**Come fare ricerche di mercato sul web con Gemini Deep Research**

**Indice**

[Introduzione 1](#_Toc1385059950)

[Fase 1: Preparazione e Strategia 1](#_Toc303801615)

[Fase 2: Prompting Efficace per la Ricerca Web 2](#_Toc987948390)

[Fase 3: Sfruttare la Sintesi e il Ragionamento di Gemini 3](#_Toc561332046)

[Fase 4: Validazione Critica (Indispensabile) 3](#_Toc1002129867)

[In sintesi 3](#_Toc917281965)

# Introduzione

È importante chiarire una cosa: il termine "Deep Research" associato a Gemini 1.5 Pro si riferisce principalmente alla sua capacità di analizzare enormi quantità di *dati forniti* (come caricare un libro intero o molti documenti). Quando si tratta di ricerche sul web, la "profondità" deriva più dalla sua capacità di:

1. **Eseguire ricerche web integrate**: Trovare informazioni pertinenti da fonti online pubbliche.
2. **Sintetizzare i risultati**: Riassumere e collegare informazioni provenienti da *diverse* pagine web trovate.
3. **Ragionare sui risultati**: Estrarre conclusioni o identificare pattern basandosi sulle informazioni raccolte dal web.
4. **Mantenere il contesto**: Ricordare le informazioni trovate in precedenza nella conversazione per costruire una comprensione più complessa.

Ecco come puoi utilizzare Gemini per ricerche di mercato *basate sul web*, sfruttando queste capacità:

Fase 1: Preparazione e Strategia

1. **Definisci Obiettivi Specifici:** Cosa vuoi scoprire? Sii preciso.
	* *Esempio vago:* "Parlami del mercato X."
	* *Esempio specifico:* "Qual è la dimensione stimata del mercato degli scooter elettrici condivisi a Roma e Milano nel 2023? Quali sono i 3 principali operatori attivi in queste città secondo fonti recenti?"
2. **Identifica le Parole Chiave:** Pensa ai termini che useresti tu stesso su Google (es. "mercato pet food Italia crescita", "analisi concorrenza software CRM PMI", "tendenze packaging sostenibile 2024").
3. **Pianifica le Domande:** Struttura la tua ricerca. Potresti iniziare con domande generali e poi approfondire con domande più specifiche basate sulle prime risposte.

# Fase 2: Prompting Efficace per la Ricerca Web

1. **Sii Esplicito sulla Ricerca Web:** Inizia il prompt indicando che desideri informazioni *dal web* o *online*.
	* "Cerca online..."
	* "Basandoti su informazioni disponibili pubblicamente sul web..."
	* "Trova dati recenti da fonti online su..."
2. **Formula Domande Mirate:**
	* **Dimensioni e Crescita del Mercato:** "Cerca online stime recenti (ultimi 1-2 anni) sulla dimensione del mercato [Nome Mercato Specifico, es. 'del caffè in capsule compostabili'] in [Area Geografica, es. 'Europa'] e il suo tasso di crescita previsto (CAGR)."
	* **Identificazione Concorrenti:** "Identifica i principali concorrenti nel settore [Nome Settore] che operano in [Area Geografica] basandoti sui loro siti web o menzioni in notizie recenti."
	* **Analisi Concorrenti (Superficiale):** "Basandoti sul sito web di [Nome Concorrente], riassumi la loro principale proposta di valore e i segmenti di clientela a cui si rivolgono." (Ripeti per più concorrenti).
	* **Tendenze di Settore:** "Quali sono le 3 principali tendenze discusse online (blog di settore, notizie) riguardo a [Nome Settore, es. 'turismo esperienziale'] nel 2023/2024?"
	* **Bisogni/Pain Points dei Clienti:** "Cerca discussioni su forum, social media o recensioni online riguardanti i problemi più comuni che gli utenti riscontrano con [Tipo di Prodotto/Servizio, es. 'software di project management per freelance']."
	* **Normative:** "Riassumi le principali normative menzionate online relative a [Aspetto Specifico, es. 'sicurezza alimentare per dark kitchen'] in [Paese/Regione]."
	* **Strategie di Prezzo:** "Trova esempi online di modelli di prezzo utilizzati da aziende che offrono [Servizio Simile, es. 'corsi di lingua online personalizzati']."
3. **Chiedi Fonti:** **Questo è cruciale.** Chiedi sempre a Gemini di fornire i link alle fonti da cui ha tratto le informazioni.
	* "...e fornisci i link alle fonti utilizzate."
	* "Da quali siti web hai preso queste informazioni?"
4. **Utilizza Prompt Iterativi:**
	* Se una risposta è troppo generica, chiedi di approfondire: "Puoi fornire più dettagli sulla tendenza [Nome Tendenza] che hai menzionato?"
	* Se trovi un concorrente interessante: "Cerca recensioni online dei clienti per [Nome Concorrente]."
	* Chiedi confronti: "Basandoti sulle informazioni trovate sui siti di [Concorrente A] e [Concorrente B], quali sono le principali differenze nella loro offerta?"

# Fase 3: Sfruttare la Sintesi e il Ragionamento di Gemini

1. **Chiedi Riassunti:** "Riassumi i 5 punti chiave emersi dalla ricerca sul mercato X."
2. **Identifica Pattern:** "Ci sono temi o bisogni ricorrenti menzionati nelle discussioni online sui clienti che hai trovato?"
3. **Confronta Informazioni:** "Confronta le stime sulla dimensione del mercato trovate da [Fonte 1] e [Fonte 2] (se ha fornito fonti diverse)."
4. **Crea Output Strutturati:** "Presenta i concorrenti identificati e i loro punti di forza principali in una tabella."

# Fase 4: Validazione Critica (Indispensabile)

1. **Controlla le Fonti:** Clicca sui link forniti. Sono fonti affidabili? (Es. siti istituzionali, testate giornalistiche note, report di aziende credibili, blog di settore riconosciuti vs. forum anonimi, siti promozionali). Sono aggiornate?
2. **Valuta la Qualità dell'Informazione:** Le informazioni trovate sono superficiali o approfondite? Sono dati fattuali o opinioni/pubblicità?
3. **Identifica i Limiti:** Riconosci che Gemini **non può accedere a contenuti dietro paywall**. La maggior parte delle ricerche di mercato *veramente approfondite* (report dettagliati di analisti, database specifici) non sono liberamente disponibili sul web. Ciò che troverà saranno informazioni pubbliche.
4. **Sii Consapevole del Bias:** Le informazioni online possono essere incomplete, datate o orientate a promuovere un certo punto di vista. Gemini riporta ciò che trova, non necessariamente la "verità" oggettiva.
5. **Non Sostituire il Giudizio Umano:** Usa Gemini come un potentissimo assistente per *accelerare* la raccolta e la sintesi di informazioni *pubbliche*. L'interpretazione strategica, la valutazione della qualità delle fonti e le decisioni finali spettano a te.

# In sintesi

Per usare Gemini per ricerche di mercato basate sul web:

1. Sii **estremamente specifico** nelle tue domande.
2. Chiedi esplicitamente di **cercare online**.
3. **Richiedi sempre le fonti** e verificale attentamente.
4. Sfrutta la sua capacità di **sintetizzare e confrontare** informazioni da diverse pagine web.
5. Sii consapevole che accederà solo a **informazioni pubbliche** e che la **validazione umana è fondamentale**.

Consideralo uno strumento per ottenere rapidamente una **panoramica iniziale**, identificare **attori e tendenze principali**, e raccogliere **informazioni di base**, ma non come sostituto di analisi di mercato professionali o accesso a dati proprietari.

Fonte: Gemini 2.0 Flash Thinking Experimental 03-25, elaborato il 29 marzo 2025