

AI nel marketing

ieri, oggi e soprattutto domani

05/12/2022

A cura di: Michele Campagnoni – Octo_Net Startup Innovativa S.r.L.

Introduzione:

l'utilizzo dell'intelligenza artificiale nel marketing contemporaneo

Viviamo un mondo dove i prodotti e i servizi diventano sempre più dinamicamente personalizzati. La rete è sempre più ubiqua e le dimensioni del fisico sono sempre più intrecciate con il digitale.

Spessissimo è l'intelligenza artificiale a governare la trasmissione di miliardi di dati necessari a nutrire questo sistema.

Il processo in atto vede una costante crescita della connettività, con il conseguente innalzamento del livello di complessità richiesto, tra l'altro, dalla domanda di iper reattività che ne consegue. Per nutrire questo sistema le capacità dell'uomo non bastano più, l'AI è diventata necessaria.

*Fonte dati: L'industria e i distretti del mobile: tra tradizione e innovazione - Maria Cristina De Michele - Direzione Studi e Ricerche Intesa Sanpaolo

Executive summary

- **AI CHE COS'È:** *Machine Learning, deep learning*
- **L'AI PER IL BUSINESS:** *come definire una AI strategy e creare valore*
- **MACHINE LEARNING E MARKETING:** *usare l'AI per dinamicizzare l'offerta, per il brand engagement, nei CRM*
- **ESEMPI PRATICI:** *Programmatic Advertising, Ottimizzazione delle azioni di marketing, Content production*
- **IMPATTO SOCIALE:** *La gestione della Privacy, Sarà tutto gestito da un algoritmo?*

L'AI CHE COS'È

Le tre grandi aree di utilizzo

L'Intelligenza Artificiale viene oggi applicata principalmente a tutte quelle aree in cui è prevista una forte attività di classificazione, previsione e clustering dei dati, siano essi utili per risolvere problemi o supportare le decisioni. Schematicamente possiamo così riassumere le tre grandi macro aree di utilizzo:

- ✓ GESTIONE DELLE ANOMALIE DEI PROCESSI
- ✓ OTTIMIZZAZIONE LOGISTICA E PROGRAMMAZIONE
- ✓ CUSTOMER SERVICE E PERSONALIZZAZIONE

L'intelligenza
generale*
è la capacità di
generare conoscenza
attraverso previsioni.
Cit. Jeff Hawkins

*sia umana che artificiale

MACHINE LEARNING

Alla base dell'AI di basso livello troviamo tecnologie di machine learning che sono incentrate esattamente sulle capacità di apprendimento e di previsione a partire dall'apprendimento automatico.

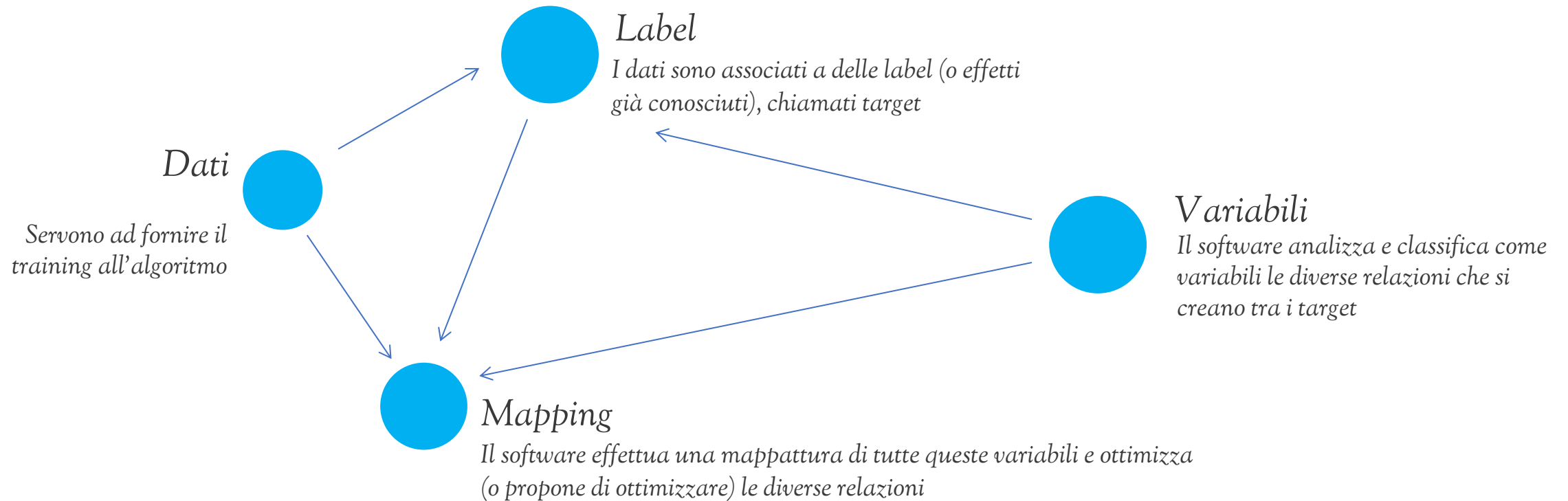
Statistica: *Che cosa si può inferire per prevedere il futuro da dati storici?*

Machine learning: *Come posso mettere il computer in grado di scegliere l'algoritmo più efficace per raggiungere l'obiettivo a partire dai dati disponibili?*

Il machine learning è un algoritmo che impara dai dati e arriva a un output senza avere regole predefinite all'inizio del percorso... vediamo come funziona

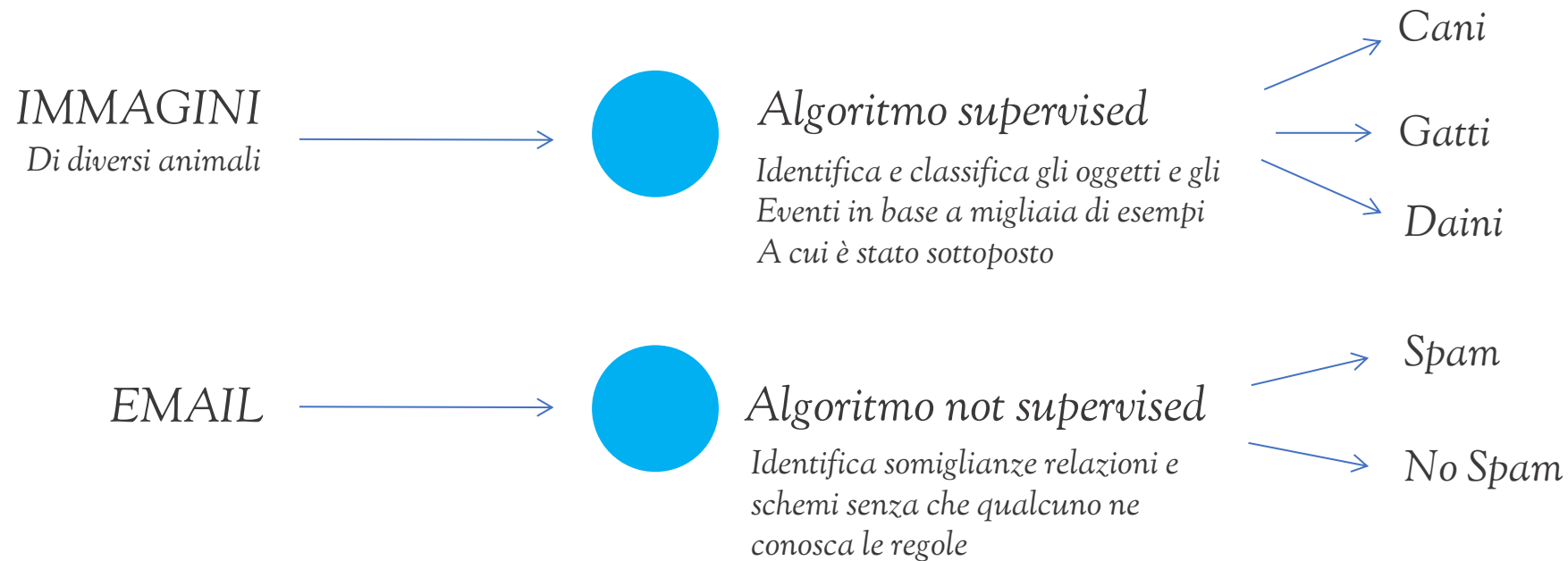
MACHINE LEARNING

L'APPROCCIO SOFTWARE



MACHINE LEARNING

ESEMPIO PRATICO



DEEP LEARNING

Il deep learning è quella versione di machine learning che si basa su le cosiddette reti neurali.

Si tratta di un procedimento decisamente più complesso e astratto, che prevede un apprendimento automatico basato sull'organizzazione complessa di dati.

CONCETTI BASE NEL DEEP LEARNING

Acquisizione e categorizzazione di un'idea.

Descrizione idea = concetto.

Organizzazione idee per similitudini

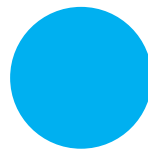
Rappresentazione = uso di idee per descrivere un nuovo concetto

RETI NEURALI: fattori di concetti sempre più astratti, che includono connessioni tra milioni di nodi (neuroni artificiali).

DEEP LEARNING

CAPACITÀ DI IMPARARE DA SOLI

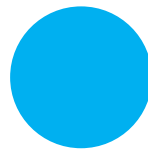
*SUPERVISED
LEARNING*



Insegno alla macchina

*A riconoscere un gatto
sottoponendole milioni di foto di
gatti*

*UNSUPERVISED
LEARNING*



La macchina impara da sola

*Cos'è un gatto attingendo ai dati
che ha in ingresso, creando
immagini plausibili del gatto stesso.*

Con il deep learning

Il computer è in grado di ricreare nuove immagini senza averle in input.

DEEP LEARNING

Qualche esempio di applicazione pratica:

- ❑ Speech recognition
- ❑ Computer vision and image recognition
- ❑ Language translation
- ❑ Natural language processing

Executive summary

- **AI CHE COS'È:** *Machine Learning, deep learning*
- **L'AI PER IL BUSINESS:** *come definire una AI strategy e creare valore*
- **MACHINE LEARNING E MARKETING:** *usare l'AI per dinamicizzare l'offerta, per il brand engagement, nei CRM*
- **ESEMPI PRATICI:** *Programmatic Advertising, Ottimizzazione delle azioni di marketing, Content production*
- **IMPATTO SOCIALE:** *La gestione della Privacy, Sarà tutto gestito da un algoritmo?*

L'AI PER IL BUSINESS

Liberare valore per noi e per i consumatori

L'utilizzo della tecnologia prevalentemente (ma non esclusivamente) basata sui sistemi di machine learning e della variante in deep learning consente di:

- ✓ SVOLGERE ANALISI PARTENDO DA DATI NON STRUTTURATI (TESTI, VISUAL, VOCE)
- ✓ FARE PREVISIONI SULLA BASE DI QUESTO TIPO DI DATI
- ✓ SUGGERIRE AZIONI / SOLUZIONI, ANCHE A PROBLEMI DI ELEVATO LIVELLO DI INCERTEZZA
- ✓ AUTOMATIZZARE DELLE DECISIONI
- ✓ ROBOTIZZARE ALCUNI AMBITI DI ATTIVITÀ SEMPRE PIÙ COMPLESSI

AI STRATEGY

Definire una strategia di utilizzo dell'AI nel marketing significa prima di tutto chiedersi a quale di questi macro aree di utilizzo si necessita di questa tecnologia:

PERSONALIZZAZIONE

Voglio utilizzare algoritmi intelligenti per realizzare in modo customizzato e le mie offerte da proporre ai consumatori

SMART PRODUCTS:

Ogni prodotto può diventare smart se aumentato con la possibilità di trattare dati

AUGMENTATION OF MARKETING:

Utilizzo dati e algoritmi per migliorare l'efficienza dei processi del marketing

RISK MANAGEMENT:

Analizzo e prevedo rischi relazionali con i clienti analizzando l'andamento delle conversazioni con questi ultimi

Executive summary

- **AI CHE COS'È:** *Machine Learning, deep learning*
- **L'AI PER IL BUSINESS:** *come definire una AI strategy e creare valore*
- **MACHINE LEARNING E MARKETING:** *usare l'AI per dinamicizzare l'offerta, per il brand engagement, nei CRM*
- **ESEMPI PRATICI:** *Programmatic Advertising, Ottimizzazione delle azioni di marketing, Content production*
- **IMPATTO SOCIALE:** *La gestione della Privacy, Sarà tutto gestito da un algoritmo?*

MACHINE LEARNING NEL MARKETING

le principali fonti di informazioni



Con l'intelligenza artificiale
possiamo analizzare l'intero ecosistema
dei dati, con una visione complessiva

I PRINCIPALI VANTAGGI

PREDICTIVE

Le analytics predittive permettono di anticipare eventi per favorire maggiore controllo sulla loro gestione

PRESCRIPTIVE

Siamo in grado di calcolare soluzioni ottimali a problemi generali e contingenti, in base a parametri di dati.

SEGMENTAZIONE DINAMICA

Aumento esponenzialmente il livello di profondità della profilazione dei clienti in quanto i cluster di dati sono ampiamente disponibili

Executive summary

- **AI CHE COS'È:** *Machine Learning, deep learning*
- **L'AI PER IL BUSINESS:** *come definire una AI strategy e creare valore*
- **MACHINE LEARNING E MARKETING:** *usare l'AI per dinamicizzare l'offerta, per il brand engagement, nei CRM*
- **ESEMPI PRATICI:** *Programmatic Advertising, Ottimizzazione delle azioni di marketing, Content production*
- **IMPATTO SOCIALE:** *La gestione della Privacy, Sarà tutto gestito da un algoritmo?*

ESEMPI PRATICI

Utilizzare l'AI per il programmatic advertising

Si tratta di un utilizzo della tecnologia per pianificare i mezzi pubblicitari, utilizzando meccanismi di machine learning per il matching automatizzato delle richieste di delivery di pubblicità da parte dei marketer.

VANTAGGI: elimino gli sprechi di budget pubblicitario, ottimizzo al massimo lo stesso raggiungendo sempre più target interessati alla mia offerta

ESEMPI PRATICI

Content production management

Come nel caso precedente si tratta di utilizzare l'AI per migliorare il rendimento della propria comunicazione. Significa farsi guidare dalla tecnologia non solo nella programmazione pubblicitaria, ma anche nella scelta dei contenuti creativi da realizzare.

VANTAGGI: utilizzo un approccio sistematico alla creazione dei contenuti evitando il ricorso alla semplice percezione, ma coadiuvando la stessa da scelte che fanno dell'esperienza guidata dall'analisi dei dati il perno principale.

Executive summary

- **AI CHE COS'È:** *Machine Learning, deep learning*
- **L'AI PER IL BUSINESS:** *come definire una AI strategy e creare valore*
- **MACHINE LEARNING E MARKETING:** *usare l'AI per dinamicizzare l'offerta, per il brand engagement, nei CRM*
- **ESEMPI PRATICI:** *Programmatic Advertising, Ottimizzazione delle azioni di marketing, Content production*
- **IMPATTO SOCIALE:** *La gestione della Privacy, Sarà tutto gestito da un algoritmo?*

L'IMPATTO SOCIALE

Nell'era del big data il tema della privacy è diventato esplosivo.

L'Intelligenza Artificiale contribuisce in modo dirompente all'attualità del tempo in quanto consente una conoscenza sempre più profonda del consumatore.

I sistemi di deep learning consentono l'identificazione delle persone e l'analisi delle emozioni dei soggetti attraverso sistemi di facial e image recognition.

L'intelligenza artificiale deve essere pensata come un contributo in prospettiva di teamwork

Software che permettano di migliorare le capacità decisionali dell'uomo, non
sostituirle.

GRAZIE DELL'ATTENZIONE!

I MIEI CONTATTI:

Michele Campagnoni, CEO Octo_Net S.r.L
Startup Innovativa

NUMERO DI TELEFONO

02 45 44 02 40

EMAIL

michele@octonet.it

NOSTRO SITO WEB

www.octonet.it



VUOI REALIZZARE UN ECOMMERCE O UN CONFIGURATORE 3D?

Richiedi oggi un appuntamento con Michele Campagnoni e scopri:

- Il processo di sviluppo dei configuratori online;
- Come è possibile interfacciarli con Wordpress e altri sistemi di E-commerce;
- Quanto può costare un configuratore 3d per e-commerce;

Chiama lo **02 45 44 02 40** o scrivi a info@octonet.it e prenota ora una consulenza gratuita.