



AI MARKETING



Capire l'IA

Strategy & Intelligence



Vincenzo Cosenza
Marketing Consultant



Vincenzo Cosenza

@Vincos

15 anni di esperienza in aziende di diverse dimensioni: Microsoft Italia, Digital PR (WPP), Blogmeter e Buzzoole.

Autore del blog Vincos.it, punto di riferimento in Italia per i temi del marketing, della comunicazione e dei social media e delle evoluzioni tecnologiche.

Fondatore di Osservatorio Metaverso

Saggista

"Social Media ROI", "La società dei dati" e "Marketing Aumentato".

Agenda

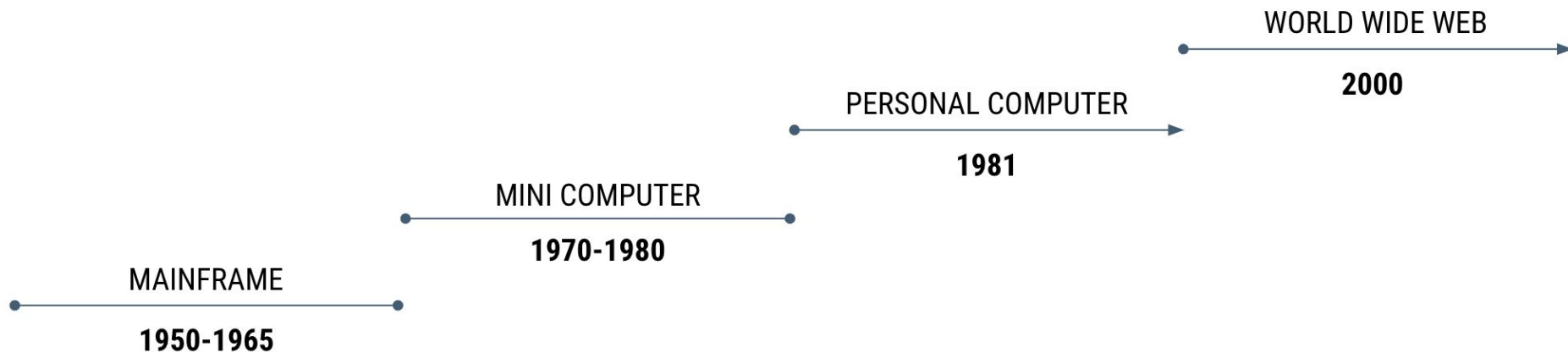
- 01.** L'evoluzione della tecnologia in azienda
- 02.** L'Intelligenza Artificiale
- 03.** Le applicazioni più comuni
- 04.** L'Intelligenza Artificiale Generativa
- 05.** Panorama applicativo e prospettive



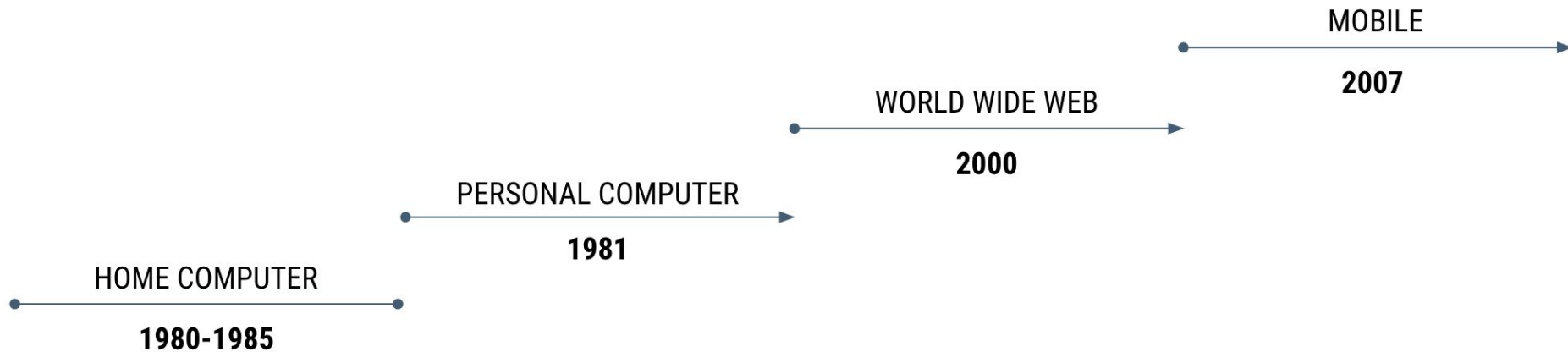
01. L'evoluzione della tecnologia in azienda



La tecnologia in azienda



La tecnologia in casa e ovunque



Il software si è mangiato il mondo

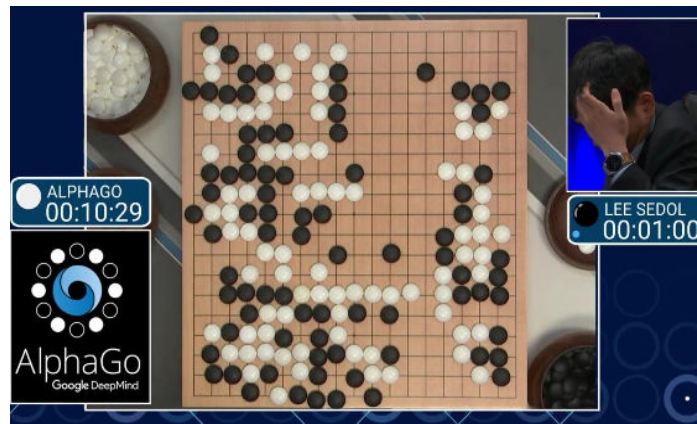
Rank	Company	Market Cap (Jul 1, 2022)
#1	 Saudi Aramco	\$2.27 trillion
#2	 Apple	\$2.25 trillion
#3	 Microsoft	\$1.94 trillion
#4	 Alphabet	\$1.43 trillion
#5	 Amazon	\$1.11 trillion
#6	 Tesla	\$707 billion
#7	 Berkshire Hathaway	\$612 billion
#8	 United Health Group	\$485 billion
#9	 Johnson & Johnson	\$472 billion
#10	 Tencent	\$435 billion

02. L'Intelligenza Artificiale



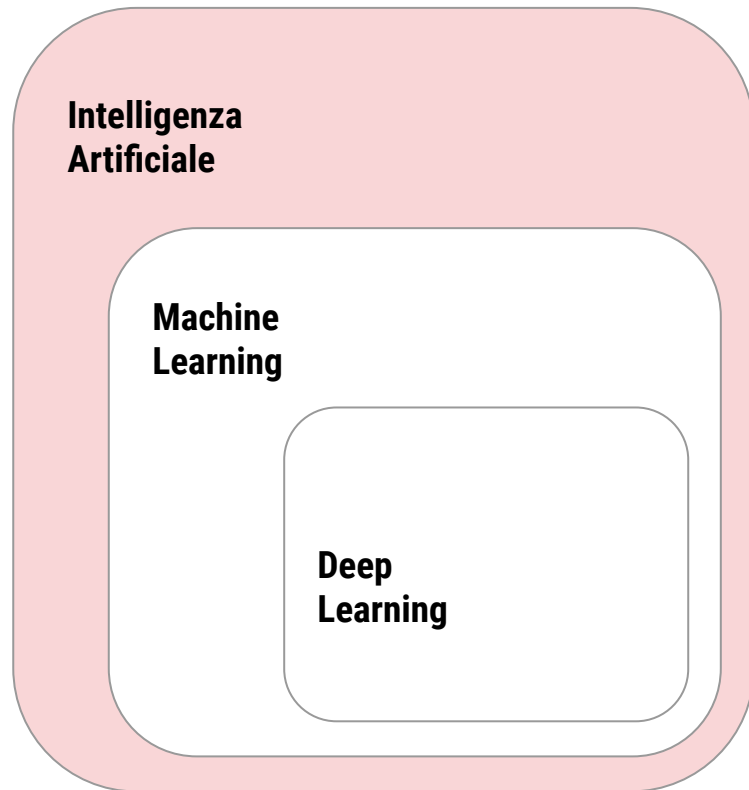
L'Intelligenza Artificiale

- Nel **1997** il campione mondiale di scacchi **Garry Kasparov** veniva sconfitto da Deep Blue.
- Nel **2016 AlphaGo** riuscì a sconfiggere anche il campione mondiale Lee Sedol.



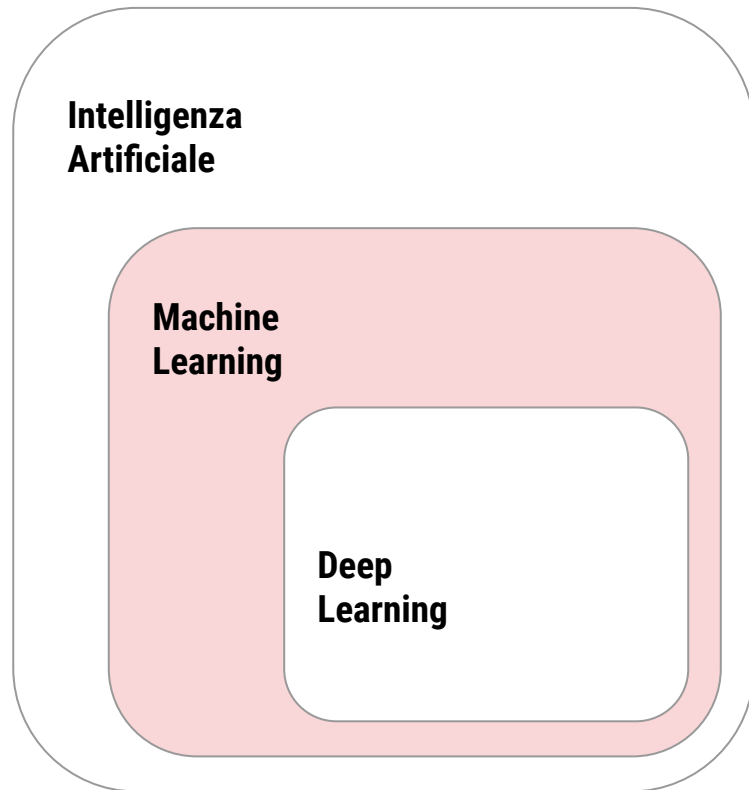
Intelligenza Artificiale

Modo di sviluppare software che si rende necessario quando il programmatore non riesce a prevedere le istruzioni/condizioni necessarie per risolvere un certo problema.



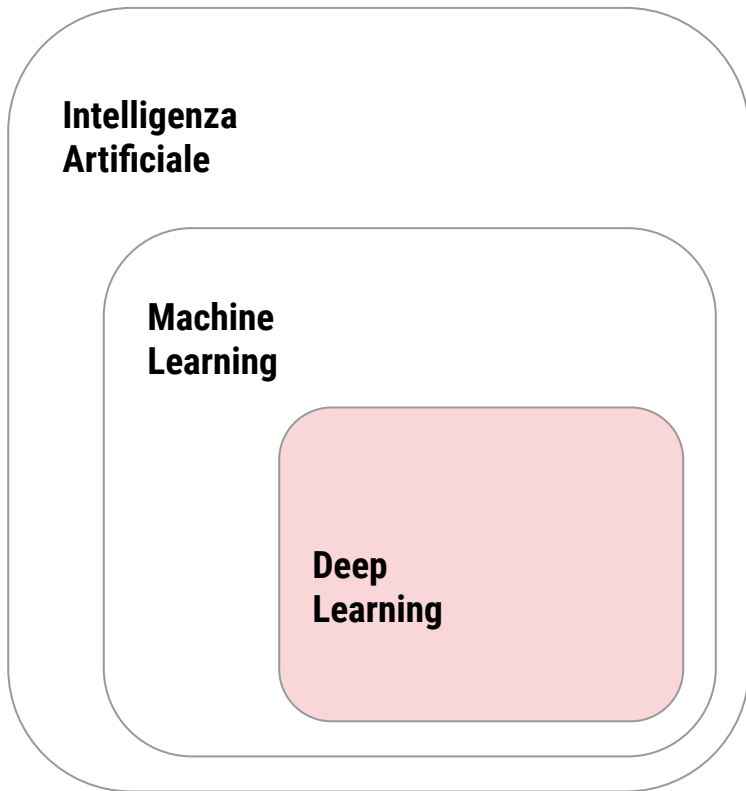
Machine Learning

Tecniche basate su modelli matematici che permettono alla macchina di trovare correlazioni tra dati e di imparare.



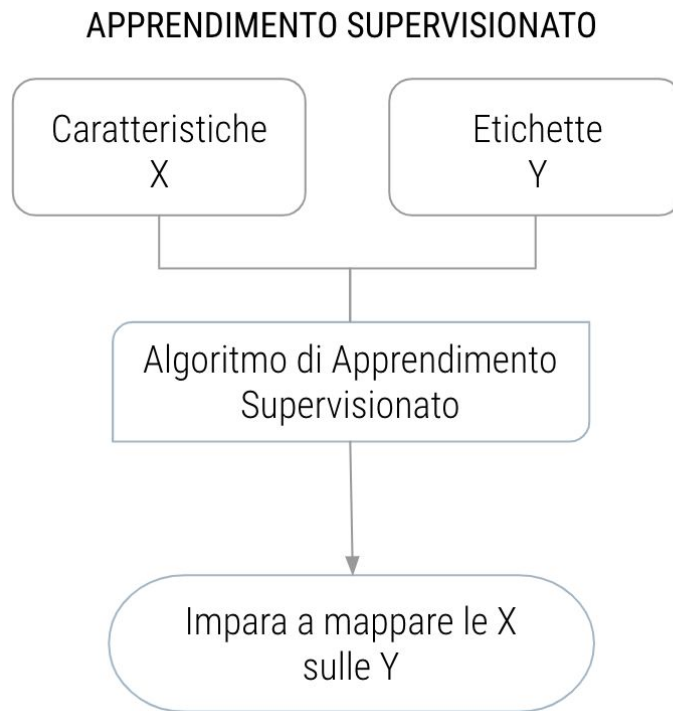
Deep Learning

Non solo modelli matematici, ma un'architettura hardware e software di reti neurali artificiali che simulano il comportamento dei neuroni.



Apprendimento Supervisionato

L'obiettivo è far apprendere una regola generale in grado di generare l'output voluto quando si incontrano input nuovi.

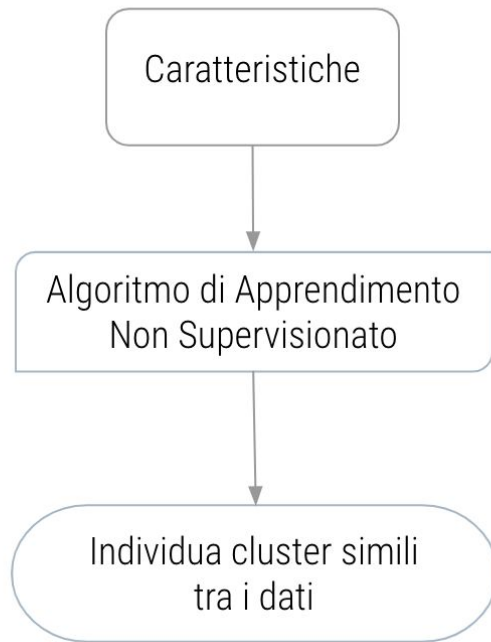


Apprendimento Non Supervisionato

Non vengono forniti dati di input già pre annotati, né output attesi.

Il compito dell'algoritmo è quello di individuare autonomamente una qualche similarità tra i dati.

APPRENDIMENTO NON SUPERVISIONATO



03. Le applicazioni più comuni



IA: Applicazioni

Speech Recognition è il problema della comprensione della voce umana, anche in condizioni di rumore, delle inflessioni e dei dialetti.

Banche come HSBC usano la voce per l'autenticazione biometrica ossia per permettere ai propri clienti di fare operazioni al telefono, senza bisogno di digitare password.



IA: Applicazioni

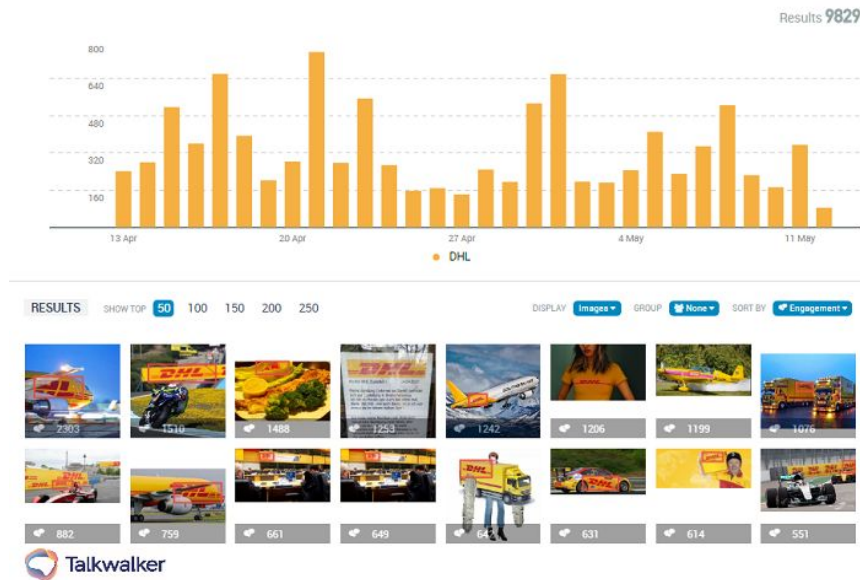
Natural Language Processing indica tutte le tecniche di trattamento informatico del linguaggio naturale, quello che usiamo comunemente per esprimerci, finalizzate alla lettura e alla comprensione di testi scritti o letti.



IA: Applicazioni

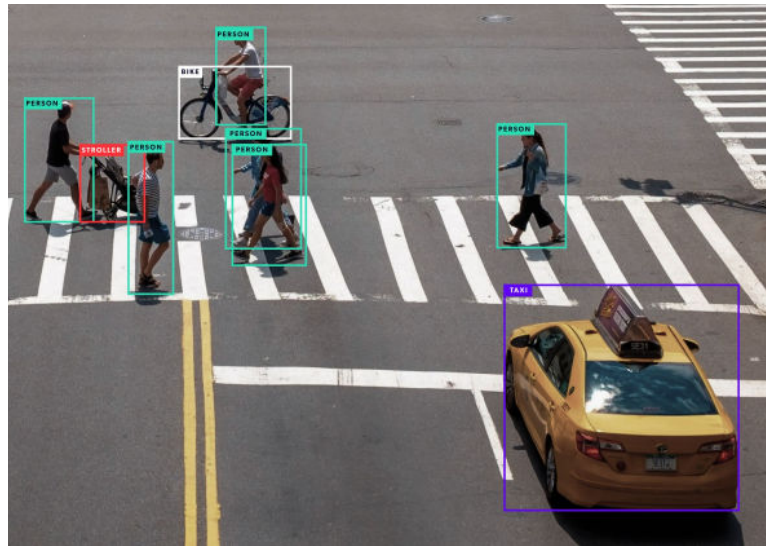
Image recognition è il problema del riconoscimento delle immagini da parte di una macchina che può essere affrontato grazie a tecniche di intelligenza artificiale di diverso tipo.

L'algoritmo viene addestrato a riconoscere un'immagine o programmato per apprendere autonomamente.



IA: Applicazioni

Computer vision è il campo di ricerca che studia come permettere ad una macchina di comprendere ciò che vede, attraverso una videocamera.



IA: Applicazioni

Decision making: è l'area forse più interessante nella quale possono essere impiegate le tecniche di Intelligenza Artificiale.

Già oggi la maggioranza delle compravendite di titoli viene attuata da algoritmi nel giro di frazioni di secondo (*high frequency trading*).



04. L'Intelligenza Artificiale Generativa

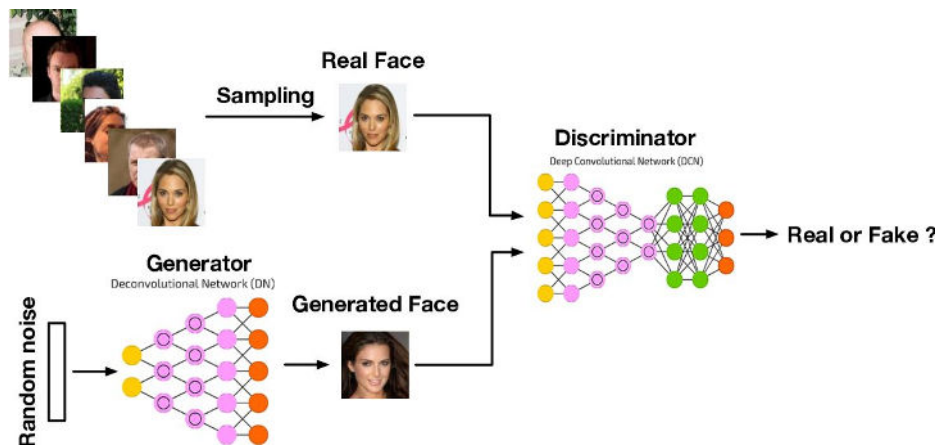


L'Intelligenza Artificiale Generativa

Col termine Intelligenza Artificiale Generativa ci si riferisce ad **algoritmi di machine learning (non supervisionati o semi-supervisionati) che permettono di generare nuovi contenuti** (audio, video, foto, codice) **da input testuali.**

Due tipologie di IA Generativa

1. **Generative Adversarial Networks o GAN:** tecnica ideata nel 2014, ideale per la identificazione e creazione di immagini e video da input testuali o visivi.



Due tipologie di IA Generativa

2. **Transformer:** tecnica ideata nel 2017 da Google, ideale per generazione di nuovi output.

È un'architettura di reti neurali che si basa su modelli di encoder e decoder che imparano le relazioni tra sequenze di dati, come le parole, e producono output verosimili statisticamente.

The best thing about AI is its ability to

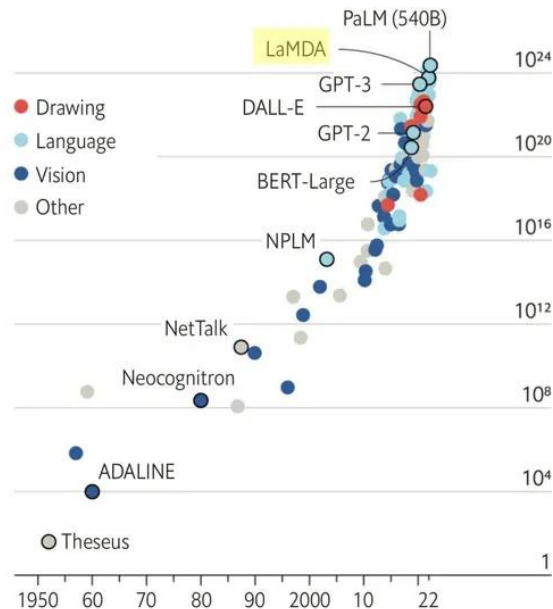
learn	4.5%
predict	3.5%
make	3.2%
understand	3.1%
do	2.9%

Modelli di Linguaggio di Grandi Dimensioni

Un modello linguistico è una distribuzione di probabilità di parole.

Se usiamo una rete neurale (**Transformer**) per dare addestrare la macchina con Modelli di Linguaggio di Grandi Dimensioni (**Large Language Models**) arriviamo alla possibilità di generare testi (e non solo) che hanno le caratteristiche della novità.

AI training runs, estimated computing resources used
Floating-point operations, selected systems, by type, log scale



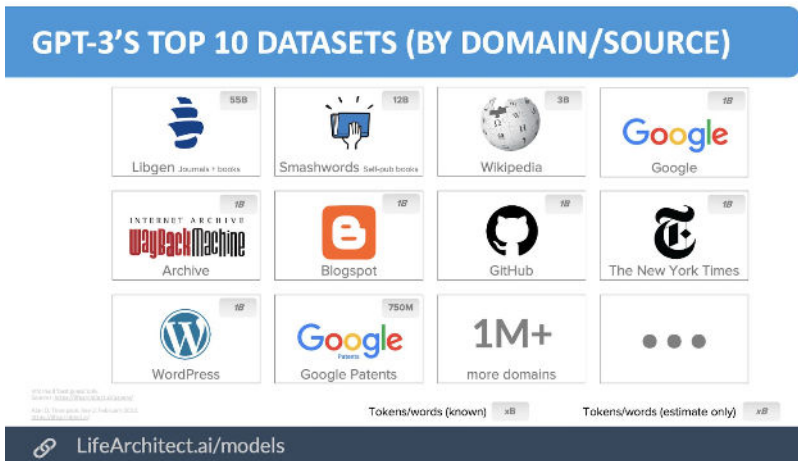
Sources: "Compute trends across three eras of machine learning", by J. Sevilla et al., arXiv, 2022; Our World in Data

Da dove vengono i dati?

Un ruolo importante è svolto dai **dati di addestramento** dei modelli di linguaggio.

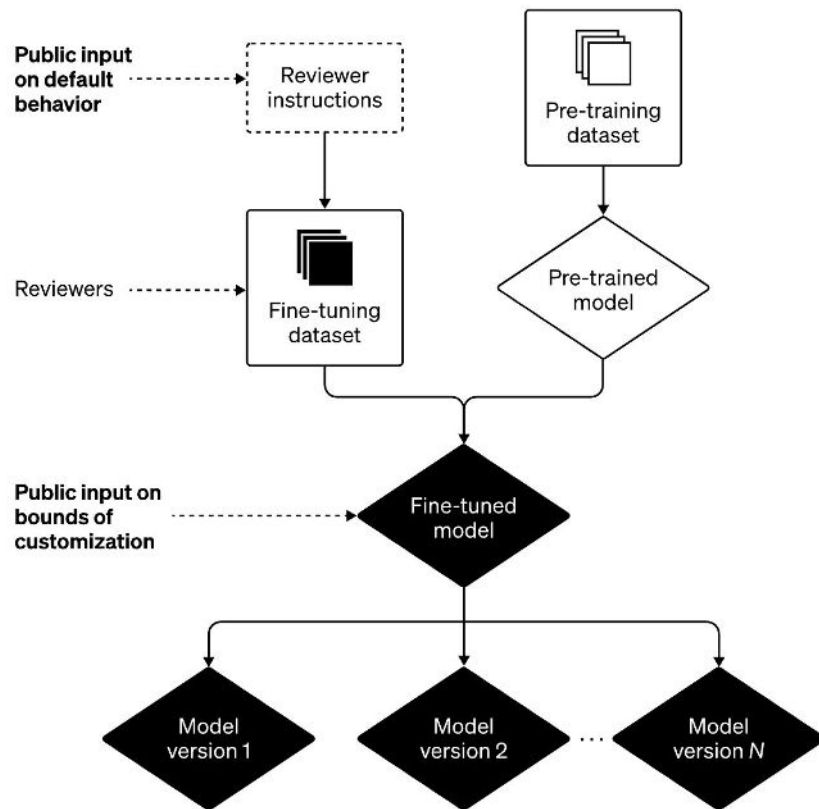
GPT-3 è stato addestrato su 750 GB di dati provenienti da libri (**autopubblicati**), da Wikipedia, da Google e da diversi domini internet (**scraping**).

La sua conoscenza è congelata al 2021.



Quanto può costare?

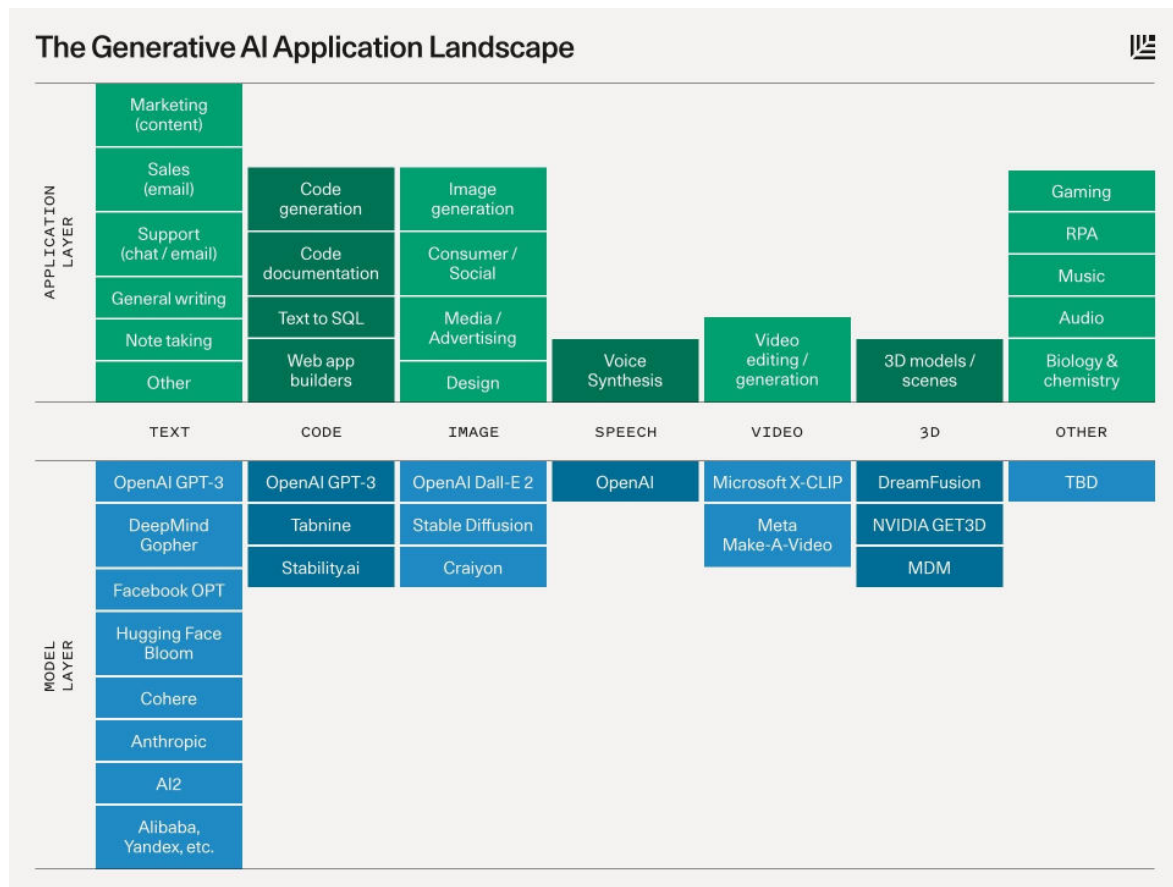
- **Hardware per l'addestramento**
- **Staff**
- **Tempo per collezionare i dati**
(12-18 mesi di scraping e ripulitura) + **Tempo per il training**
(12 mesi)
- **Inferenza:** il consumo computazionale per dare le risposte



05. Panorama applicativo e prospettive

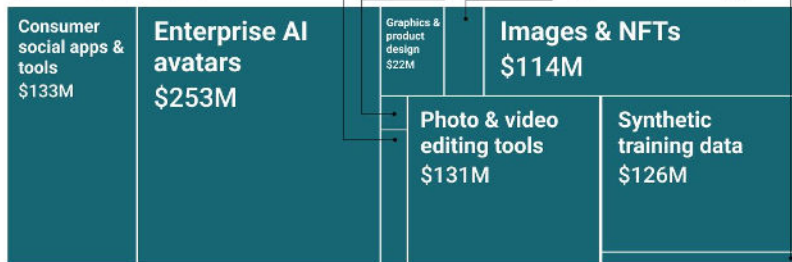


Contesto applicativo: a che punto siamo?

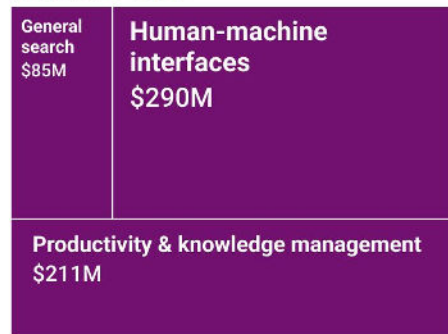


Dove stanno andando i finanziamenti?

Visual media \$822M | 58 deals



Generative interfaces \$586M | 20 deals



Text \$852M | 48 deals



Speech & audio \$212M | 26 deals

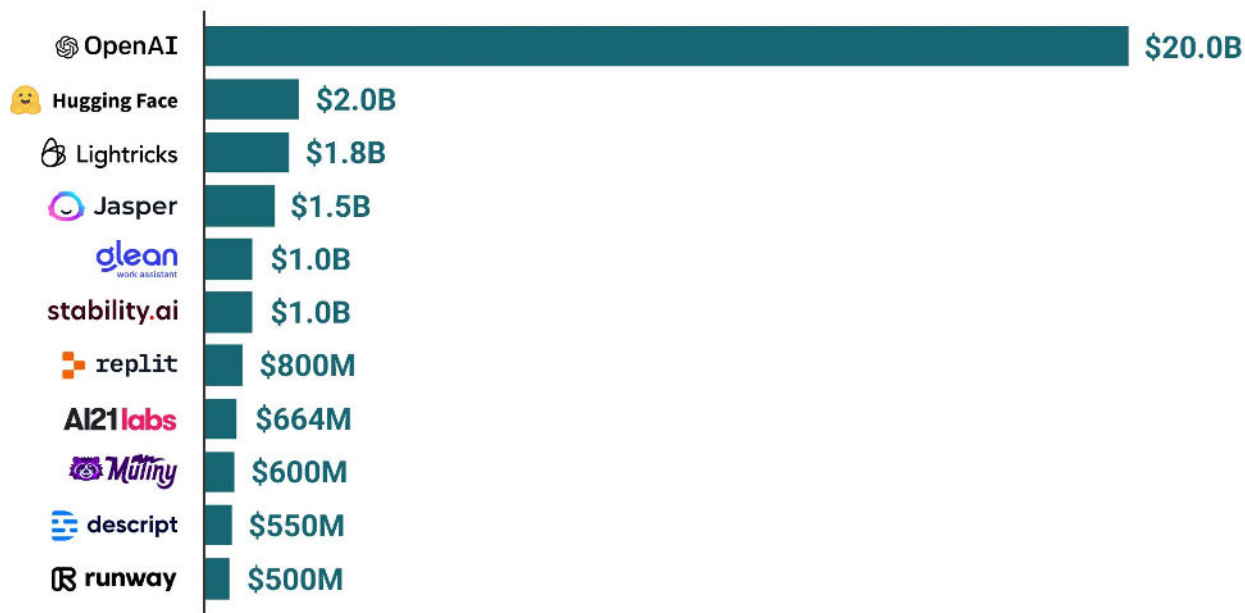
Code \$140M | 20 deals

Source: CB Insights

Based on an analysis of 210+ generative AI companies building cross-industry enterprise solutions; excludes deals to industry-specific companies and model developers such as OpenAI.

CBINSIGHTS

Le aziende con la più alta valutazione



Source: CB Insights

Excludes companies that use generative AI for specific industrial applications such as protein design.

CBINSIGHTS

Generatori di testo

- **Copywriting**
- **Scrittura**
- **Assistenti intelligenti**
- **Knowledge Management**



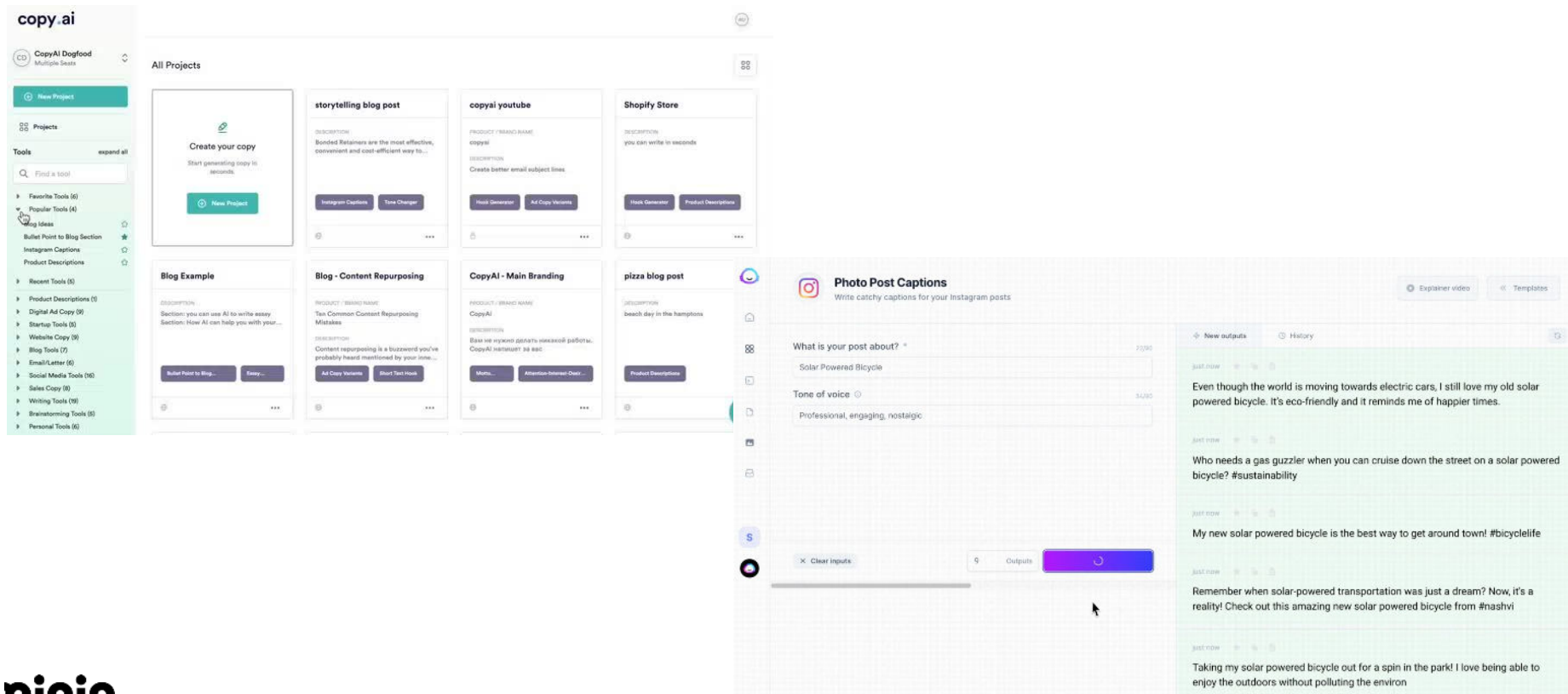
Jasper



sudowrite



Generatori di testo: Copy.ai e Jasper.ai



The image displays two AI text generation interfaces side-by-side. On the left is the Copy.ai dashboard, featuring a sidebar with a 'Tools' menu (including Favorite Tools, Popular Tools, Blog Ideas, and various content creation tools like Bullet Point to Blog Section, Instagram Captions, Product Descriptions, Recent Tools, Product Descriptions, Digital Ad Copy, Startup Tools, Website Copy, Blog Tools, Email/Letter, Social Media Tools, Sales Copy, Writing Tools, Brainstorming Tools, and Personal Tools) and a main workspace with a grid of project cards. These cards include 'Create your copy', 'storytelling blog post', 'copyai youtube', 'Shopify Store', 'Blog Example', 'Blog - Content Repurposing', 'CopyAI - Main Branding', and 'pizza blog post'. Each card has a description and buttons for generating content. On the right is the Jasper.ai 'Photo Post Captions' interface, which shows a form for inputting a post topic ('Solar Powered Bicycle') and a tone ('Professional, engaging, nostalgic'). Below the form, a list of generated captions is displayed, such as 'Even though the world is moving towards electric cars, I still love my old solar powered bicycle. It's eco-friendly and it reminds me of happier times.' and 'Who needs a gas guzzler when you can cruise down the street on a solar powered bicycle? #sustainability'.

Copy.ai Interface:

- Tools:** expand all
- Find a tool:** [Search bar]
- Favorite Tools (6):**
- Popular Tools (4):**
- Blog Ideas:**
- Bullet Point to Blog Section**
- Instagram Captions**
- Product Descriptions**
- Recent Tools (6):**
- Product Descriptions (1)**
- Digital Ad Copy (9)**
- Startup Tools (5)**
- Website Copy (5)**
- Blog Tools (7)**
- Email/Letter (6)**
- Social Media Tools (16)**
- Sales Copy (8)**
- Writing Tools (19)**
- Brainstorming Tools (5)**
- Personal Tools (6)**

Jasper.ai Interface:

- Photo Post Captions**
- Write catchy captions for your Instagram posts**
- What is your post about? *** Solar Powered Bicycle
- Tone of voice *** Professional, engaging, nostalgic
- Generated Captions:**

 - Just now: Even though the world is moving towards electric cars, I still love my old solar powered bicycle. It's eco-friendly and it reminds me of happier times.
 - Just now: Who needs a gas guzzler when you can cruise down the street on a solar powered bicycle? #sustainability
 - Just now: My new solar powered bicycle is the best way to get around town! #bicyclelife
 - Just now: Remember when solar-powered transportation was just a dream? Now, it's a reality! Check out this amazing new solar powered bicycle from #nashvi
 - Just now: Taking my solar powered bicycle out for a spin in the park! I love being able to enjoy the outdoors without polluting the environ

Generatori di testo: Bing



AI generativa migliori tool



CERCA

CHAT

IMMAGINI

VIDEO

MAPPE

NOTIZIE

ESPANDI

Informazioni sui risultati di 909.000

Data ▼

Apri collegamenti in una nuova scheda

Build an AI-Driven Application - Utilize Free AI & ML Services

aws.amazon.com/free/machinelearning

Ann. Access The Broadest & Deepest Set Of Machine Learning Services For Your Business For Free. Easily Integrated Applications That Produce Accuracy From Continuously-Learning APIs.

Da research.aimu...

Contenuto

Audio

Text Generators

Code Generators

Top 35 Generative AI Tools by Category (Text, Image...) [2023]

<https://research.aimultiple.com/generative-ai-tools>

Image Generators

These tools enable text-to-image conversions that can be used commercially in ...

Video Generators

Generative AI enables text-to-video conversion within minutes. The... [Visualizza altro](#)

Audio

Voice Generators

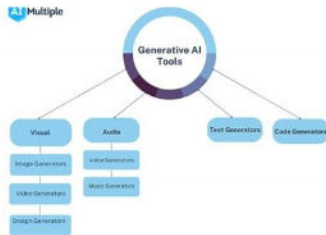
Generative AI converts text to soun...

Music Generators

Through generative AI, users can cr...

[Visualizza altro](#)

Text Generators



SCOPRI DI PIÙ



Ciao, questo è Bing. L'AI generativa è un tipo di intelligenza artificiale che può creare nuovi contenuti, come testo, immagini, video, audio, codice o dati sintetici ¹. Ci sono molti strumenti di AI generativa per diverse applicazioni. Per esempio:

- Per la generazione di voci: **Lovo** ², un potente generatore di sintesi vocale
- Per la generazione di immagini: **DALL-E 2** ³, un modello che produce immagini da prompt di testo
- Per la generazione di testo: **ChatGPT** ⁴, un modello che produce testo coerente e naturale da prompt di testo

Di cosa sei interessato? 😊

Altre informazioni: [1. techopedia.com](https://techopedia.com) [2. ihal.it](https://ihal.it)

[3. zdnet.com](https://zdnet.com) [4. mckinsey.com](https://mckinsey.com) [5. ihal.it](https://ihal.it)

[6. it.cryptonews.com](https://it.cryptonews.com) [7. research.aimultiple.com](https://research.aimultiple.com)

[Visualizza altro](#) ▼

Generatori di immagini

- Illustrazioni
- Fumetti
- Foto
- Loghi
- Elementi di UI

Midjourney

stability.ai

PRISMA LABS

craiyon

Lexica

Playground

Google Research
Imagen

PhotoRoom

Facet

Let's
Enhance
.io

TOPAZ LABS

artbreeder

alpaca

mage.space

Nyx gallery
AI-generated photography

windsor

Hypotenuse AI

KREA

PixelVibe

WaifuLabs

Blend

Generatori di immagini: StarryAI

starryai+

Explore

My Creations

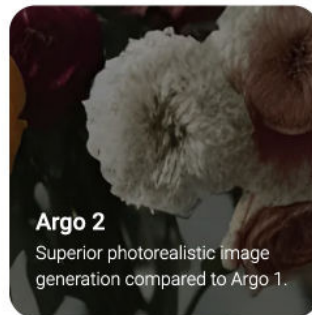
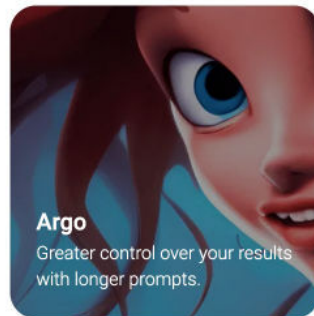
Create

6
credits



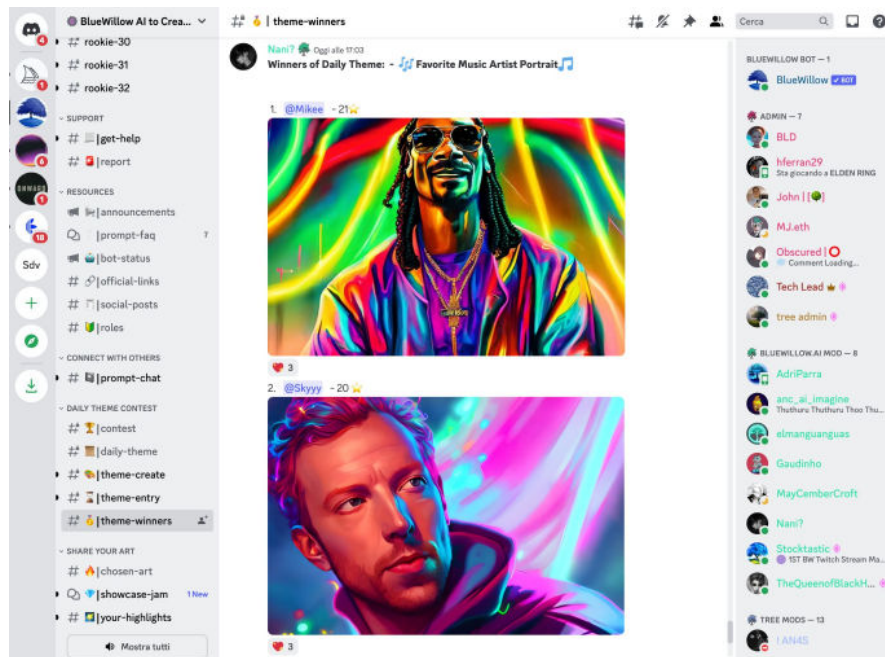
- **StarryAI** è un generatore di immagini da testo.
- Modello Freemium
- Si comprano crediti per poterlo usare più a lungo
- Il processo di creazione è guidato

Select AI



Generatori di immagini: Blue Willow

- **Blue Willow** è un generatore di immagini da testo gratuito.
- Si utilizza attraverso un bot di **Discord**
- È simile a **Midjourney**
- Funziona col prompt **/imagine**
- Bisogna conoscere i parametri giusti per usarlo al meglio



Generatori di video

I generatori di video sono ancora in fase sperimentale.

- Meta: Make a Video
- Google: Imagen Video
- Runaway: GEN-1 per trasformare i video



EmbodimentMe



synthesia



reface



D-ID



Rephrase.ai



Fliki



tavus

Colossyan



YEPIC AI



DEEPBRAIN AI



soul machines



Hour One



vidyo.ai



Movio

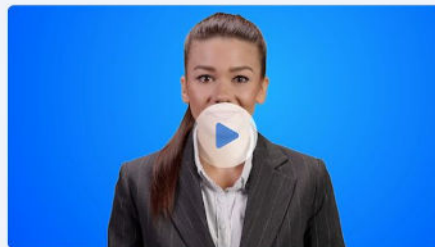
typecast



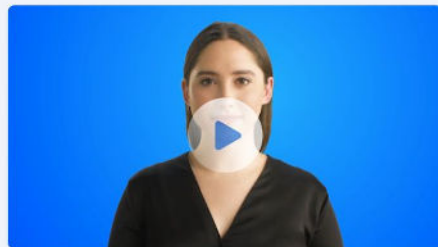
PICTORY

Generatori di video: Synthesia

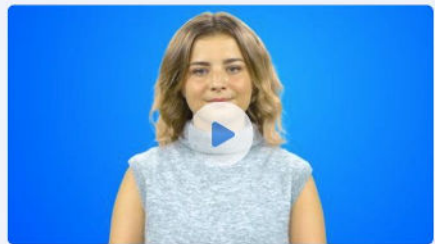
- Si seleziona un avatar
- Si sceglie la lingua (tra le 65 disponibili)
- Si sceglie lo stile di narrazione
- Si carica un testo
- E si ottiene un video



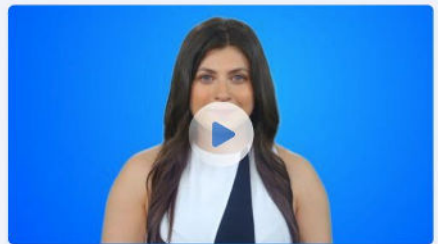
Emma



Alex



Arielle



Monica

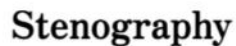
Generatori di audio

- **Parlato:** tool “text to speech” che permettono di trasformare un testo in un elemento audio.
- **Musica:** strumenti che permettono di generare musica nuova da input, solitamente non testuali, ma predefiniti.



Generatori di codice

- **Generazione di codice:** il più noto è GitHub Copilot che riesce a generare il 40% di codice nei progetti dove viene usato
- **Text to SQL:** tool di generazione di query SQL da input di testo
- **Web App:** come Durable
- **Documentazione**



IA nelle tue attività

Individua le attività di marketing che attualmente svolgi e che potrebbero essere migliorate con l'IA, associando un tool (tra quelli visti o provati).

Attività di marketing	Tool





AI MARKETING



IA e l'evoluzione del marketing

Strategy & Intelligence



Vincenzo Cosenza
Marketing Consultant

Agenda

- 01.** L'evoluzione del marketing
- 02.** I problemi del marketer moderno
- 03.** Marketing Automatizzato e Aumentato
- 04.** Lo stato dell'IA in azienda
- 05.** Un framework per introdurre l'IA in azienda

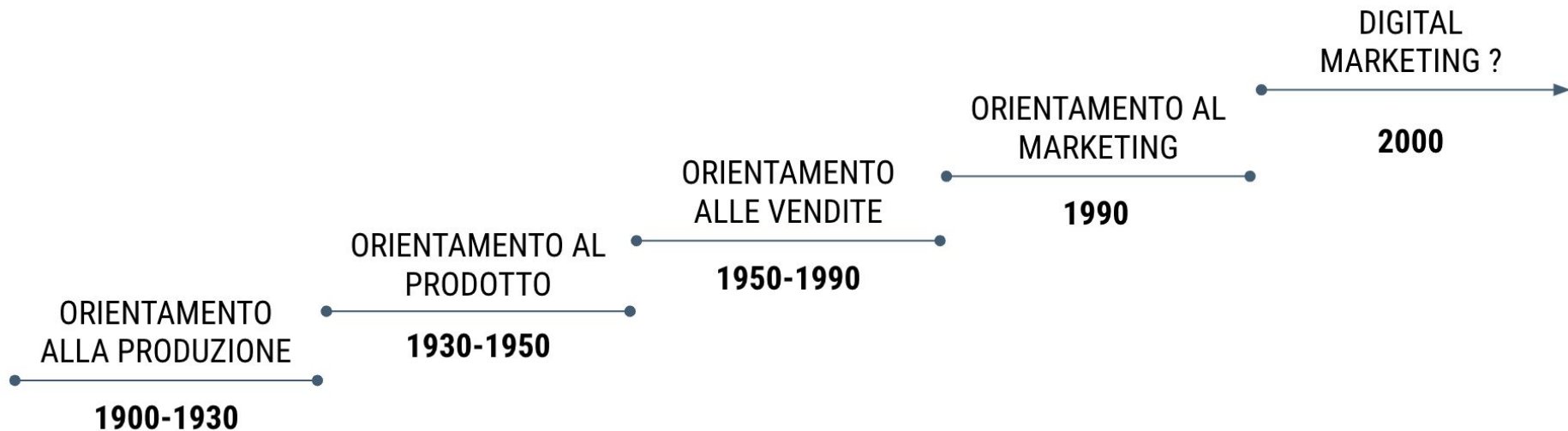


01. L'evoluzione del marketing



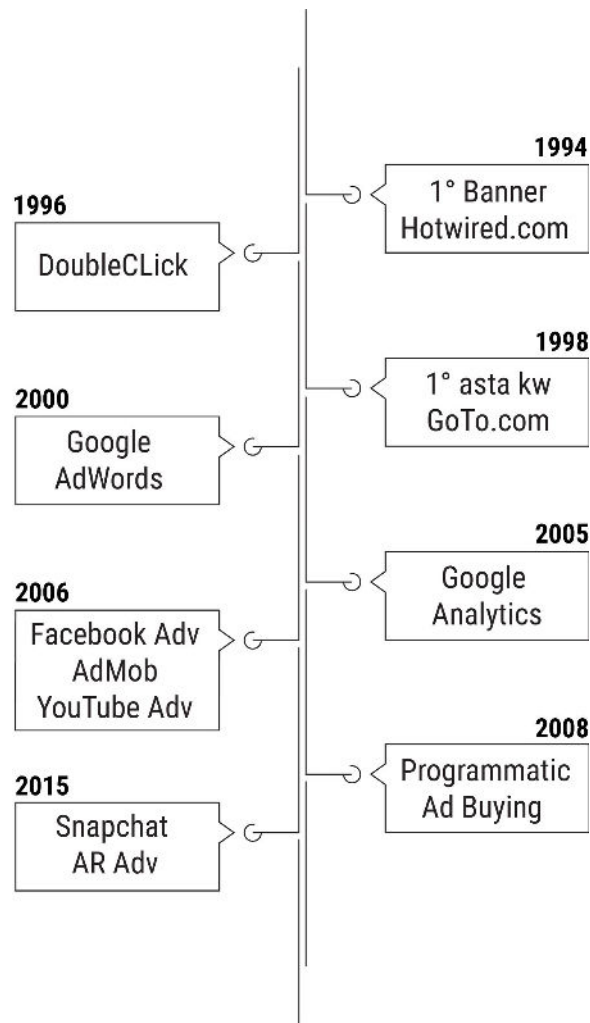
L'evoluzione del marketing

Il Marketing è l'attività, l'insieme delle istituzioni e i processi che permettono di creare, comunicare, consegnare e scambiare offerte che hanno un valore per i consumatori, i clienti, i partner e la società tutta (American Marketing Association).

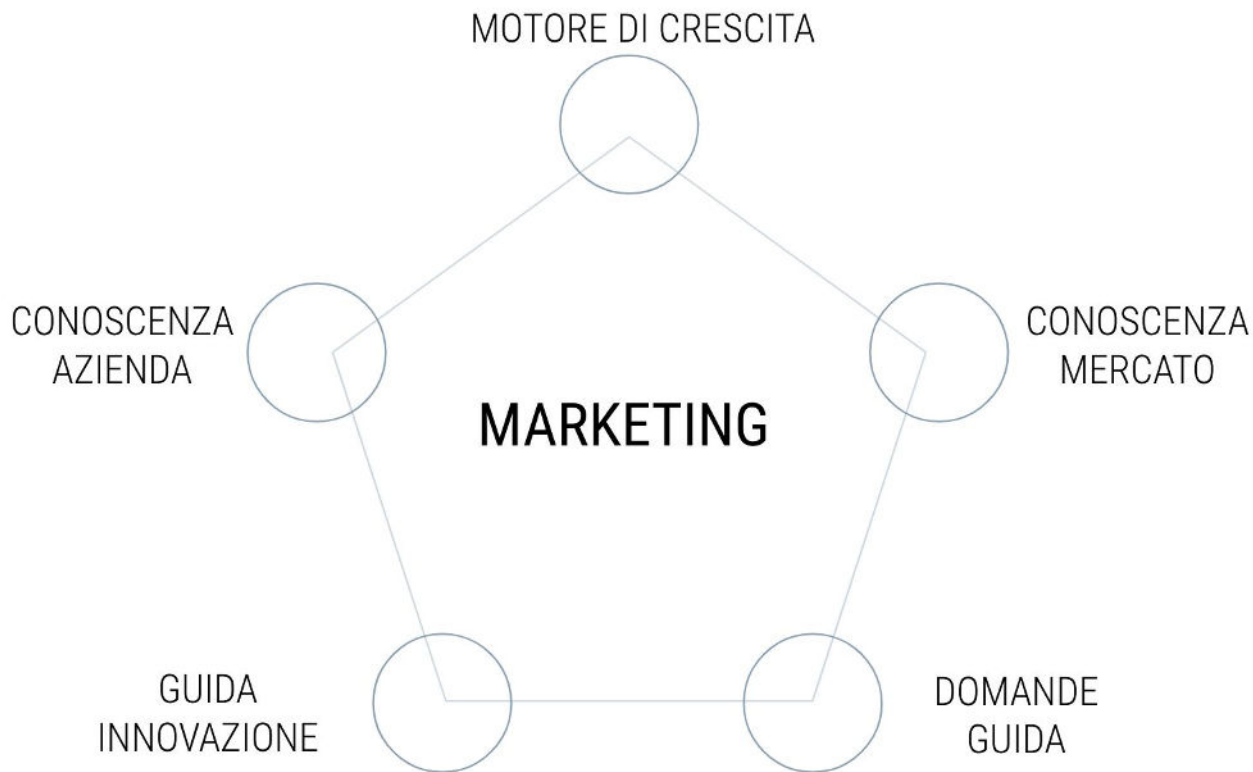


Il digital marketing

L'enfasi sugli strumenti generata dall'hype attorno al digital marketing ha portato un'intera generazione di professionisti a saltare a pie' pari lo studio dei fondamenti del marketing per buttarsi a capofitto nell'utilizzo dei **"tool"**.



Il ruolo centrale del marketing oggi



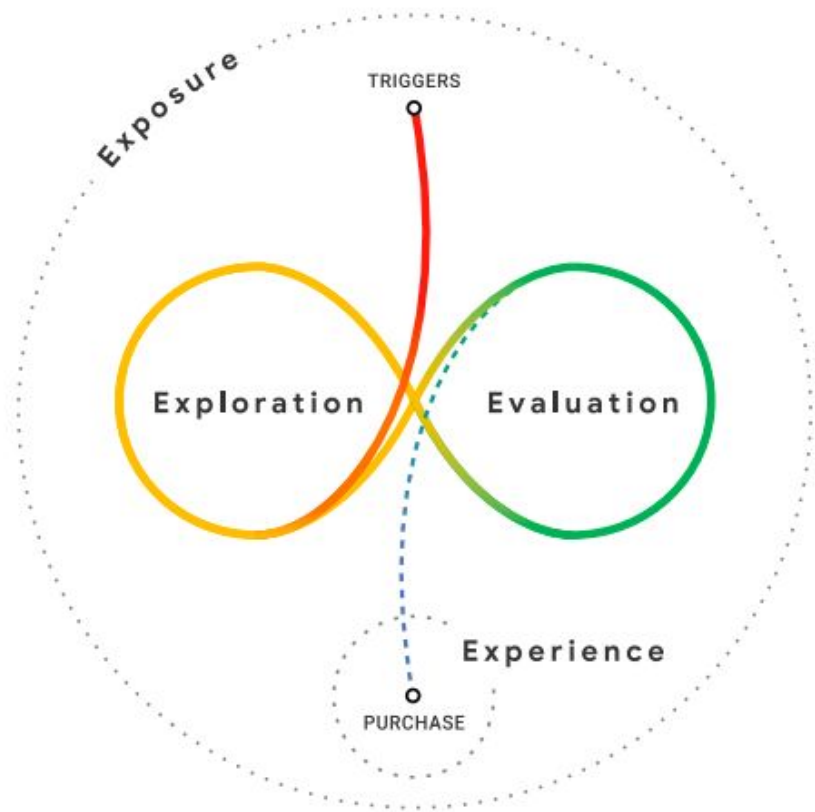
Le sfide: il consumatore aumentato

- Più consapevole del proprio ruolo nell'ecosistema di mercato
- Più attento ai meccanismi di influenza e promozione
- Più sfuggente e infedele



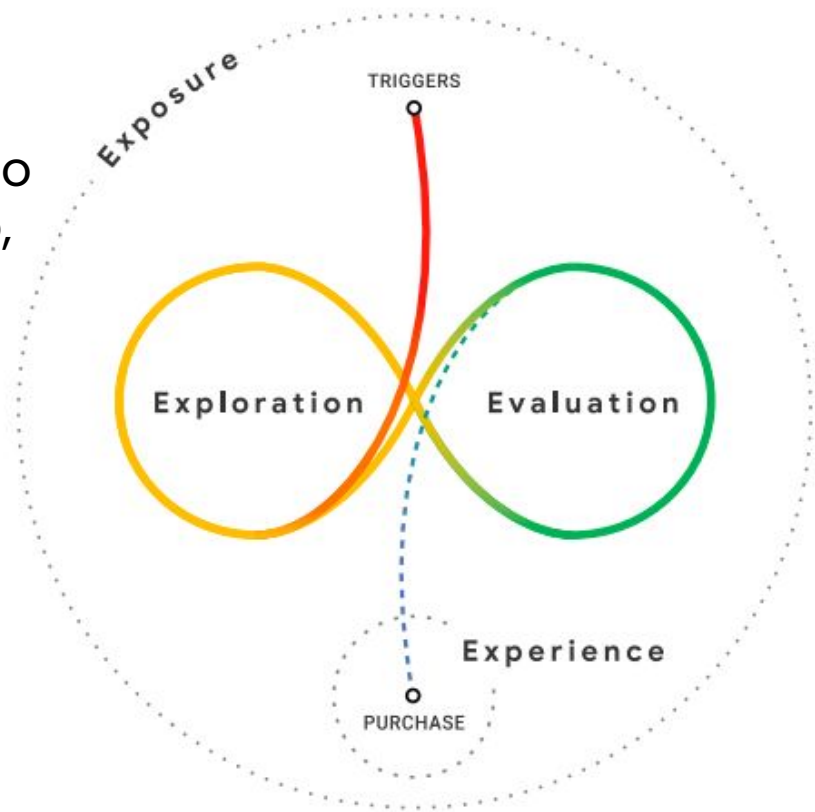
Le sfide: un ecosistema ricco di stimoli

In passato le aziende e i consumatori si incontravano nel punto vendita e in occasione delle pubblicità ospitate dai pochi mezzi di comunicazione esistenti.



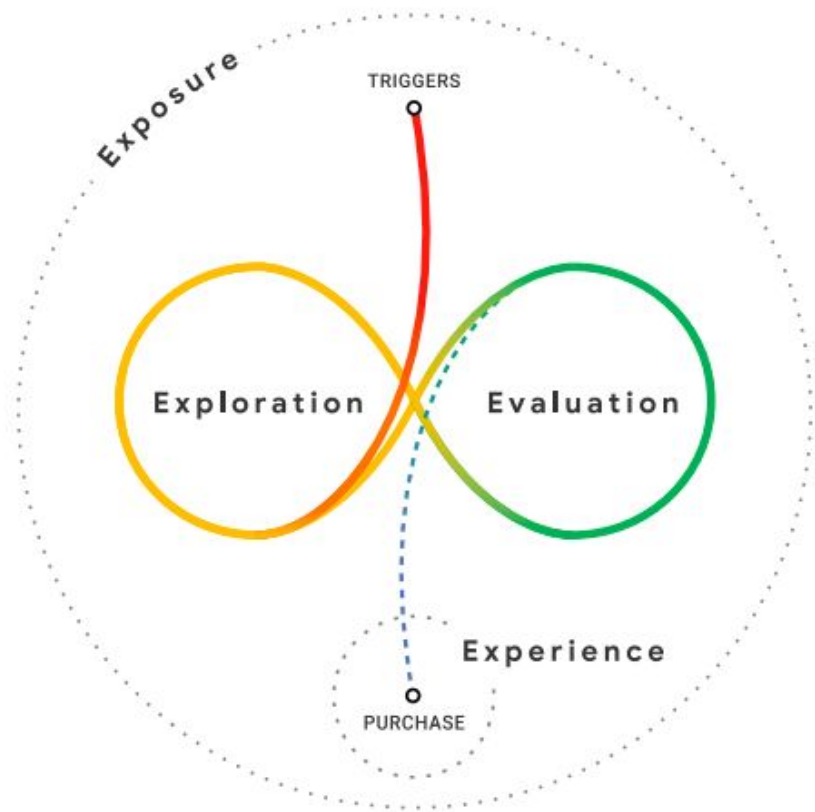
Le sfide: un ecosistema ricco di stimoli

Oggi, invece, persone e aziende sono immerse in un ecosistema mediale carico di stimoli, informativi e d'intrattenimento, che sono veicolo di suggestioni comportamentali che possono trasformarsi in fattori condizionanti l'acquisto, immediato o futuro.



Le sfide: un ecosistema ricco di stimoli

A volte questi stimoli sono distrazioni nel processo di acquisto oppure sono contrastanti tra loro, per cui ne determinano l'interruzione definitiva o temporanea.



Le sfide: la frammentazione del brand

L'immagine del brand oggi non è facilmente progettabile dall'alto degli uffici comunicazione aziendali.

L'azienda non può far altro che rassegnarsi alla perdita di controllo e adattare il suo marketing affinché sia attento, rapido e agile.



Le sfide: la frammentazione del brand

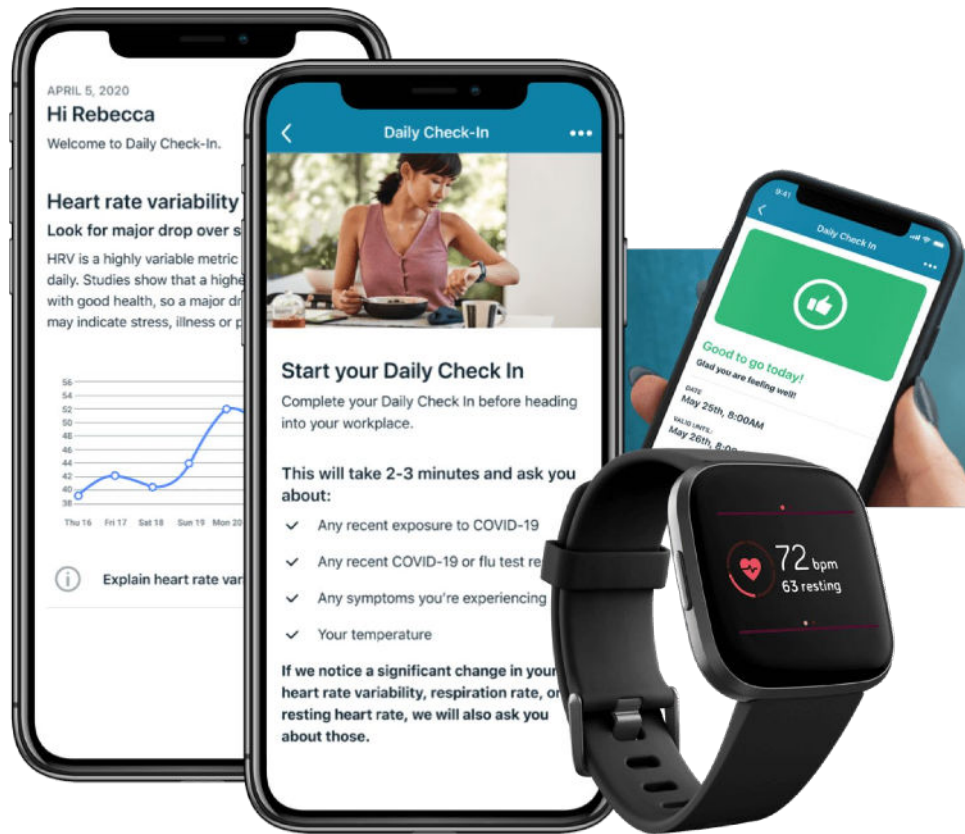
Il **brand activism o purpose** può aiutare a costruire un'immagine chiara e duratura del brand nella mente del consumatore.



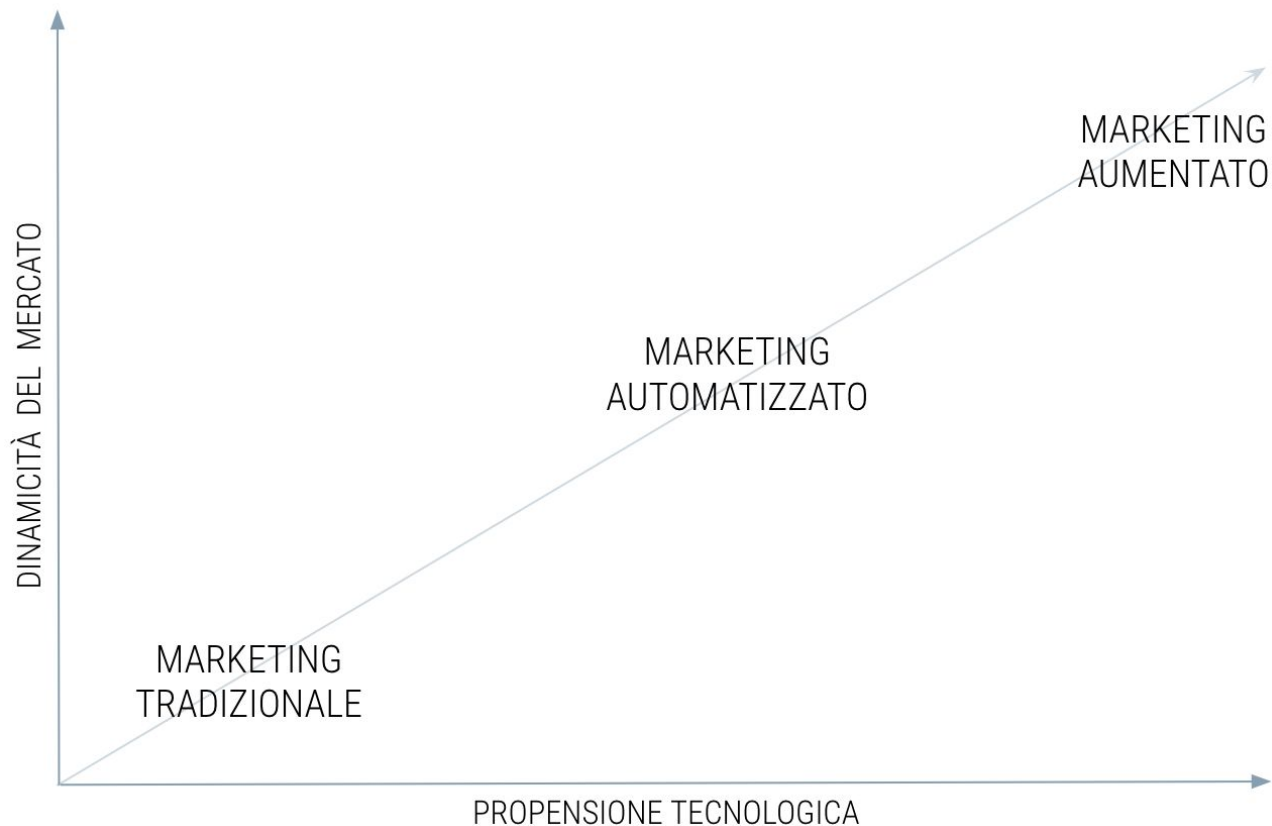
Le sfide: dal prodotto all'esperienza

Oggi le persone non cercano semplici prodotti per soddisfare un semplice bisogno, ma soluzioni innovative a bisogni complessi.

Sempre più spesso i prodotti diventano servizi (smartwatch, API).



Verso il marketing aumentato



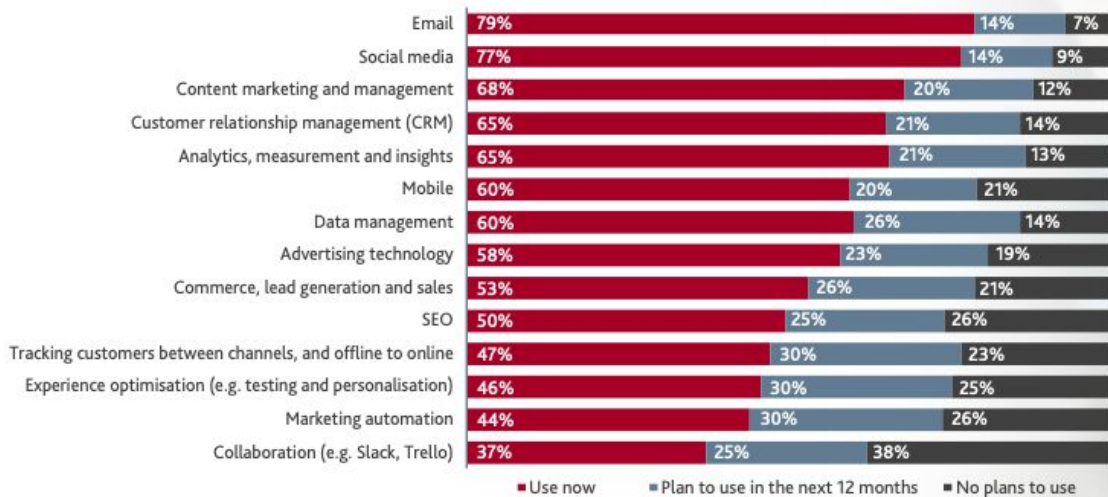
02. I problemi del marketer moderno



Budget Martech

**Marketing+Technologia:
il 29% del budget
marketing delle grandi
aziende è dedicato al
martech (Gartner).**

FIGURE 8 - IN WHICH OF THE FOLLOWING MARKETING DISCIPLINES DO YOU CURRENTLY OR PLAN TO USE A MARKETING TECHNOLOGY TOOL? BRAND RESPONDENTS



Due to rounding, some figures may not sum to 100%

Martech in Italia

Il panorama italiano Martech è molto sbilanciato sugli strumenti di social e relazionali, meno sulla parte ecommerce e dati.

ITALIAN MARTECH LANDSCAPE 2022

VINCOS.IT

ADVERTISING & PROMOTIONS	CONTENT & EXPERIENCE	SOCIAL & RELATIONSHIPS	COMMERCE & SALES	DATA
Mobile Marketing 	Email Marketing 	Social Media Marketing & Monitoring DATALYTICS	Ecommerce Marketing 	Business/Customer Intelligence & Data Science
Search & Social Advertising 	Content Marketing 	Conversational Marketing & Chat 	Retail Proximity & IoT Marketing 	Data Management Platforms
Video Advertising 	SEO 	Customer Experience, Service & Success 	Sales Automation, Enablement, Intelligence 	Customer Data Platforms
Display & Programmatic Advertising 	Web Experience Building & Management 	Influencer Marketing 	Mobile & Web Analytics 	Dashboards & Data Visualization
PR 	Campaign/Lead Management 	CRM 	Advocacy, Loyalty, Referrals 	iPass Cloud/Data Integration & Tag Management
Call Analytics & Management 	Interactive Content 	Community & Reviews 	Events, Meeting & Webinars 	
	PIM, DAM 			

Martech in Italia: adv & promotion

Soluzioni che appartengono a tre grandi famiglie:

- **Advertising**
- **PR**
- **Call Management**

ADVERTISING & PROMOTIONS

Mobile Marketing

AdKaora
DIGITAL FLOWERS

beintoo
Business Through Mobile

instal

ADIMOVE.COM

MAPENDO

Search & Social Advertising

quiple

Video Advertising

viralize

Display & Programmatic Advertising

ad.agio

EvolutionADV

MARKETPLACE

PR

DATA STAMP

L'ECO DELLA STAMPA

SIFA

olocom
Technology

mimesi
YOUR MEDIA INTELLIGENCE

INFOJUICE
By Euregio

Call Analytics & Management

xcally™

voxloud

koll

Martech in Italia: content & exp

Soluzioni molto variegate per la gestione dei contenuti in senso lato:

- **Email Marketing**
- **Content Marketing:SEO**
- **Web Building & Management**
- **Campaign Management**
- **Interactive**
- **PIM**
- **DAM**

CONTENT & EXPERIENCE
Email Marketing
     
Content Marketing
   
SEO
   
Web Experience Building & Management
        
Campaign/Lead Management
    
Interactive Content

PIM, DAM
   

Martech in Italia: social & relationships

Soluzioni molto diverse per la gestione dei rapporti con le persone:

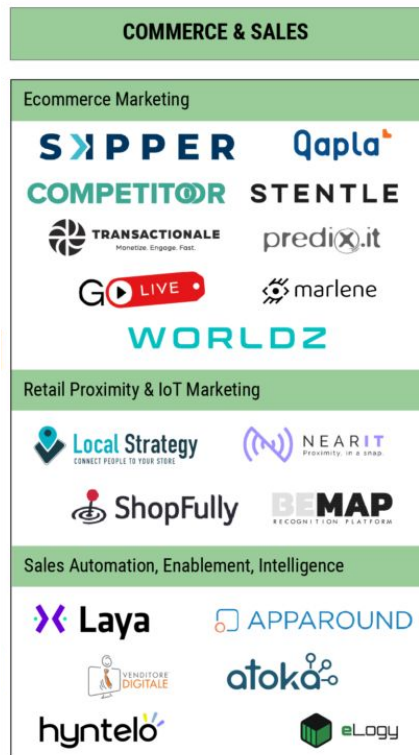
- **SMM & Monitoring**
- **Conversational Marketing**
- **Content Experience**
- **Web Building & Management**
- **Influencer Marketing**
- **CRM**
- **Advocacy, Loyalty, Referrals**
- **Community & Review**
- **Events**

SOCIAL & RELATIONSHIPS	
Social Media Marketing & Monitoring blogmeter Buzztech KPI6 DATALYTICS anteo NOT JUST ANALYTICS NEXTATLAS RedAbissi DATA APPEAL postpickr	CRM White Rabbit LeadSpark Gabama vtenext MrPRENO NAMU
Conversational Marketing & Chat RES PON SA HEJI vivocha laila Klondike tiledesk CROWM eudata USERBOT AI FOR HUMANS Awhy IPERVOX LiveHelp	Advocacy, Loyalty, Referrals ROYALTY Fanize GAMIDU leevia
Customer Experience, Service & Success User indigo.ai stip pigro uppo Schorally LIFEdata.AI	Community & Reviews feedaty
Influencer Marketing BUZZOOLE Influencer 180 FLYTRENDY INFLUENCEE virality doseplatform hoopygang friendZ Inflead	Events, Meeting & Webinars lorida.io coderblock metooo

Martech in Italia: commerce & sales

Soluzioni che appartengono a tre grandi famiglie:

- **Ecommerce Marketing**
- **Retail Proximity & IoT Marketing**
- **Sales Automation, Enablement, Intelligence**



Martech in Italia: data

Soluzioni che partono dall'analisi avanzata dei dati per fornire indicazioni ai marketer:

- **Business/Customer Intelligence & Data Science**
- **Data Management Platform**
- **Dashboards & Data Viz**
- **iPaaS Cloud/Data Integration & Tag Management**
- **Mobile & Web Analytics**
- **Marketing Analytics, Performance, Attribution**
- **Customer Data platform**



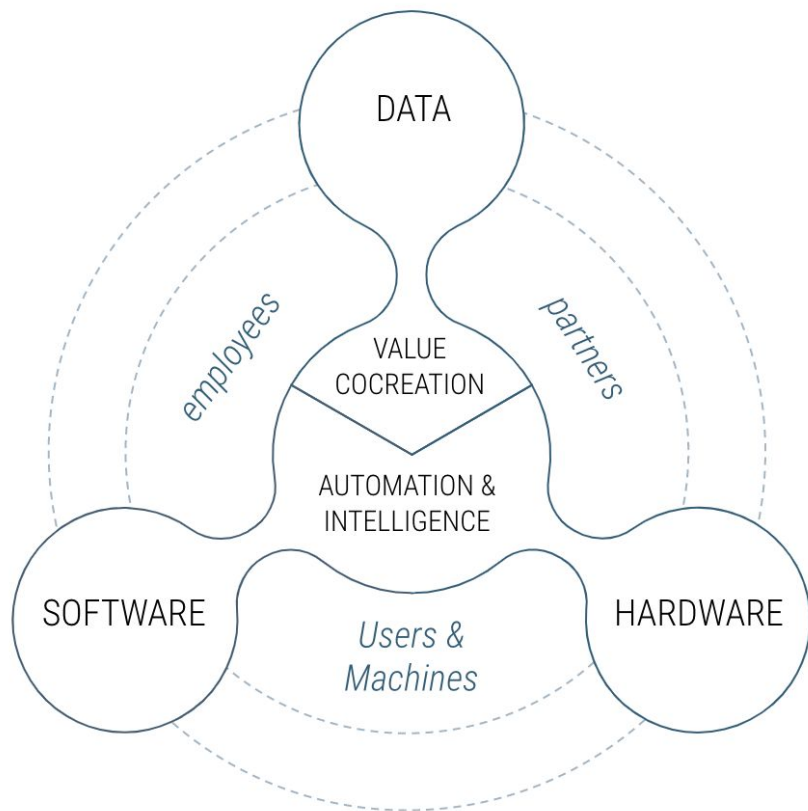
03. Marketing automatizzato e aumentato



Martech Aumentato

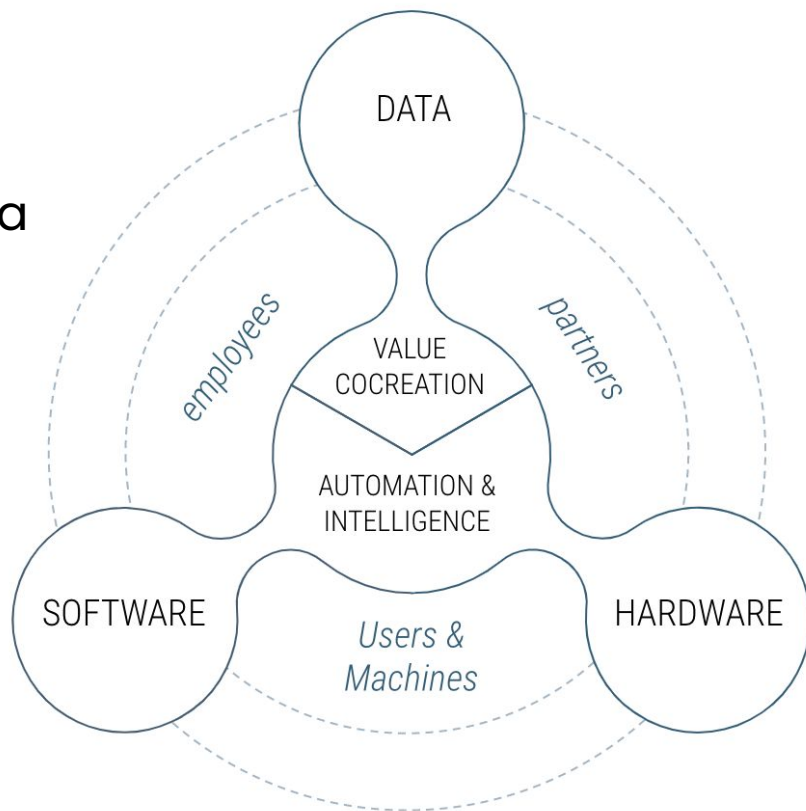
Il marketing è una disciplina nata in un contesto stabile e governato dagli umani.

Oggi, sempre più, ad interazioni e transazioni tra persone, si affiancano quelle con agenti artificiali di vario tipo: dati, algoritmi, software, sensori, oggetti intelligenti.



Martech Aumentato

Il marketing aumentato è quello che, ben ancorato ai principi fondanti, riesce ad assorbire le novità della cultura digitale e a utilizzarle per non perdere rilevanza.



Chatbot e assistenti digitali

Chatbot: vanno pensati per rispondere alle richieste delle persone, in linguaggio naturale, attraverso un workflow specifico. Sono un esempio concreto di “marketing programmabile”.

Assistenti Digitali: sono una forma più evoluta di chatbot perché rappresentano simulacri di addetti al servizio cliente.



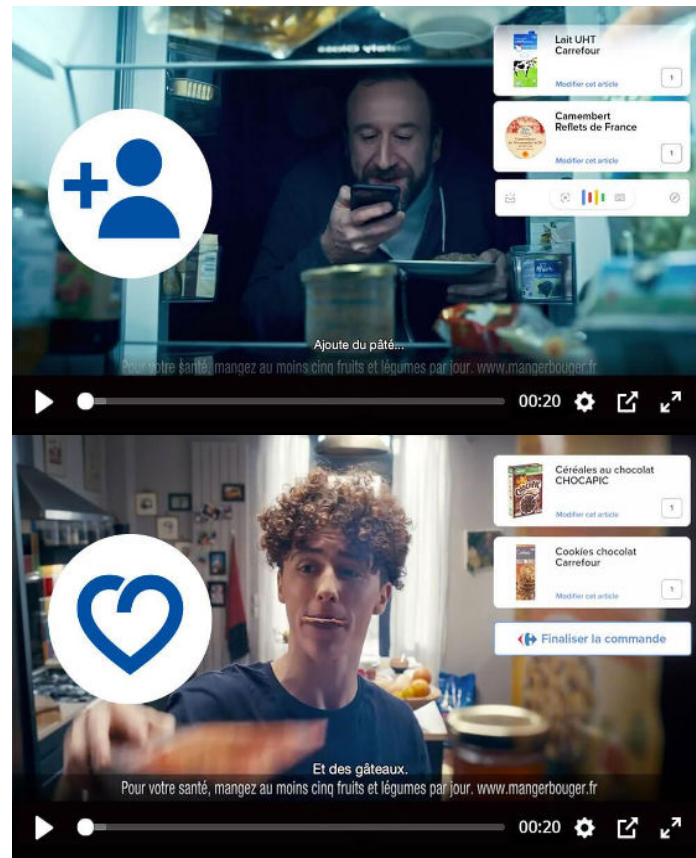
<https://www.soulmachines.com/>

Assistenti vocali intelligenti

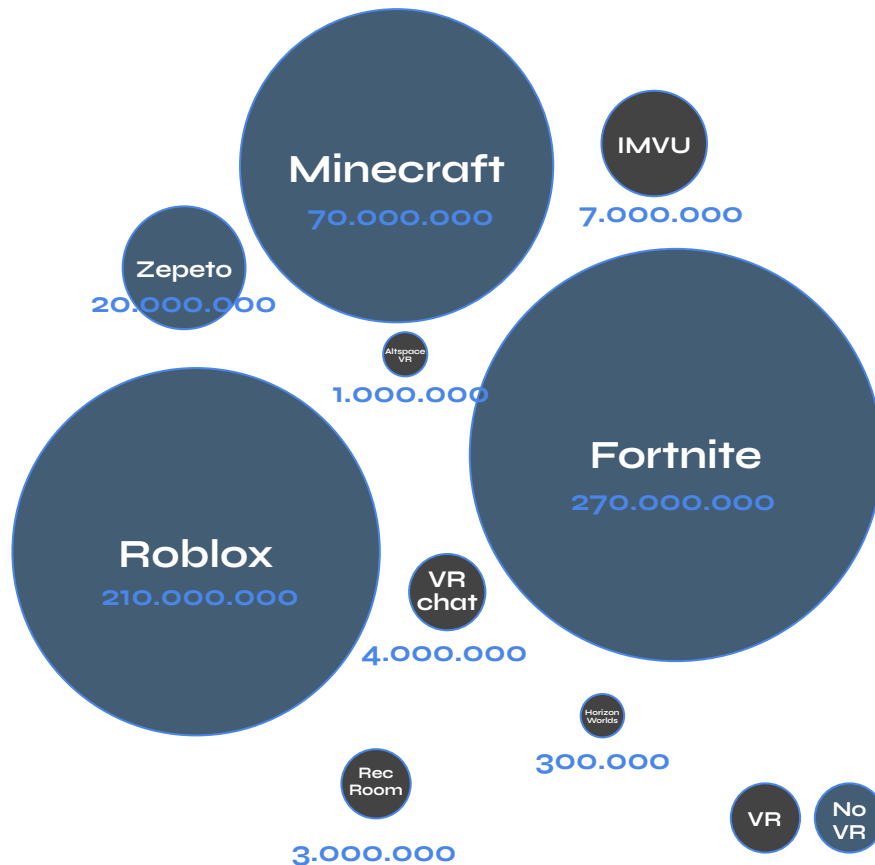
Gli assistenti vocali intelligenti sono piattaforme vocali che si frappongono tra azienda e consumatori.

Si configura un rapporto tripolare tra:

- piattaforma
- brand
- consumatori



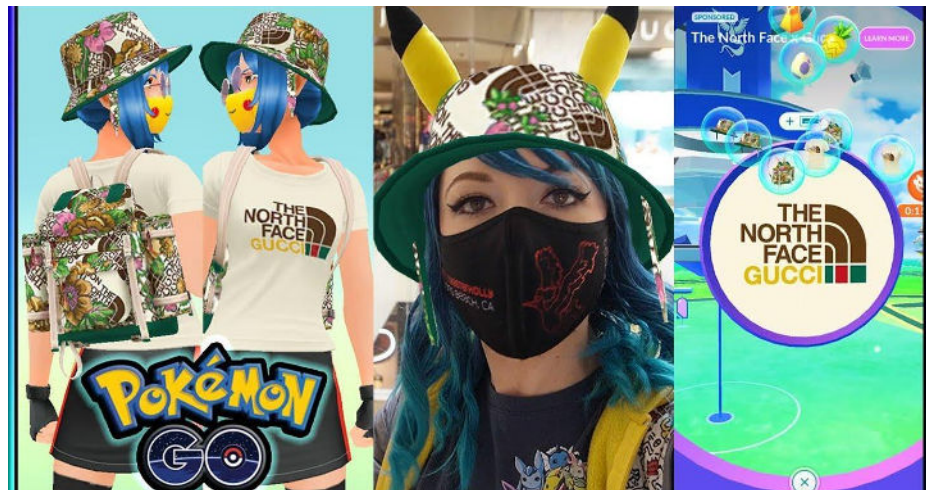
Nuovi territori



Prodotti digitali

I mondi digitali sono anche i luoghi principali nei quali sperimentare la creazione di prodotti digitali da vendere ai nuovi consumatori.

Sfruttando o meno la tecnologia blockchain che permette di trasformare i prodotti digitali in token.



04. Lo stato dell'IA in azienda



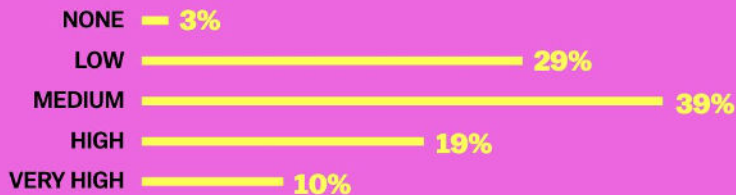
Survey su 600 marketer B2B

- Il 45% si considera un principiante nella comprensione della terminologia legata all'IA
- Il 71% valuta la propria capacità di valutare le tecnologie IA come medie, basse o nulle

UNDERSTANDING OF AI TERMINOLOGY (MARKETING-INVOLVED)



MARKETING AI CONFIDENCE RANKING



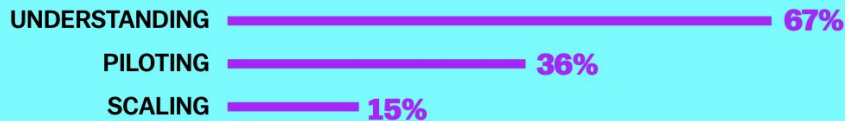
Survey su 600 marketer B2B

- Il 51% dei marketer dichiara che l'IA è molto importante o critica per il successo per i prossimi 12 mesi.
- Lo stadio di "trasformazione" nel quale dichiarano di essere è quello della "comprensione"

IMPORTANCE OF AI TO MARKETING



STAGE OF MARKETING AI TRANSFORMATION



Come si usa l'IA in azienda

- Creare esperienze personalizzate su larga scala
- Accelerare i ricavi
- Ottenere informazioni utili dai dati

MARKETING AI OUTCOMES	PERCENTAGE OF RESPONDENTS
Creating personalized consumer experiences at scale	41%
Accelerating revenue growth	40%
Getting more actionable insights from marketing data	40%
Reducing time spent on repetitive, data-driven tasks	37%
Generating greater ROI on campaigns	36%
Driving costs down	30%
Predicting consumer needs and behaviors with greater accuracy	29%
Increasing qualified pipeline	27%
Unlocking greater value from marketing technologies	25%
None of the above	21%
Shortening the sales cycle	19%

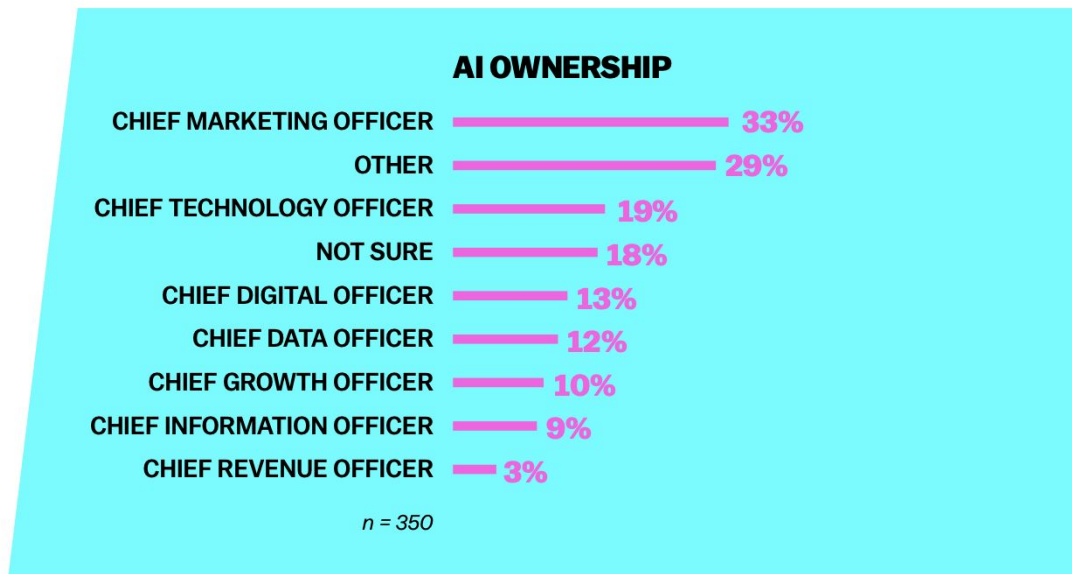
Le barriere all'adozione

- Il 63% cita la mancanza di formazione.

BARRIERS TO MARKETING AI ADOPTION	PERCENTAGE OF RESPONDENTS
Lack of education and training	63%
Lack of awareness	52%
Lack of talent with the right skill sets	43%
Lack of strategy	42%
Lack of resources	40%
Lack of understanding	34%
Lack of technology infrastructure	34%
Lack of the right data	32%
Lack of vision	26%
Lack of executive support	26%
Lack of ownership	20%
Fear of AI	19%
Unknown risks	19%
Mistrust of AI	18%
Unrealistic expectations	16%
Lack of governance	14%
None of the above	4%

Chi gestisce l'IA

- Un grande problema è quello della mancanza di ownership nell'adozione di tecnologie IA.
- Il 33% la attribuisce al CMO, ma il panorama è molto frammentato.A



Dove applicheresti l'IA

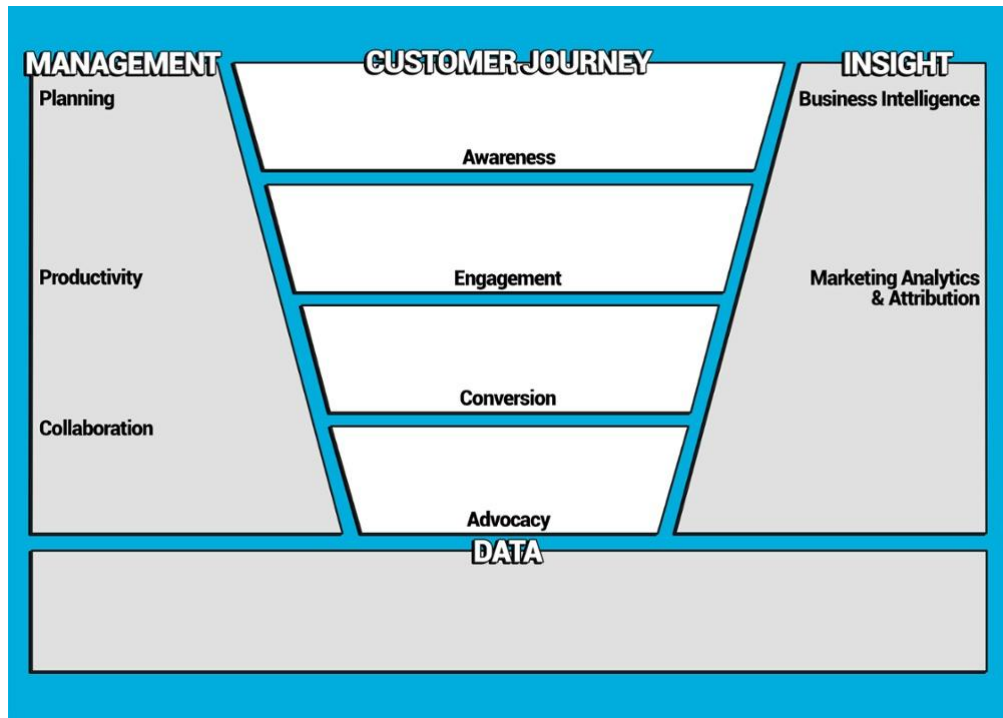
01. Measure return on investment (ROI) by channel, campaign, and overall. (3.95)
02. Discover insights into top-performing content and campaigns. (3.87)
03. Recommend highly targeted content to users in real-time. (3.81)
04. Adapt audience targeting based on behavior and lookalike analysis. (3.79)
05. Optimize website content for search engines. (3.77)
06. Create data-driven content. (3.77)
07. Forecast campaign results based on predictive analysis. (3.73)
08. Predict winning creative (e.g. digital ads, landing pages, CTAs) before launch without A/B testing. (3.72)
09. Create performance reports based on marketing data and analytics. (3.71)
10. Construct buyer personas based on needs, goals, intent, and behavior. (3.68)

05. Un framework per introdurre l'IA in azienda



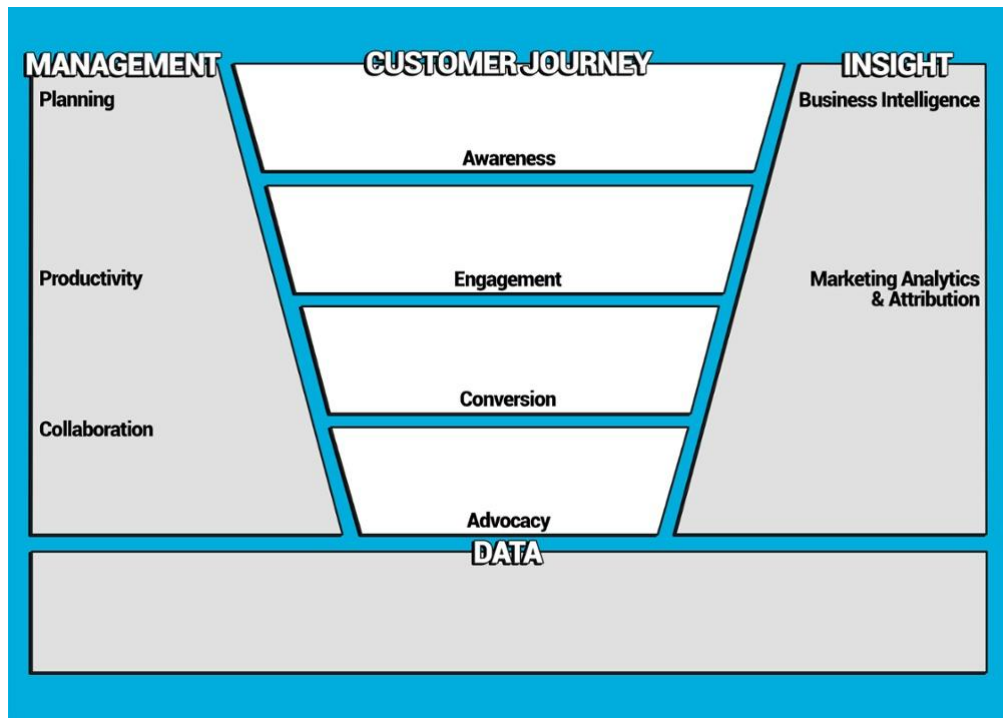
Un framework per l'adozione dell'IA

- Pensare Strategicamente
- Documentare dove sono i dati di valore in azienda
- Documentare quali soluzioni tecnologiche già esistono in azienda



Un framework per l'adozione dell'IA

- Scegliere Make or Buy
- Scegliere un progetto pilota
- Educare (la leadership e non solo)
- Reimmaginare il Marketing Team (Agile Marketing?)



Come scegliere un fornitore di IA

- Quali problemi mi aiuta a risolvere?
- Quanto è avanzata la sua soluzione?
- Quanto bene si integra con il mio stack attuale?
- Quanto è solida l'azienda?
- Valutare il costo iniziale
- Valutare il costo totale
- Valutare la flessibilità della soluzione

IA nelle tue attività

Date alcune attività di marketing, proviamo a piazzarle su un grafico secondo due criteri: il grado di strategicità (ascisse) e il grado di automazione (quanto sono trasformabili dall'IA)

Creazione
Immagini

Engagement

Strategia

Previsione
Lead

Ricerche di
mercato

Adv
Bidding &
Targeting

Customer
Insights

PR

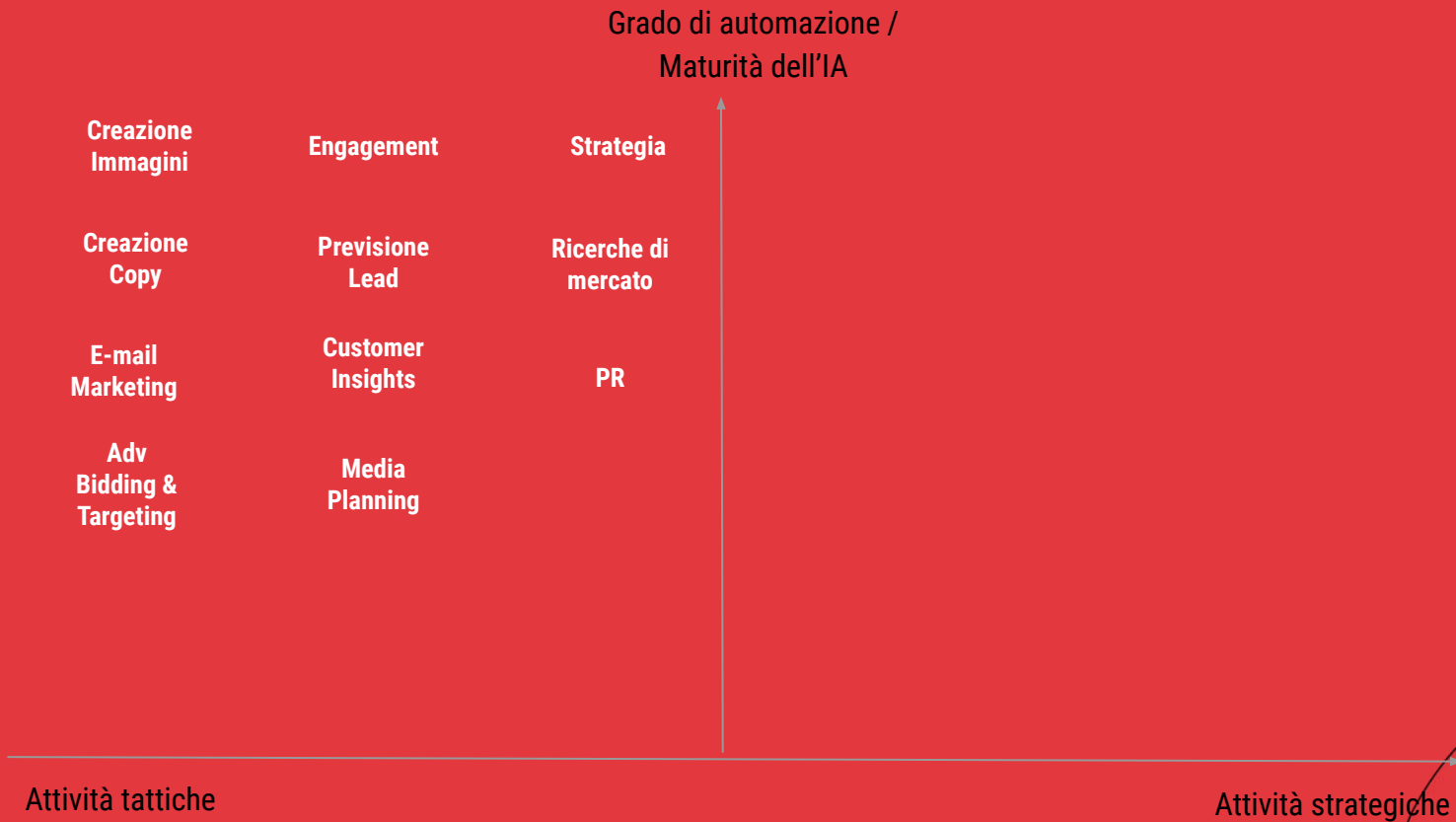
Creazione
Copy

Media
Planning

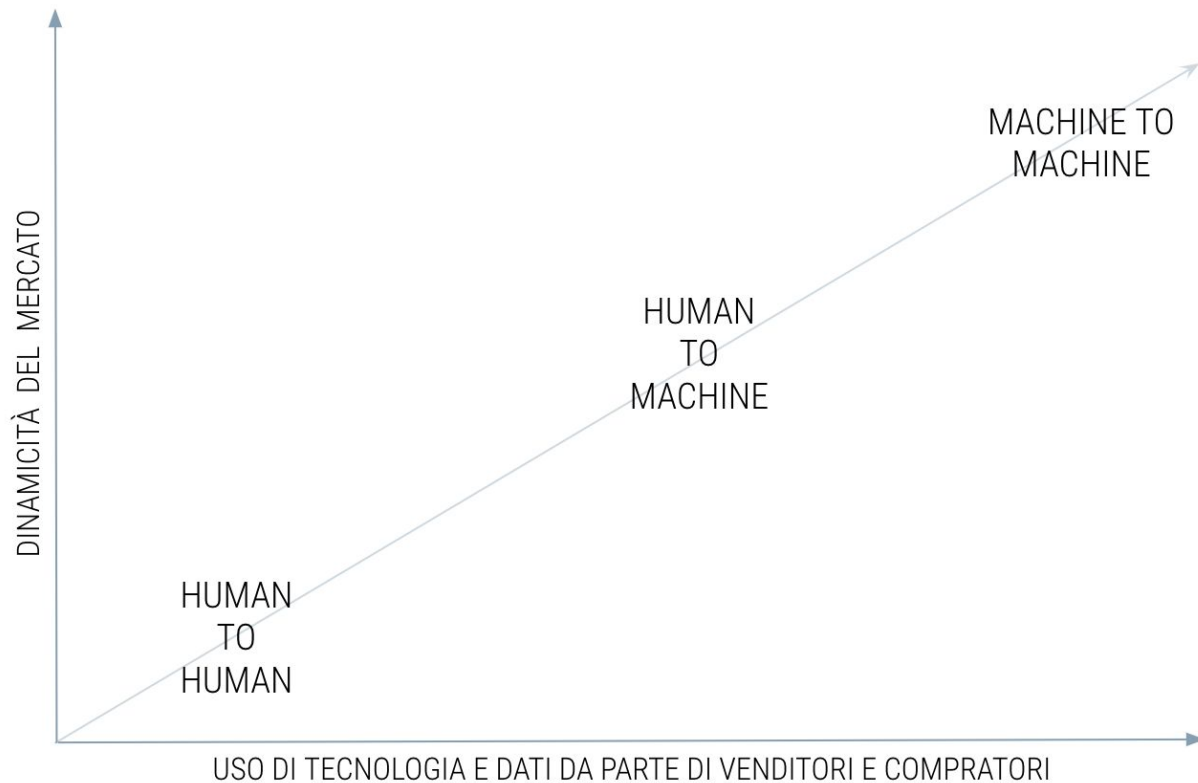
E-mail
Marketing



Esercitazione



Prepariamoci al futuro



ninja