

## **Il Precision Marketing nell'era dell'intelligenza artificiale, quando saranno le macchine ad umanizzare i processi d'acquisto**

L'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico stanno già trasformando il panorama tecnologico. Basta pensare allo sviluppo degli assistenti digitali, così come ai software di riconoscimento delle immagini, della voce o del viso, oppure ai droni e alle auto che guidano da sole.

Quello che una volta era considerato fantascienza, sta ora diventando realtà.

### **Cos'è l'intelligenza artificiale?**

L'AI, appunto l'intelligenza artificiale, è semplicemente lo studio di come rendere le macchine intelligenti, cioè in grado di risolvere problemi che possono essere di varia tipo e natura, proprio come l'intelligenza umana aiuta le persone fare altrettanto.

Fulcro di ogni attività di AI è l'apprendimento automatico. Per decenni i programmi informatici sono stati scritti e codificati a mano da pazienti programmatori. Scopo di un programma è: ricevuto un certo input fornire un determinato output.

Con l'apprendimento automatico, si potrebbe dire che i computer imparano da soli. Durante una fase iniziale ad un computer vengono "mostrati" una serie di esempi, fino a quando la macchina inizia ad imparare da loro. In seguito, l'apprendimento può proseguire in automatico, rendendo il computer via via sempre più preciso nelle sue risposte.

L'esempio classico è quello della differenza tra cane o gatto. Attraverso la programmazione tradizionale, era abbastanza lungo e complicato impostare un sistema input output che riconoscesse le differenze tra i due animali.

Con l'apprendimento automatico, si danno in pasto al sistema varie immagini di cani e di gatti etichettate a seconda del tipo di animale e, in breve tempo, la macchina impara da sola a trovare le differenze.

### **Cosa significa esattamente tutto questo per chi si occupa di marketing?**

Sono davvero epocali i cambiamenti che l'intelligenza artificiale sta portando, e continuerà a portare, nel mondo del business.

I progressi tecnologici prima e le innovazioni digitali poi, hanno sempre creato nuove opportunità per il marketing e le strategie di vendita.

In origine fu l'avvento della TV e con essa l'era della pubblicità di massa, quindi arrivò internet e successivamente i dispositivi mobili che rivoluzionarono il contenuto, conducendo a nuove ed inedite possibilità.

Adesso, l'intelligenza artificiale cambierà profondamente il modo in cui le persone interagiranno con la tecnologia, i servizi, ma anche con le informazioni e i brand.

## **Il marketing e l'intelligenza artificiale**

Un importante vantaggio competitivo deriva dalla possibilità di automatizzare le attività ripetitive. Col beneficio, subito tangibile, di risparmiare tempo e lavoro. Risorse che possono essere diversamente destinate e meglio impiegate.

Soprattutto, però, queste trasformazioni potrebbero rendere sempre più vicino quello che è un po' il Santo Graal tra gli obiettivi del marketing e della comunicazione: la pertinenza applicata su larga scala.

La potenza dell'intelligenza artificiale in ambito marketing è quella del poter offrire una personalizzazione, prima impossibile, per di più praticamente in tempo reale. Migliorando come non mai le esperienze dei singoli clienti.

## **Il Precision Marketing nell'era dell'intelligenza artificiale**

Grazie alla tecnologia mobile e ai social, i consumatori sono sempre attivi. Con la prevalenza di app, servizi on-demand e l'influenza costante dei social media sul modo in cui le persone si connettono, condividono e comunicano, i consumatori diventano sempre più esigenti.

Sono impazienti. Vogliono un impegno personalizzato, esperienze nuove, uniche ed eccezionali.

I marketer digitali hanno già assistito a questo incredibile cambiamento negli ultimi anni.

Gli esperti hanno a lungo parlato della necessità di personalizzazione, integrazione e coinvolgimento dinamico. Ma, dopo tutto questo tempo, c'è stata poca innovazione nel marketing per coinvolgere meglio i consumatori, nei modi che loro si aspettano e preferiscono.

Nel marketing l'AI sposterà l'automazione verso esperienze inedite e sorprendentemente personalizzate.

La grande ironia di questa evoluzione sta nel fatto che, sarà l'intelligenza artificiale ad "umanizzare" come mai è stato prima d'ora il marketing.

L'Intelligenza Artificiale sarà uno degli argomenti centrali all'interno del "Panel Digital" in programma durante il Philip Kotler Marketing Forum 2018