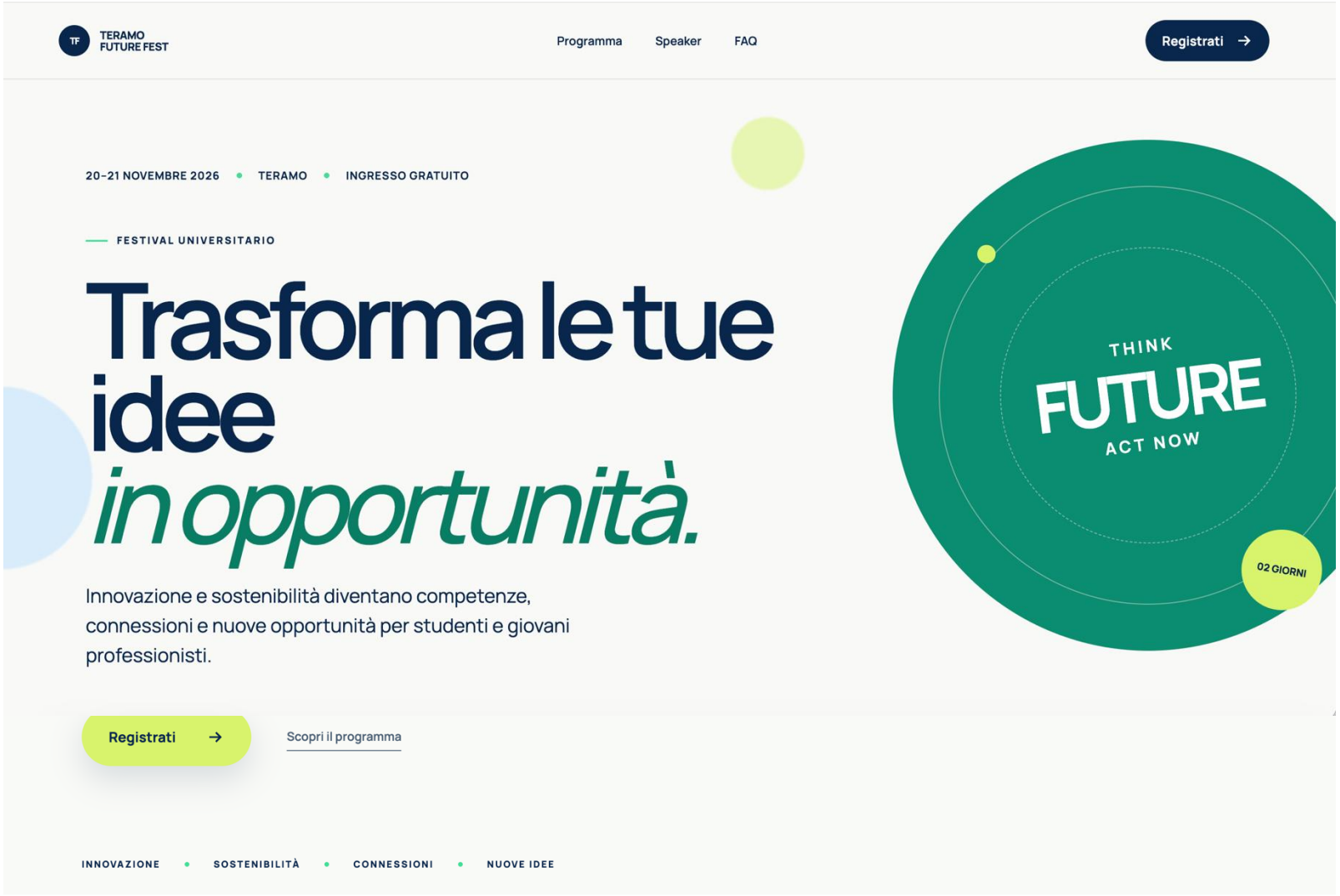
Controllo
Specifica sezioni e vincoli.

Non è ancora “perfetto”
Serve una prima base da valutare.

4. Prima generazione

VERSIONE 1

Risultato iniziale: struttura corretta, ma il messaggio e la conversione sono ancora deboli.



Cosa funziona

- Struttura completa
- Palette coerente

Problemi

- Hero poco distintiva
- CTA non abbastanza dominante
- Beneficio per il target poco esplicito

Decisione

Non rigeneriamo da zero: lavoriamo sulla versione esistente.

5. Valutazione della Versione 1

VALUTAZIONE

Prima di chiedere modifiche, definiamo criteri e punteggi.

Aderenza al brief	**4/5**	Tutte le sezioni richieste sono presenti.
Chiarezza del messaggio	**3/5**	La promessa di valore è generica.
Gerarchia / CTA	**2/5**	La CTA non emerge abbastanza.
Brand fit	**4/5**	Palette e tono sono coerenti.
Usabilità	**4/5**	Struttura semplice e navigabile.
Responsive readiness	**3/5**	Da verificare su smartphone.

Priorità di intervento: hero + CTA + beneficio per il target.

6. Secondo prompt: migliorare la hero

PROMPT 2

Prompt di modifica: conservare la pagina, intervenire solo dove serve.

PROMPT

Mantieni la struttura della pagina. Migliora solo la hero e la gerarchia della CTA.

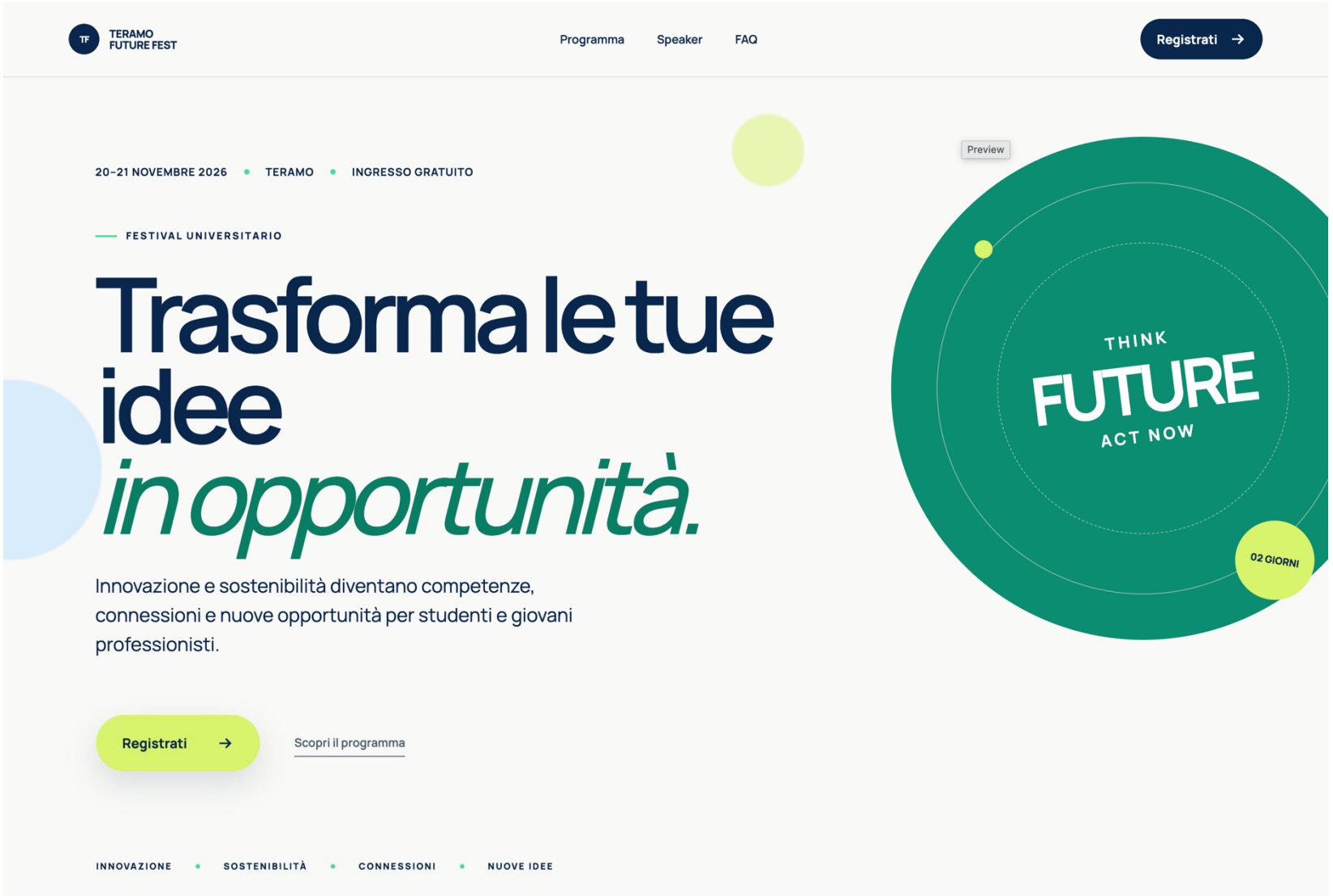
• Rendi il titolo più orientato al beneficio per il target.
• Aggiungi una breve frase che colleghi innovazione, sostenibilità e opportunità per studenti e giovani professionisti.
• Rendi il pulsante “Registrati” l’elemento di azione principale.
• Lascia più spazio bianco attorno alla CTA.
• Mantieni palette, sezioni e stile generale invariati.

Buona pratica: specificare anche ciò che NON deve cambiare. In questo modo l’iterazione resta controllata.

7. Versione 2

VERSIONE 2

La stessa pagina, ma con una hero più orientata alla comunicazione e alla conversione.



Migliorato
CTA più visibile e messaggio più netto.

Da verificare
Comportamento e gerarchia su mobile.

Prossimo passo
Testare e correggere la versione mobile.

8. Terzo prompt: adattamento mobile

PROMPT 3

La responsività diventa un requisito esplicito, non un dettaglio tecnico.

PROMPT

Ottimizza la landing page per smartphone mantenendo contenuti, palette e stile.

Nella hero mobile:
- mantieni titolo e data visibili senza scroll;
- posiziona la CTA principale subito sotto il testo;
- riduci gli elementi decorativi;
- usa una colonna unica;
- rendi le card più compatte e facilmente scansionabili.

Verifica che la navigazione resti semplice e che nessun testo risulti troppo piccolo.

Obiettivo

Ridurre attrito e densità.

Regola

Una colonna + CTA alta.

Verifica

Leggibilità e tap target.

9. Versione mobile

MOBILE

La stessa identità visuale viene ricomposta per un uso verticale e rapido.





Cosa cambia

La gerarchia diventa verticale: titolo → beneficio → CTA → contenuti.

Cosa resta invariato

Palette, tono, contenuti e struttura informativa.

Cosa controllare

Lunghezza dei testi, dimensione dei pulsanti, distanza tra sezioni e leggibilità.

10. Aggiungere interazioni

INTERAZIONI

Dal layout statico al prototipo: definiamo cosa deve succedere quando l’utente agisce.

CTA “Registrati”	→ apre il form / sezione registrazione
Programma	→ filtra talk, workshop e laboratori
Speaker	→ apre una scheda sintetica
FAQ	→ accordion espandibile
Navigazione	→ scroll verso la sezione scelta

Prompt di iterazione

“Aggiungi queste interazioni senza cambiare il layout visuale. Verifica che ogni CTA abbia un comportamento coerente.”

11. Correzioni mirate senza riscrivere tutto

EDITING

In Figma Make possiamo intervenire sulla preview con selezione, proprietà e annotazioni.

Select / Edit

Selezionare un elemento della preview e modificare proprietà come colore, padding, testo e spacing.

Annotate

Indicare direttamente sulla preview dove intervenire e aggiungere istruzioni puntuali.

Prompt

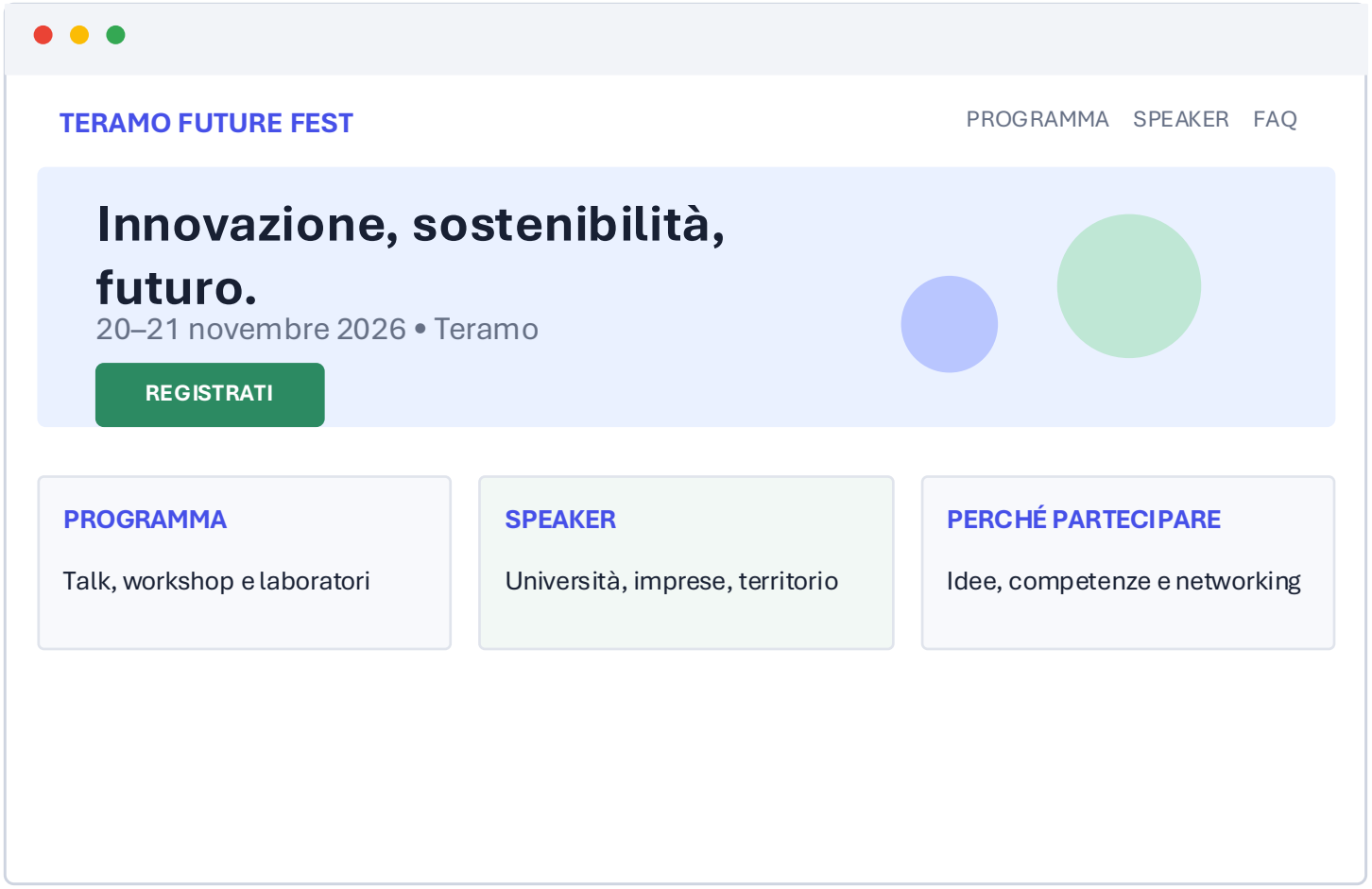
Continuare la conversazione per modifiche trasversali o comportamenti più complessi.

Esempio: selezionare il pulsante “Registrati” → aumentare contrasto e padding → verificare subito nella preview.

12. Prototipo finale

FINALE

Il risultato non è una singola “generazione”, ma l’esito di una sequenza documentata di decisioni.



Checklist finale

- Messaggio chiaro
- CTA evidente
- Struttura completa
- Interazioni coerenti
- Versione mobile
- Palette e tono coerenti
- Nessun contenuto inventato

ESITO **Pronto per test con utenti / revisione docente.**

13. Cosa documentare nell’esercitazione

DELIVERABLE

Il valore non è soltanto il risultato finale, ma il processo che ha portato alla soluzione.

Brief iniziale

obiettivo, target, canale, vincoli

Prompt 1

prima generazione

Valutazione V1

criteri e problemi individuati

Prompt 2–3

iterazioni e motivazioni

Prototype finale

desktop + mobile + interazioni

Riflessione critica

cosa ha funzionato / cosa resta umano

Conservare anche versioni intermedie e prompt scartati: rendono visibile il processo di progettazione.

14. Cosa impariamo dall’esercitazione

TAKEAWAY

Figma Make come laboratorio di progettazione assistita, non come scorciatoia automatica.

1. Brief prima del prompt

La qualità dell’output dipende dalla chiarezza del problema e dai criteri con cui verrà valutato.

2. Iterare, non rigenerare

Le modifiche successive sono più controllabili quando preserviamo ciò che già funziona.

3. Human-in-the-loop

Messaggio, brand, accuratezza, accessibilità e pubblicazione restano responsabilità umane.

Workflow finale

Brief → Prompt → Preview → Evaluate → Edit → Test → Documenta

Il prototipo è un mezzo per ragionare meglio sul progetto di comunicazione.