
MADE
Competence Center I4.0

Scenari, applicazioni e impatti dell'AI nell'ambito business development e marketing

Chi sono?



Francesco Cavestro

AI Consultant in Sharazad srl, partner MADE Competence Center

Sharazad aiuta le aziende a integrare l'intelligenza artificiale nei processi, nella comunicazione e nella strategia.

Progetta soluzioni AI e percorsi di formazione per PMI e grandi imprese.

Tre passaggi in un'ora

01

L'AI generativa come general purpose technology

Perché non è uno strumento come gli altri

02

Dall'implementare all'ideare casi d'uso

Il ruolo di chi conosce il business

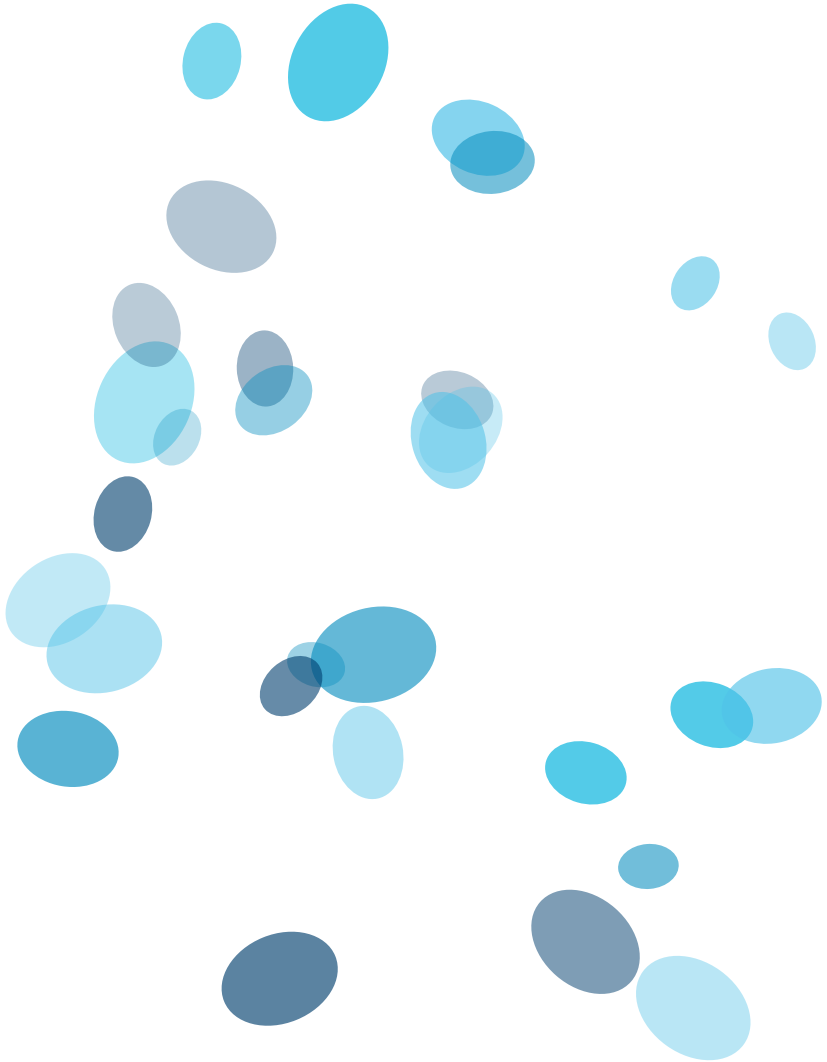
03

Cinque casi d'uso

Modellazione, concorrenza, marketing intelligence, mercati, segmenti

01

L'AI generativa come general purpose technology



Cosa significa GPT?

IN CHATGPT….

Generative Pre-trained Transformer

È il **motore** della macchina: l'architettura del modello linguistico.

Cosa significa GPT?

IN CHATGPT….

Generative Pre-trained Transformer

È il **motore** della macchina: l'architettura del modello linguistico.

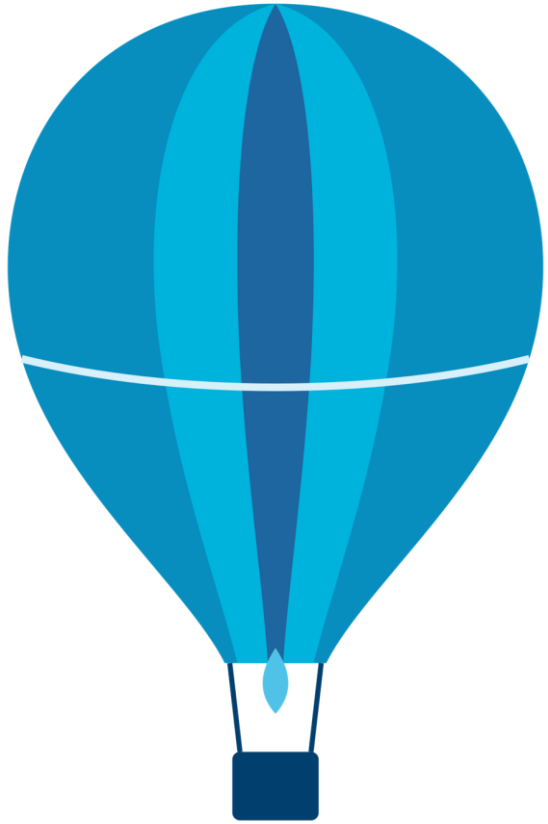
in INNOVATION MANAGEMENT

General Purpose Technology

Una tecnologia per scopi generici, come il **fuoco** o l'**elettricità**: il suo valore dipende dagli usi che sapremo inventare.

Il fuoco e la mongolfiera

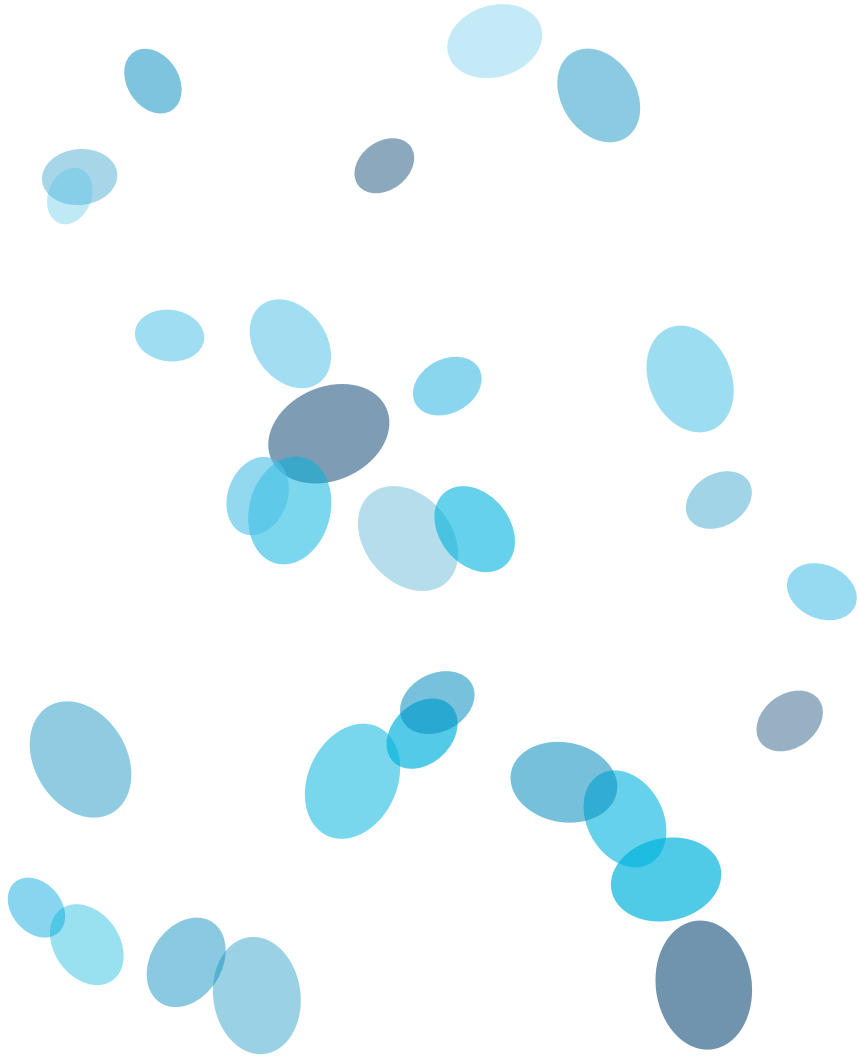
Chi ha scoperto il fuoco non poteva immaginare che lo avremmo usato per far volare una mongolfiera.



Le tecnologie generali non arrivano con le istruzioni d'uso: gli usi più rilevanti li scopre chi le applica al proprio lavoro.

02

Dall'implementare all'ideare casi d'uso



Il nostro ruolo

Quando ci troviamo di fronte a un GPT, il ruolo di ciascuno **non è quello di "implementare", "applicare" o "eseguire"**, ma di **ideare casi d'uso**.



Tre tipi di casi d'uso

1. Produttività individuale

Spesso collegato all'uso individuale di strumenti generici.



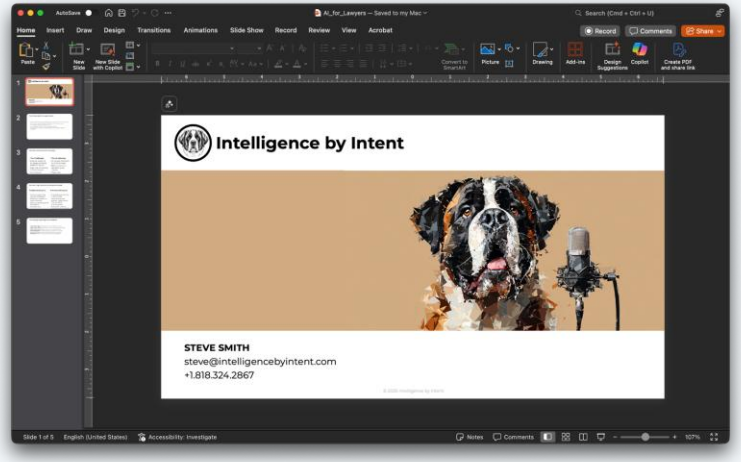
Presentazioni con slide automatiche

CHALLENGE

Molti ruoli nei settori delle vendite, del marketing e tecnico richiedono la **creazione di report e presentazioni** che traducano concetti complessi in documenti concisi e comprensibili.

SOLUTION

Copilot in PowerPoint opera oggi in **Agent Mode**: genera e riallinea interi deck attingendo a SharePoint, OneDrive, email e riunioni Teams, rispettando template e branding aziendale. Strumenti verticali come **Gamma** (oltre 70 milioni di utenti, ora con agente AI e API per generare presentazioni in automatico) e l'**add-in Claude per PowerPoint** consentono di **velocizzare la produzione dei report e migliorarne la qualità e la chiarezza**, partendo da un semplice prompt o da documenti esistenti.



Copilot · Gamma · Claude · presentations.AI

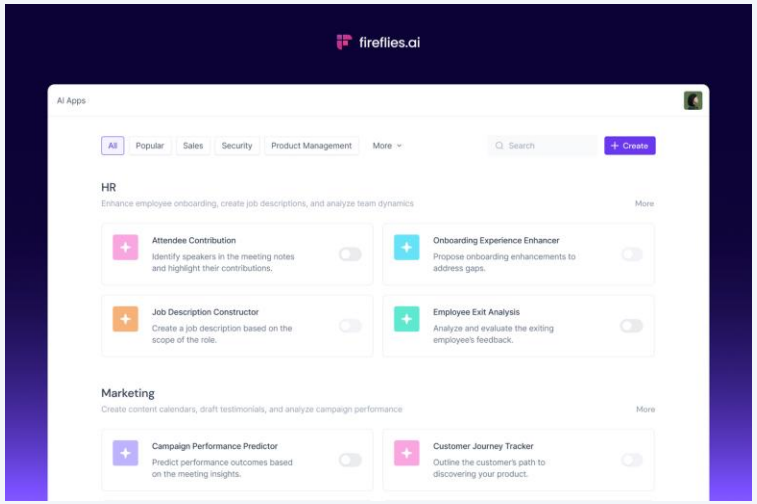
Sintesi delle riunioni e recupero delle informazioni

CHALLENGE

Gli incontri con clienti, fornitori o colleghi richiedono **molto tempo** e spesso le decisioni prese **non vengono archiviate e recuperate** in modo efficiente ed efficace.

SOLUTION

Gli assistenti AI per le riunioni sono diventati **agenti che operano in tempo reale**: il Facilitator di Teams gestisce agenda, note e action item durante l'incontro, mentre strumenti verticali come **Fireflies**, **Granola** e **Read AI** permettono di **produrre sintesi immediate e interrogare l'intero archivio delle riunioni**, collegando le decisioni a email, chat e documenti correlati... una vera memoria aziendale consultabile.



Microsoft Teams granola Read AI Fireflies

Ricerca approfondita e sintesi delle fonti

CHALLENGE

Documentarsi su un tema (mercato, normativa, concorrenti) richiede **molte ore di lettura** e le fonti consultate **restano sparse e difficili da citare** nei documenti di lavoro.

SOLUTION

Gli agenti di **Deep Research** conducono in autonomia ricerche multi-step sul web e restituiscono **report strutturati con fonti citate e verificabili**, dimezzando i tempi di sintesi e ampliando la copertura delle fonti.



ChatGPT	Gemini	Perplexity	Claude
Deep Research	Deep Research	Research	Research

Dialogo con i propri documenti

CHALLENGE

Contratti, PDF tecnici e report di decine di pagine vengono **letti superficialmente** per mancanza di tempo e **le informazioni chiave si perdono** proprio quando servono.

SOLUTION

Caricando i documenti è possibile **interrogarli in linguaggio naturale**, con risposte ancorate ai passaggi originali. NotebookLM genera anche **sintesi audio in stile podcast** per assimilare un dossier in mobilità.



N	C	C	A
NotebookLM	**Claude**	**ChatGPT**	**Acrobat AI**
Google	Projects	File upload	Adobe

Email e comunicazione scritta

CHALLENGE

La casella di posta **consuma ore ogni giorno**: thread lunghi da ricostruire, risposte da calibrare per ogni interlocutore e **priorità che si perdono** nel volume.

SOLUTION

Gli assistenti integrati nel client di posta **riassumono i thread, generano bozze nel tono giusto** e fanno **triage delle priorità**: il compito che più persone vorrebbero delegare all'AI.



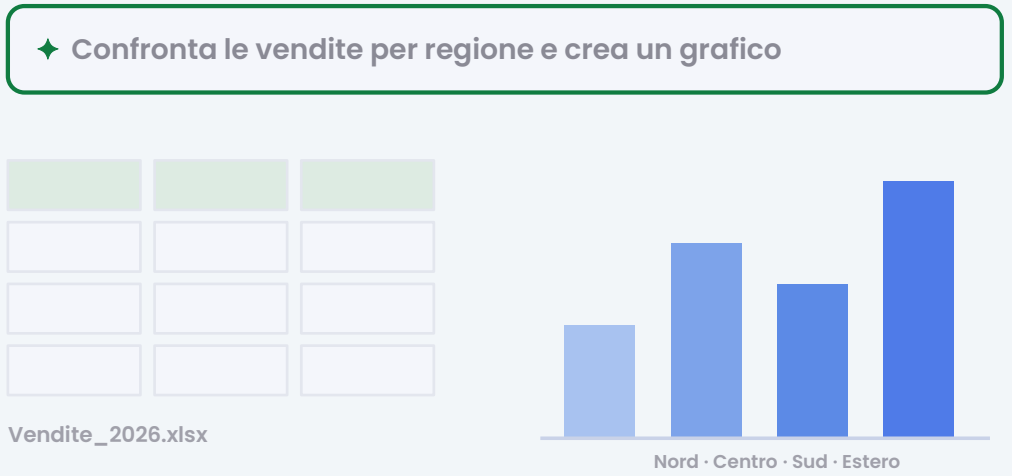
Analisi dei dati per non analisti

CHALLENGE

Chi non padroneggia formule e tabelle pivot **dipende dai colleghi tecnici** anche per semplici domande sui dati, con **attese che rallentano le decisioni**.

SOLUTION

L'analisi avviene **in linguaggio naturale dentro il foglio di calcolo**: l'Agent Mode di Excel e Claude in Excel costruiscono **modelli, formule e grafici** a partire da un semplice prompt.



Copilot Excel

Claude in Excel

Gemini Sheets

Julius AI Analysis

Dettatura e cattura del pensiero a voce

CHALLENGE

Scrivere è lento e le idee migliori arrivano quando non si può digitare: in viaggio, tra una riunione e l'altra… e spesso **vanno perse**.

SOLUTION

La nuova generazione di **voice-to-text** trasforma il parlato in **testo pulito e formattato**, pronto per email e documenti: dettare è tre o quattro volte più veloce della tastiera.



W	S	V	A
Wispr Flow	**Superwhisper**	**Voicenotes**	**Aqua Voice**
Dictation	macOS / iOS	Note vocali	Dictation

Micro-automazioni personali senza codice

CHALLENGE

Ognuno ha compiti ripetitivi **troppo piccoli per giustificare un progetto IT**: report periodici, copia-incolla tra applicazioni, controlli di routine che **consumano attenzione**.

SOLUTION

Gli agenti che operano su file e browser permettono di costruirsi **automazioni su misura descrivendole a parole** — il cosiddetto "vibe working" — **senza scrivere una riga di codice**.

✦ Ogni venerdì raccogli i KPI dal gestionale e prepara il riepilogo per il team

- ✓ Estrazione dati dal gestionale
- ✓ Calcolo KPI e confronto con la settimana precedente
- ✓ Riepilogo inviato al canale del team

Completato in 3 min

Automazioni descritte a parole, eseguite dall'agente

Claude	ChatGPT	Zapier	Manus
Cowork	Agent	Agents	Agent

2. Produttività e qualità dei processi

In questi casi è necessaria un'analisi più dettagliata del processo, insieme a un'ottimizzazione che non si limiti a massimizzare il risultato locale.



Inserimento automatico degli ordini

CHALLENGE

Gli ordini dei clienti arrivano in formati diversi (PDF, e-mail, scansioni), rendendo **l'inserimento manuale nell'ERP lento, costoso e soggetto a errori.**

SOLUTION

Le piattaforme di **order automation** leggono e-mail e allegati non strutturati: i dati vengono **estratti, convalidati con le regole di business e inseriti nell'ERP senza intervento umano**, con integrazioni native verso i principali gestionali.



C	E	R	A
Conexiom	**Esker**	**Rossum**	**ABBYY**
Order autom.	Order Mgmt	Documents	Vantage

Prenotazioni di appuntamenti nel calendario

CHALLENGE

In molte organizzazioni (cliniche, studi, servizi) la **gestione degli appuntamenti** pesa sulla produttività e richiede il **coordinamento di più parti**: clienti, professionisti, sale e attrezzature.

SOLUTION

Gli **agenti vocali e in chat** rispondono 24 ore su 24, **prenotano e spostano appuntamenti in conversazione naturale** e scrivono direttamente su calendari e gestionali, gestendo in autonomia gran parte delle chiamate di front-desk.



Retell AI	Vocca	n8n	Zapier
Voice agents	Cliniche	Orchestraz.	Agents

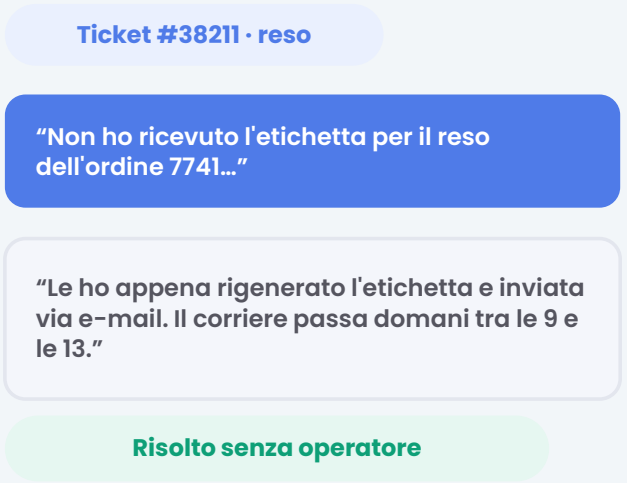
Assistenza clienti con agenti AI

CHALLENGE

I team di supporto sono **saturati da richieste ripetitive**: code che si allungano, **tempi di risposta lunghi** e soddisfazione dei clienti che si erode.

SOLUTION

Gli agenti AI **risolvono in autonomia le richieste di primo livello** — deflection mediana del 41%, con punte vicine al 60% — e passano all'operatore solo i casi complessi, a **una frazione del costo per ticket**.



41%
deflection mediana primo livello

$0,62
per risoluzione AI (vs $7,40 operatore)

Fin	Zendesk AI	Agentforce	Ada
Intercom	Agents	Salesforce	CX agents

Ciclo passivo: fatture fornitori

CHALLENGE

Registrazione delle fatture, **riconciliazione a tre vie e approvazioni manuali** rendono il ciclo passivo **lento, costoso e vulnerabile a errori e frodi.**

SOLUTION

L'automazione AI estrae i dati, **riconcilia fattura, ordine e bolla** e gestisce le eccezioni in autonomia: **costi di elaborazione dimezzati e tempi ridotti del 75%**, con controlli antifrode continui.



B	T	O	A
Basware	**Tipalti**	**Ottimate**	**ApprovalMax**
AP autom.	Payables	AP agents	Approvazioni

Recruiting e screening dei candidati

CHALLENGE

Centinaia di candidature per posizione, **screening incoerente** tra recruiter e **candidati migliori che si perdono** per tempi di risposta troppo lunghi.

SOLUTION

Gli assistenti AI fanno **screening strutturato dei CV**, rispondono alle domande dei candidati e **fissano i colloqui in autonomia**, mentre le piattaforme di talent intelligence individuano anche i candidati passivi.



P	H	L	W
Paradox	**HireVue**	**LinkedIn**	**Workday**
Olivia	Screening	Hiring Assist.	HiredScore

Revisione e ciclo di vita dei contratti

CHALLENGE

Contratti negoziati via e-mail, **clausole non standard che sfuggono alla revisione**, scadenze e **rinnovi non presidiati**.

SOLUTION

L'AI confronta ogni contratto con il **playbook aziendale**: estrae obblighi e scadenze, segnala le deviazioni e **approva in autonomia i documenti standard**, riservando al legale solo i casi a rischio.



I	H	S	D
Ironclad	**Harvey**	**Spellbook**	**DocuSign**
CLM	Legal AI	Drafting	IAM

Procurement e gestione dei fornitori

CHALLENGE

Richieste d'acquisto disperse tra e-mail e moduli, **vetting dei fornitori lento** e **spesa che sfugge al controllo** del procurement.

SOLUTION

Gli agenti gestiscono l'intero flusso **intake-to-pay**: instradano le richieste, verificano i fornitori, generano RFP e **monitorano in continuo salute finanziaria e rischio** dei partner.

✦ Richiesta: 40 licenze software BI · budget € 18.000

- ✓ Vetting fornitore e verifica compliance
- ✓ Confronto preventivi e benchmark di prezzo
- → Approvazione budget instradata al CFO

Rischio fornitori monitorato 24/7

Spesa visibile e sotto controllo, dall'intake al pagamento

Zip	Ivalua	Sievo	SAP Ariba
Intake-to-pay	Source-to-pay	Spend analytics	Procurement

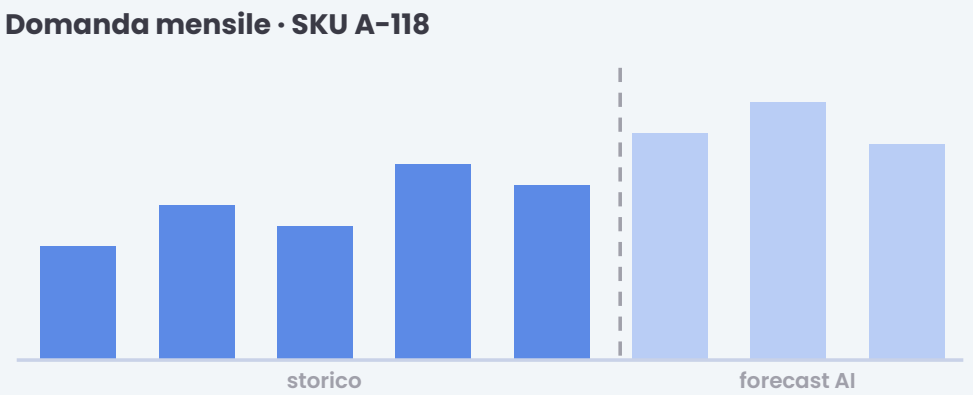
Previsione della domanda e delle scorte

CHALLENGE

Previsioni costruite su storici e fogli di calcolo generano **rotture di stock** da un lato e **capitale immobilizzato in magazzino** dall'altro.

SOLUTION

Il **forecasting AI** incrocia stagionalità, segnali di mercato e variabilità dei lead time, **aggiornando in continuo piani di domanda e scorte** e proponendo riordini automatici.



Piani aggiornati in continuo, non a fine trimestre

Blue Yonder	o9 Solutions	Kinaxis	SAP IBP
Supply chain	Planning	Maestro	Planning

3. Impatto sul modello di business

Si tratta di casi in cui l'IA consente lo sviluppo di nuovi servizi o prodotti in grado di influire sul modello di business dell'azienda.



Dal canone al risultato: outcome-based pricing

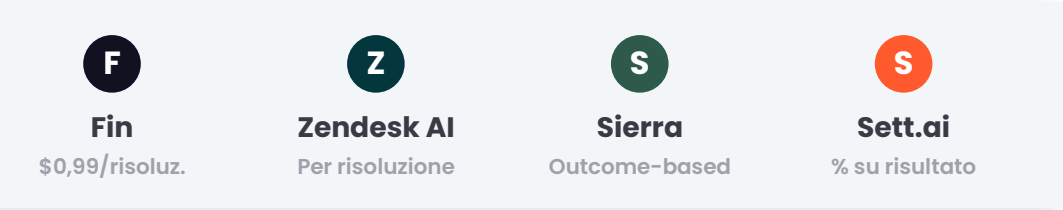
CHALLENGE

Il cliente paga licenze e ore-uomo **a prescindere dal valore ricevuto**: il prezzo non racconta più il servizio e ogni rinnovo diventa una **trattativa al ribasso**.

SOLUTION

Gli agenti AI rendono il risultato misurabile… e **il risultato diventa l'unità di prezzo: si fattura la risoluzione completata, non la postazione**, con ricavi allineati al valore e che crescono con l'uso.





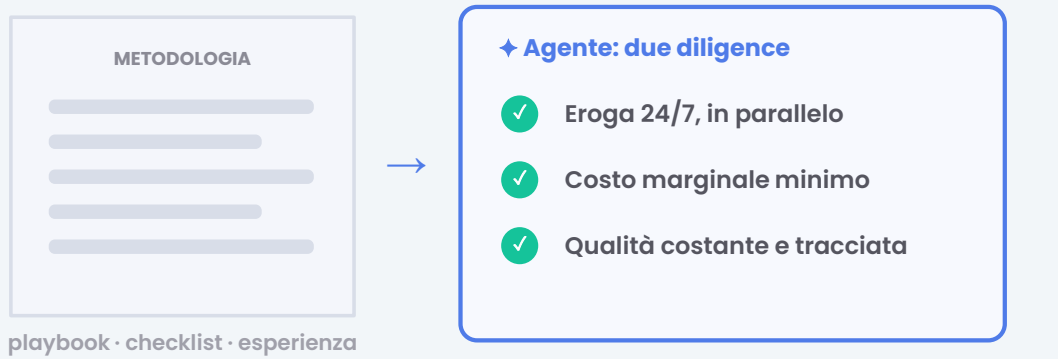
Service-as-Software: l'expertise diventa prodotto

CHALLENGE

Le società di servizi professionali **scalano solo assumendo**: il fatturato resta incatenato alle ore e **il know-how vive nelle teste delle persone**.

SOLUTION

Il know-how viene **codificato in agenti e venduto come prodotto**: margini software su un mercato — quello dei servizi — molto più grande di quello delle licenze. È il modello **service-as-software**.



H	C	M	N
Harvey	**Crosby**	**Mech. Orchard**	**Tacota Ai**
Legal	Contratti	Modernizz. IT	Knowledge

Agentic commerce: vendere agli agenti

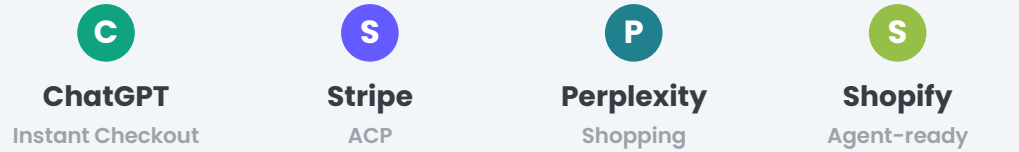
CHALLENGE

I clienti delegano ricerca e acquisto ad assistenti AI: **chi non è leggibile e acquistabile dagli agenti** sparisce dallo **scaffale digitale**.

SOLUTION

Cataloghi e checkout esposti **come API verso i canali agentici** — Instant Checkout in ChatGPT, Agentic Commerce Protocol — e contenuti **ottimizzati per gli agenti (AEO)** come ieri per Google.





Servitization: dal prodotto all'esito garantito

CHALLENGE

Vendere il macchinario una tantum sposta il valore su ricambi e assistenza, mentre il cliente vorrebbe comprare **disponibilità, non CapEx.**

SOLUTION

La manutenzione predittiva AI rende **l'uptime prevedibile e quindi assicurabile**: il produttore vende **ore di funzionamento garantite** (equipment-as-a-service), con ricavi ricorrenti e relazione continua con il cliente.

Compressore C-12 · sensori attivi

99,2%

uptime garantito da contratto

- ✓ Guasto previsto e pianificato
- ✓ Ricambio spedito in anticipo
- ✓ Zero ore di fermo macchina

€ / ora d'uso

Dal CapEx al pay-per-use

Ricavi ricorrenti per il produttore, rischio ridotto per il cliente

R	K	A	S
Rolls-Royce	**Kaeser**	**ABB**	**Siemens**
TotalCare	Air-as-a-service	Motion services	Senseye

Iper-personalizzazione come proposta di valore

CHALLENGE

Il prodotto standard **compete solo sul prezzo**: la personalizzazione vera è sempre stata un **lusso artigianale**, troppo costosa per la scala.

SOLUTION

L'AI abbatte **il costo marginale del su misura**: formulazioni, contenuti e percorsi generati per il singolo cliente a costi industriali, spostando la concorrenza **dal prezzo alla rilevanza**.



La concorrenza si sposta dal prezzo alla rilevanza

P	F	S	D
Prose	**Function of B.**	**Stitch Fix**	**SkillAI MADE**
Haircare	Beauty	Fashion	Learning

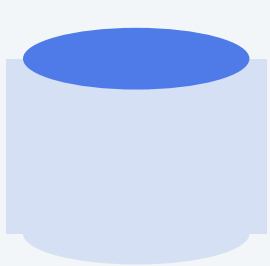
I dati proprietari diventano prodotto

CHALLENGE

Anni di dati operativi e archivi giacciono nei sistemi come **puro costo di storage**, mentre i laboratori AI cercano proprio **dati di qualità**.

SOLUTION

Dataset e archivi diventano **linee di ricavo**: API a consumo, benchmark di settore, **licensing ai modelli AI** — come gli accordi degli editori — con governance e anonimizzazione come prerequisiti.



Dati aziendali
20 anni di storico

→

- API a consumo
- Benchmark di settore
- Licensing ai modelli AI

Da costo di storage a ricavo

Governance e anonimizzazione come prerequisiti

Snowflake	**Databricks**	**Reddit**	**AWS**
Marketplace	Marketplace	Data licensing	Data Exchange

Prima di guardare i casi



L'AI cambia l'interfaccia tra persone e conoscenza

Come la stampa, come il browser, come il primo bisonte dipinto sulla parete di una caverna.



Abbiamo inventato l'elettricità, non la lampadina

Gli usi specifici per le nostre esigenze dobbiamo inventarli noi.

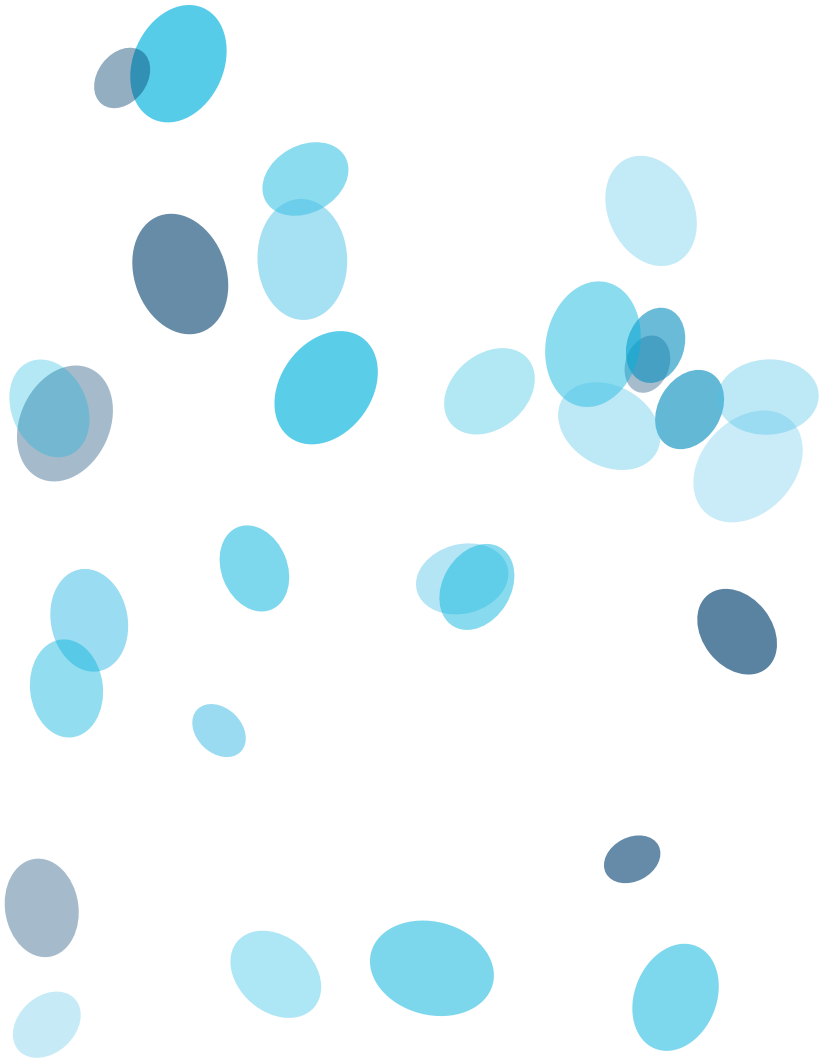


Si impara facendo

Studiare serve a capire le potenzialità; il valore nasce provando ogni giorno su problemi reali.

03

Cinque casi d'uso



Un lavoro fatto di analisi

Capire i mercati

Studiare i concorrenti

Segmentare i clienti

Trovare nuove opportunità

FINORA

Attività preziose, ma complesse e costose: spesso si fanno poco o non si fanno.

CON L'AI

Tempi e costi della ricerca e dell'analisi si comprimono: si può decidere meglio e più in fretta.

L'anatomia di un caso d'uso

1 · Problema di business

Quale decisione oggi è difficile, lenta o costosa?

2 · Dato disponibile

Quali informazioni esistono già, dentro o fuori l'azienda?

3 · Capacità dell'AI

Cosa sa fare l'AI su quel dato: leggere, cercare, stimare, simulare?

4 · Decisione migliore

Cosa decidiamo meglio o più in fretta?

La stessa sequenza apre ognuno dei cinque casi. Il punto di partenza è sempre il problema, non lo strumento.

La mappa dei casi

01
Modellazione del mercato

SETTORE
Componentistica B2B

DATO
Numeri e stime

TECNICA
Ragionamento strutturato

02
Analisi della concorrenza

SETTORE
Manifattura B2B

DATO
Fonti web e bilanci

TECNICA
Agente di ricerca

03
Promozioni nei volantini

SETTORE
Largo consumo

DATO
Immagini

TECNICA
Lettura multimodale

04
Ricerca di nuovi clienti B2B

SETTORE
Automazione robotica B2B

DATO
Clienti, settori, prodotti

TECNICA
Analogia, scomposizione, agenti

05
Personas sintetiche

SETTORE
Arredo, mercato estero

DATO
Dati simulati

TECNICA
Simulazione

Stimare un mercato che nessuno ha ancora misurato

01

Multinazionale della componentistica per il condizionamento · Marketing strategico

TAM · SAM · SOM

Un modello di stima costruito insieme all'AI

PROBLEMA

Dimensionare un mercato di nicchia all'estero, senza report pronti

→

DATO

Fonti pubbliche frammentate e conoscenza interna

→

CAPACITÀ DELL'AI

Costruire la logica del modello e indicare dati e fonti

→

DECISIONE

Su quali mercati e segmenti investire

Dall'albero di stima alle domande

TAM · Mercato totale
Tutti i potenziali acquirenti

DOMANDA DI RICERCA
Quanti edifici o impianti potrebbero usare il prodotto?

SAM · Mercato servibile
Raggiungibile da canali e offerta

DOMANDA DI RICERCA
Quanti sono raggiungibili dai nostri canali e dalla nostra gamma?

SOM · Mercato ottenibile
La quota realistica

DOMANDA DI RICERCA
Quale quota possiamo conquistare in tre anni, dati i concorrenti?

L'AI propone la struttura, i driver e le fonti. I numeri li cerca, li verifica e li sceglie la persona.

Il modello compilato (esempio)

Pompe di calore residenziali · mercato annuo

A × B × C

16.500 – 34.000 unità

Paese X · valori illustrativi

A · Abitazioni che sostituiscono l'impianto ogni anno

FONTE SUGGERITA DALL'AI

Istituto statistico, censimento edilizio

120.000 – 150.000

da verificare

B · Quota che sceglie una pompa di calore

FONTE SUGGERITA DALL'AI

Associazioni di categoria, dati sugli incentivi

25% – 35%

da verificare

C · Quota nella fascia di potenza servita

FONTE SUGGERITA DALL'AI

Interviste alla rete vendita locale

55% – 65%

da verificare

Chi fa cosa nel modello

L'AI

Struttura il modello in driver

Propone driver alternativi

Indica dati e fonti da raccogliere

Segnala le ipotesi più deboli

LA PERSONA

Raccoglie e verifica i numeri

Sceglie le ipotesi

Decide

«La parte puramente quantitativa non può essere demandata in toto all'AI: serve a costruire la logica del modello.»

PROVALO DOMANI

1. Chiedi all'AI l'albero di stima del tuo mercato, con i driver espliciti.
2. Per ogni driver, fatti indicare dati e fonti da cercare.
3. Inserisci tu i numeri e chiedi all'AI di mettere alla prova le ipotesi.

Mappare i concorrenti in ore, non in settimane

02

Due aziende manifatturiere B2B · Marketing e direzione commerciale

~100 ore

Stimate solo per leggere i bilanci di 20 concorrenti su 5 anni

PROBLEMA

Capire posizionamento, offerta e salute economica dei concorrenti

→

DATO

Siti, cataloghi, bilanci e notizie pubbliche

→

CAPACITÀ DELL'AI

Un agente mappa i concorrenti, raccoglie i dati e costruisce la matrice

→

DECISIONE

Posizionamento e priorità commerciali

Cosa fa l'agente, passo per passo

ISTRUZIONI ALL'AGENTE

Perimetro
Settore, area geografica, periodo

Assi della matrice
Es. posizionamento di prezzo × ampiezza di gamma

Regole
Fonti citate accanto a ogni dato; «dato non disponibile» quando manca

1



Mappa i concorrenti

Individua i produttori del perimetro da siti, fiere, associazioni e directory di settore.

2



Ricava le informazioni

Per ognuno raccoglie offerta, prezzi, canali, bilanci e notizie in una scheda uniforme.

3



Posiziona sugli assi

Assegna a ogni concorrente un valore sui due assi, motivandolo con le fonti.

4

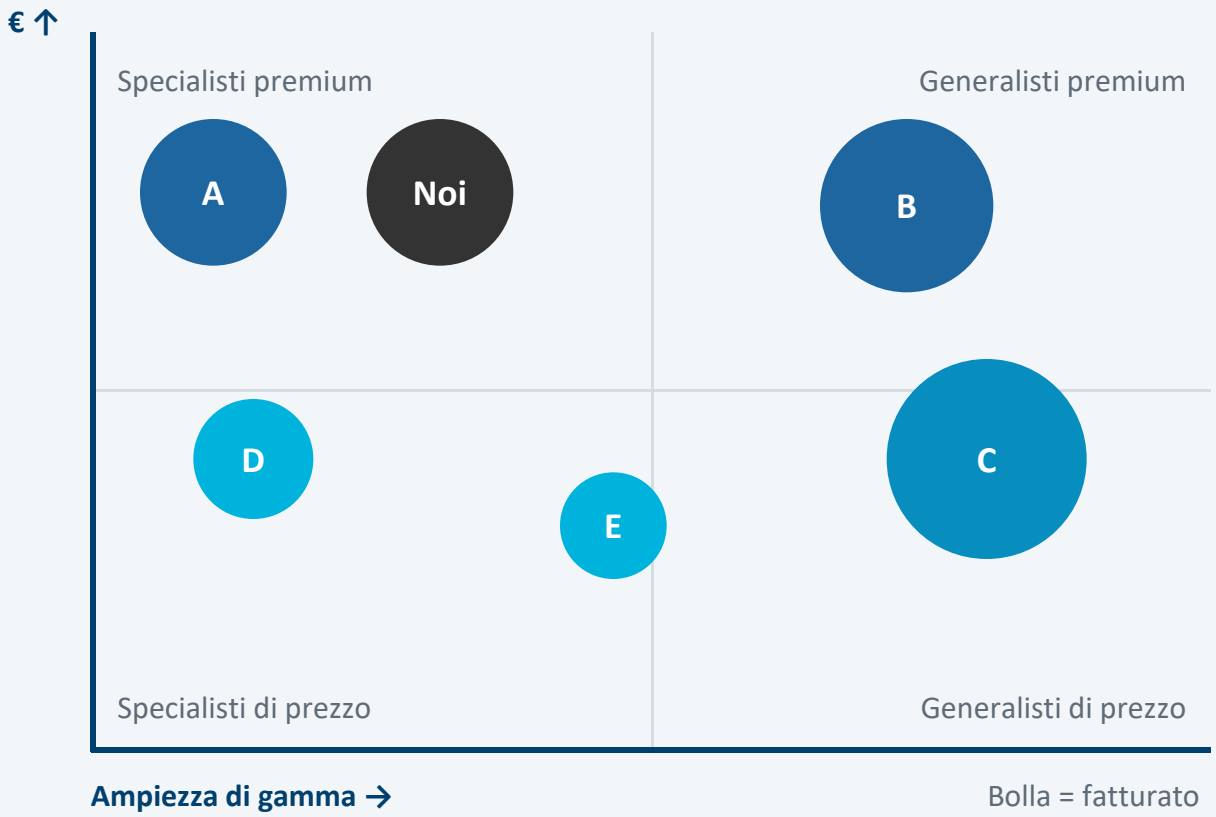


Costruisce la matrice

Disegna la matrice di posizionamento e segnala i dati da verificare.

Output: matrice di posizionamento e una scheda per concorrente, con le fonti

Il risultato: matrice e schede



Dati illustrativi

Scheda · Concorrente C

Gamma	Ampia, 4 linee di prodotto
Canali	Distributori e vendita diretta
Fatturato	Da bilancio pubblico, 5 anni
Margine	dato non disponibile
Notizie	Nuovo stabilimento annunciato
Fonti	4 citate nel report

Cosa cambia nel lavoro

PRIMA	CON L'AI
FREQUENZA Analisi occasionale	**FREQUENZA** **Aggiornamento periodico**
PERIMETRO Pochi concorrenti già noti	**PERIMETRO** **Individuati dall'agente, anche nuovi entranti**
FONTI Spesso non tracciate	**FONTI** **Citate accanto a ogni dato**
TEMPO ~100 ore stimate solo per i bilanci	**TEMPO** **Ore di lavoro, più la verifica**

PROVALO DOMANI

1. Definisci il perimetro: settore, area geografica, periodo.
2. Scegli i due assi della matrice e chiedi all'agente una scheda per concorrente, con le fonti.
3. Verifica la posizione dei concorrenti che conosci meglio.

Leggere le promozioni dei concorrenti nei volantini

03

Gruppo multinazionale del largo consumo · Trade marketing

21

Volantini analizzati e confrontati

PROBLEMA

Capire come si muovono i concorrenti in promozione nella grande distribuzione

→

DATO

Volantini delle insegne, in immagini e PDF

→

CAPACITÀ DELL'AI

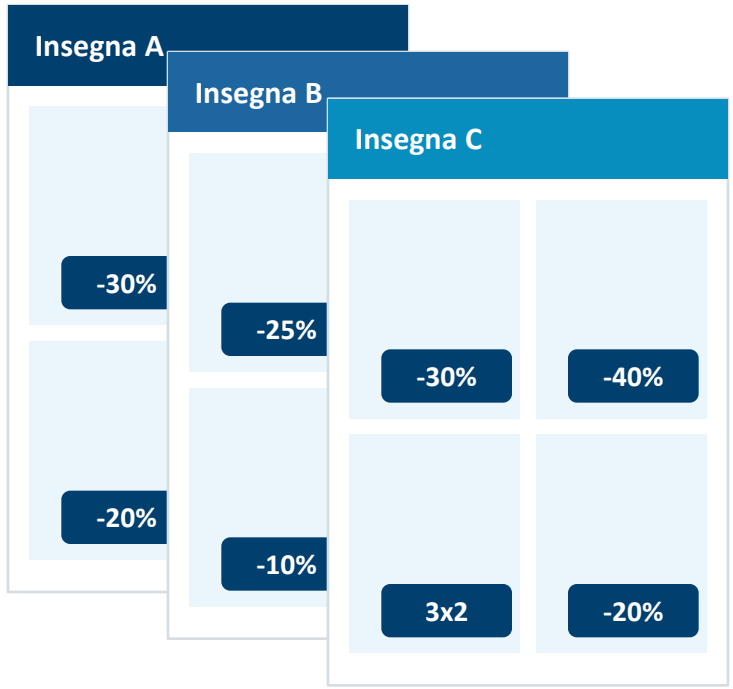
Modello multimodale: legge le immagini ed estrae i dati

→

DECISIONE

Calendario e meccaniche delle proprie promozioni

Dall'immagine al dato



Lettura multimodale

TABELLA ESTRATTA

Insegna	Marca	Prezzo	Sconto	Meccanica
A	Marca 1	1,49 €	-30%	Sconto %
B	Marca 2	0,99 €	—	Sottocosto
C	Marca 1	2,98 €	3x2	Multipack
A	Marca 3	1,19 €	-20%	Carta fedeltà

Dati illustrativi. Nel progetto: 21 volantini, tutte le promozioni di categoria.

Le promozioni per insegna

Numero di promozioni rilevate per meccanica · dati illustrativi

	Sconto %	Sottocosto	Multipack	Prezzo bloccato	Carta fedeltà
Insegna A	9	2	3	0	5
Insegna B	3	8	1	2	0
Insegna C	4	1	7	0	2
Insegna D	2	0	1	6	3
Insegna E	6	3	2	1	8

Insegna A

Guida sullo sconto percentuale.

Insegna B

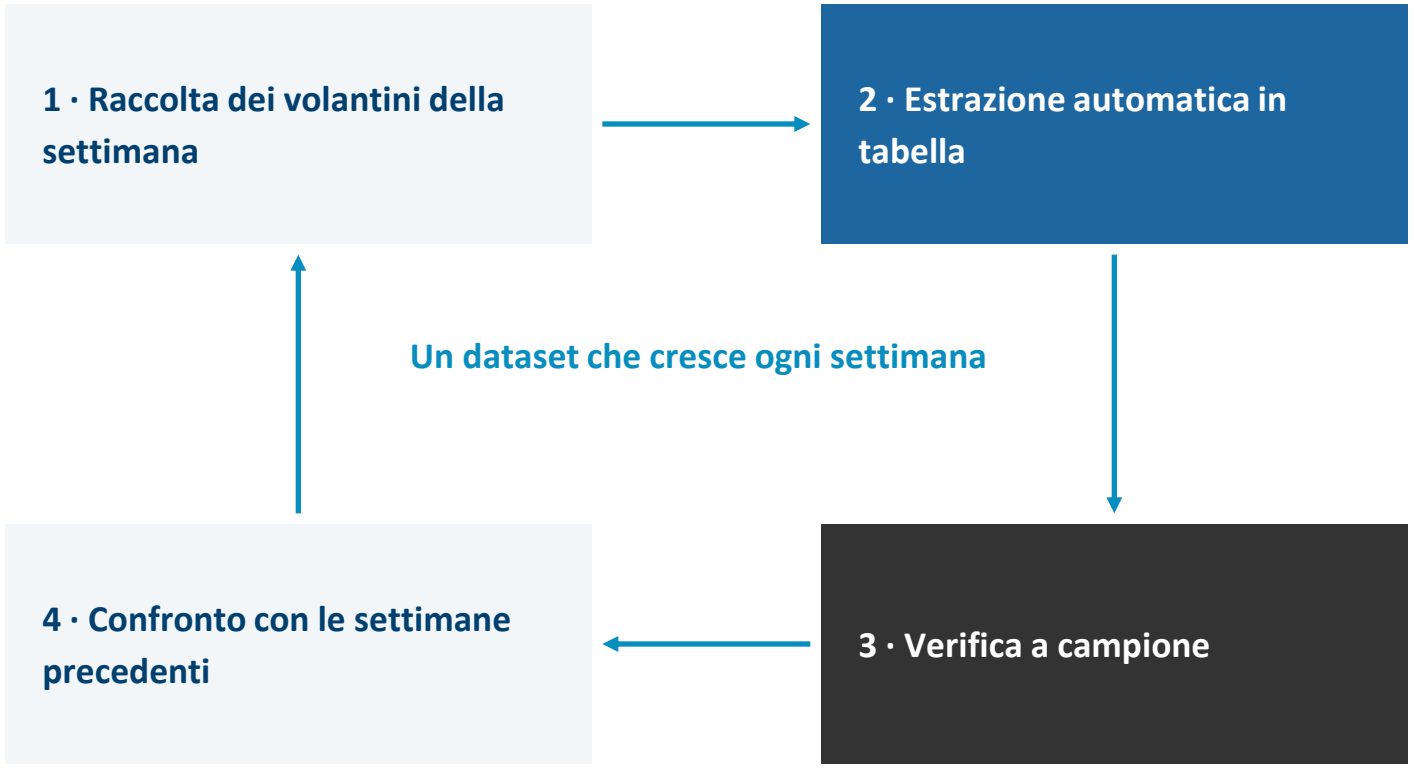
Usa il sottocosto come leva principale.

Insegna E

Spinge sulla carta fedeltà: promozioni riservate ai clienti registrati.

Cosa cambia nel lavoro

Prima: raccolta manuale, confronti sporadici, nessuno storico. **Dopo:** un ciclo che si ripete.



PROVALO DOMANI

1. Raccogli 3–4 volantini pubblici di insegne diverse, sulla stessa categoria.
2. Chiedi l'estrazione in una tabella con campi fissi: insegna, marca, prezzo, sconto, meccanica.
3. Controlla a campione e chiedi una lettura comparata delle strategie.

Lead generation

04

Azienda B2B di automazioni robotiche per macchinari industriali · Business development

3 strade

Per arrivare a una lista di aziende e di contatti

PROBLEMA

Trovare nuovi lead oltre il portafoglio e i settori già serviti

→

DATO

Clienti attuali, settori serviti, macchinari con cui l'automazione si interfaccia

→

CAPACITÀ DELL'AI

Ragionare per analogia e per scomposizione, poi cercare aziende e contatti

→

DECISIONE

Su quali aziende e settori concentrare l'azione commerciale

Tre strade verso nuovi clienti



Scomporre un prodotto per trovare clienti

Esempio illustrativo

PRODOTTO FINITO

Portalavagna con treppiede

Gambe telescopiche
Estrusione e taglio di profili in alluminio
escluso

Piano della lavagna
Lamiera tranciata e piegata
compatibile

Snodi e morsetti
Stampaggio a iniezione di plastica
compatibile

Viteria e rivetti
Stampaggio a freddo su presse
compatibile

Imballo
Cartone fustellato
escluso

FILTRO

Macchinari a cui ci interfacciamo: presse, piegatrici, presse a iniezione

CHI CERCARE

Terzisti di lamiera tranciata e piegata

Stampatori di materie plastiche

Produttori di viteria e minuteria

→ poi i nomi delle aziende, per area e dimensione

Dalla lista alle persone giuste

Lista di aziende target · Il risultato delle tre strade

↓

L'agente cerca i ruoli giusti · Produzione, ufficio tecnico, acquisti

↓

Raccoglie nomi e canali · Sito aziendale, LinkedIn, banche dati

↓

Revisione e caricamento nel CRM · Una persona controlla prima del primo contatto

⚠ Dati personali: rispetta il GDPR e i termini d'uso delle piattaforme.

PROVALO DOMANI

1. Chiedi all'AI cosa accomuna i tuoi migliori clienti e dove trovarne di simili.
2. Scegli un prodotto finito e fallo scomporre nei componenti e nelle lavorazioni.
3. Tieni solo le lavorazioni compatibili con i tuoi macchinari e chiedi chi le esegue.

Parlare con un mercato prima di entrarci

05

Produttore di arredo · Esplorazione di un mercato nordeuropeo

150

Interviste simulate su una coorte di personas sintetiche

PROBLEMA

Formulare ipotesi su un mercato estero prima di investire in ricerca sul campo

→

DATO

Database di personas sintetiche con migliaia di attributi

→

CAPACITÀ DELL'AI

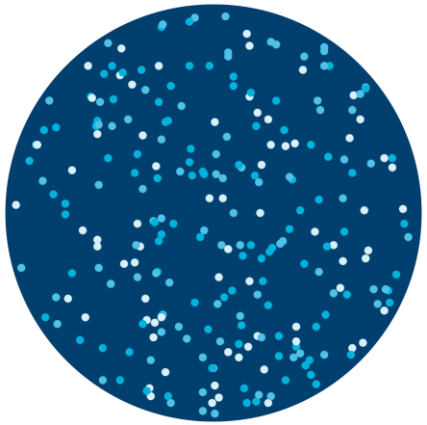
Simulare le reazioni di una coorte a un concept

→

DECISIONE

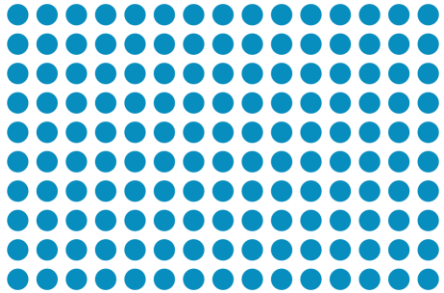
Quali segmenti verificare con clienti reali

Dalla popolazione al segmento



DB con milioni di persone fittizie

Ciascuna con migliaia di attributi



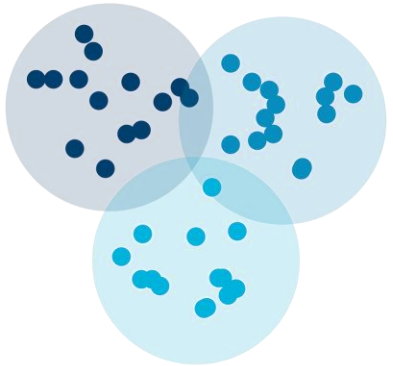
Coorte segmentata

Filtrata sul mercato obiettivo

«Cosa pensi di questo divano? Lo compreresti?»

Simulazione con la coorte segmentata

Lo stesso concept, le stesse domande



Ipotesi di segmento

Risposte raggruppate per affinità

Le reazioni al concept

CONCEPT

Divano modulare in tessuto riciclato, consegna in 5 giorni

Risposte simulate · esempio

Sostenibilità prima di tutto

«Il tessuto riciclato è il motivo per cui lo guarderei.»

«Vorrei sapere da dove arrivano i materiali.»

Praticità e prezzo

«Cinque giorni di consegna contano più del tessuto.»

«Sul prezzo lo confronto con il negozio vicino.»

Design e identità

«Modulare va bene, ma deve avere carattere.»

«Prima di comprarlo voglio vederlo in un ambiente vero.»

Cosa cambia, e dove fermarsi

Serve per

Generare ipotesi di segmento prima della ricerca sul campo

Testare più concept a basso costo

Preparare meglio le interviste reali

Non serve per

Validare una decisione

Mercati B2B con pochi buyer: le personas non rappresentano clienti specifici

Genera ipotesi, non le valida.

PROVALO DOMANI

1. Descrivi il mercato e fai generare 8–10 personas diverse e realistiche.
2. Sottoponi lo stesso concept a ciascuna, con le stesse domande.
3. Raggruppa le risposte in ipotesi di segmento da verificare con clienti reali.

Tre cose da portare via

1

Si parte dal problema, non dallo strumento

Ogni caso nasce da una decisione difficile, lenta o costosa.

2

L'AI comprime l'analisi, il giudizio resta umano

Numeri da verificare, dati mancanti dichiarati, ipotesi da validare.

3

Si sperimenta in piccolo e si misura

Un mercato, un brief, quattro volantini, un prodotto da scomporre: bastano per capire se vale.

Demo utilizzo intervista AI

PER TESTARE L'INTERVISTA

https://rossi-marketing.vercel.app

SIMULAZIONE FLUSSO END TO END

https://rossi-cento-interviste.vercel.app

Grazie per l’attenzione!

Francesco Cavestro


MADE
Competence Center I4.0
Innovazione per le imprese, guidata dalle imprese