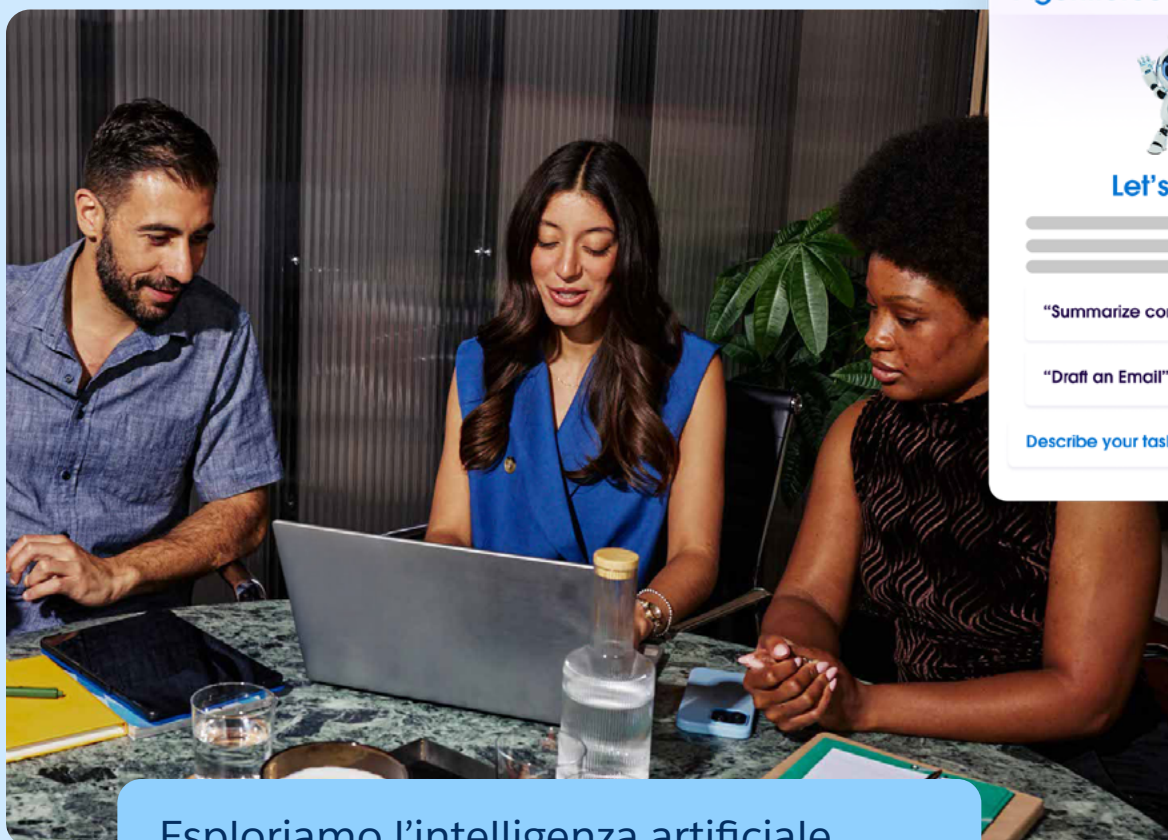
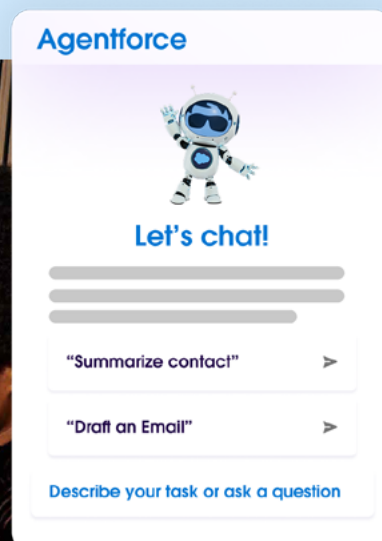


Guida all'AI per piccole e medie imprese



Esploriamo l'intelligenza artificiale (AI) e come puoi incorporarla nella tua azienda.



Sommario

- 04** **Introduzione: l'AI trasforma in meglio la tua piccola e media impresa**
- 05** **Capitolo 1: I casi d'uso per l'integrazione dell'AI nelle tue attività**
- 08** **Capitolo 2: Una strategia AI efficace è fondata su dati e fiducia**
- 11** **Capitolo 3: AI in azione: storie di piccole imprese trailblazer**
- 13** **Conclusioni: come puoi applicare AI + dati al CRM**
- 14** **Scopri di più**

Introduzione: l'AI trasforma in meglio la tua piccola e media impresa

L'AI è rivoluzionaria per il marketing, le vendite e il servizio clienti e le aziende di tutte le dimensioni si stanno affrettando a trarne vantaggio. Le innovazioni tecnologiche, come [l'AI generativa](#), aprono nuove possibilità per i tuoi team e liberano al tempo stesso la loro capacità di concentrarsi sulle attività aziendali strategiche. Con l'AI, le PMI (piccole e medie imprese) possono potenziare l'assistenza e la personalizzazione e rimanere al passo con le crescenti aspettative dei clienti.

Con ogni nuova tecnologia, è essenziale stabilire innanzitutto regole e linee guida sui dati. L'AI non può esistere senza dati e il suo successo dipende dalla fiducia. Tuttavia, il 52% dei clienti non crede che l'AI sia sicura e protetta¹. L'AI è in cima alle priorità di molti CEO, pertanto colmare il gap di fiducia dovrebbe essere prioritario. Disporre di dati affidabili ed essere trasparenti nel loro utilizzo e nella loro gestione sono aspetti fondamentali per rafforzare la fiducia dei clienti e costruire una buona base per l'introduzione delle funzionalità AI. Con una strategia per i dati ben ponderata, mettere al lavoro l'AI è più semplice di quello che sembra.

L'AI è una tecnologia che spesso può intimidire, tuttavia il suo ruolo non è quello di sostituirsi agli esseri umani, bensì di accelerare il lavoro dei tuoi dipendenti e potenziare l'esperienza dei tuoi clienti. L'AI rende l'intera esperienza dei tuoi clienti più personalizzata, efficiente e agevole. E a livello di organizzazione, aiuta i tuoi team a lavorare in modo più intelligente e rapido automatizzando e ottimizzando le attività di routine.



L'AI in termini generali
è la tecnologia che
consente alle macchine
di agire imitando
il comportamento
umano.



L'AI predittiva usa
eventi e dati passati
per prevedere risultati o
azioni futuri.



L'AI generativa crea nuovi
contenuti originali sulla
base delle informazioni e
dei dati forniti.

¹ Fonte: [Mitre-Harris Poll Survey on AI Trends, settembre 2023](#).

Capitolo 1: I casi d'uso per l'integrazione dell'AI nelle tue attività

Per trarre il massimo dall'AI nella tua piccola impresa, è importante individuare quali reparti e attività possono ottenere i maggiori vantaggi. Analizza le diverse parti della tua operatività per determinare quali attività e processi potrebbero beneficiare delle modifiche intelligenti apportate dall'AI. Individuando le aree in cui l'AI può fornire informazioni dettagliate utili, migliorare il processo decisionale, rendere i clienti più felici o far risparmiare denaro, sarai in grado di allineare la tecnologia agli obiettivi generali della tua azienda e creare valore reale per i tuoi clienti.

Gli esperti di marketing delle PMI beneficiano dell'AI per automatizzare e ottimizzare

Il marketing è il destinatario perfetto dell'AI poiché comporta compiti tediosi come la modifica e personalizzazione dei messaggi e il filtraggio tra i dati dei clienti. Immagina quanto tempo potrebbe essere dedicato a responsabilità più strategiche se i team di marketing della tua piccola impresa utilizzassero l'AI per accelerare queste attività laboriose.

Due modi per iniziare a integrare [l'AI nel tuo reparto di marketing](#) sono l'automazione e l'ottimizzazione. Con l'imminente [venire meno dei cookie di terze parti](#), i tuoi team opereranno probabilmente per una maggiore dipendenza dai dati di prima mano. Se hai dati accurati e unificati (non compartimentati), puoi usare l'AI generativa per identificare trend nelle abitudini dei clienti e fare emergere automaticamente raccomandazioni. Sfruttando l'AI, potrai porre praticamente qualsiasi domanda sui tuoi clienti, sui contenuti usati in passato, sulle campagne future, sul ROI – su qualsiasi cosa tu voglia – e ottenere una risposta all'istante da dati di prima mano.



Con le nuove normative sui dati di terze parti, si prevede che i cookie saranno gradualmente eliminati nel 2024.

In aggiunta, i team delle PMI possono risparmiare innumerevoli ore migliorando l'efficienza lungo l'intero ciclo di vita delle campagne di marketing. Per non menzionare la personalizzazione offerta dall'AI che consente di creare percorsi cliente e contenuti basati sui profili dei dati dei clienti in tempo reale. Risparmierai tempo e i tuoi clienti riceveranno l'esperienza personalizzata che desiderano.

I tuoi team di marketing possono iniziare a usare l'AI già oggi per:

- ricercare opportunità per i clienti
- scrivere i brief delle campagne
- generare contenuti con la voce del tuo brand
- ottimizzare i workflow interni (tra cui creazione di report, tempi di invio delle e-mail, gestione dei contenuti)

L'adozione dell'AI può aiutare i responsabili delle vendite della tua PMI a concentrarsi sui clienti

Creare relazioni è essenziale per i responsabili delle vendite delle PMI, ma sono molti i compiti che i tuoi team di vendita devono portare a termine per assicurare il successo della tua azienda. L'analisi dei dati di mercato, le ricerche sugli account, la creazione di report sulle vendite sono solo alcune delle attività che sottraggono tempo prezioso ai tuoi responsabili commerciali che potrebbe essere dedicato alle vendite. Pensa se l'AI potesse fare tutto il lavoro di background per te, consentendoti di concentrarti di più sui tuoi clienti. La buona notizia? È assolutamente possibile.

La tua piccola impresa può usare l'AI per aiutarti a creare [strategie di vendita](#) così complete che riuscirai a ridurre il divario tra i responsabili di vendita junior e senior. I tuoi professionisti delle vendite risparmieranno tempo, aumenteranno la produttività e miglioreranno la precisione utilizzando l'AI generativa per scrivere e-mail ai clienti potenziali, costruire piani di vendita pertinenti e unici e creare materiali di vendita personalizzati. Inoltre, la gran parte delle attività preparatorie e di creazione di report può essere accelerata, riducendo il tempo dedicato ai compiti ripetitivi.

Alcuni dei casi d'uso più comuni [dell'AI per le vendite](#) che i responsabili commerciali possono attualmente esplorare sono:

- prioritizzazione delle opportunità
- riepilogo delle telefonate e individuazione delle migliori azioni successive
- generazione di comunicazioni personalizzate

Gli addetti all'assistenza delle PMI possono risparmiare tempo delegando compiti all'AI

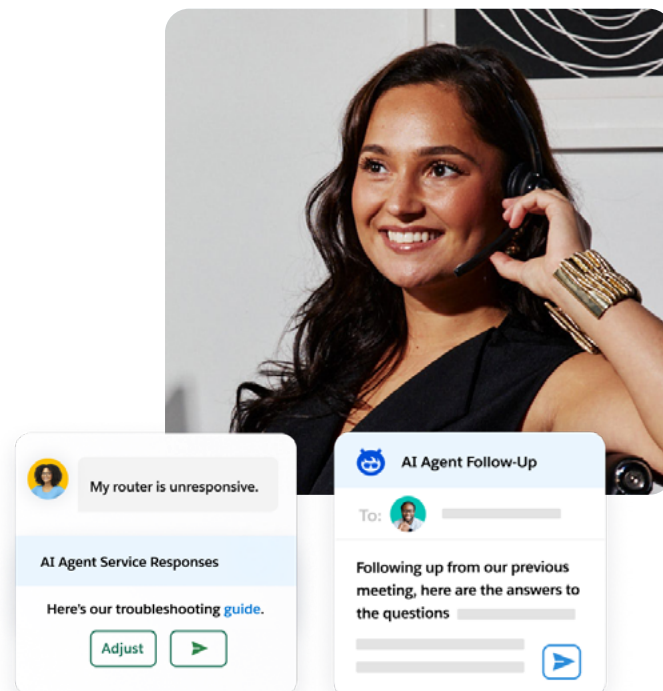
Oggigiorno i clienti possono contattarti in molti modi – via telefono, e-mail, chat o SMS. I clienti si aspettano che gli addetti all'assistenza forniscano informazioni accurate e pertinenti, rispondano tempestivamente e risolvano i problemi rapidamente. Questi requisiti possono sovraccaricarli, soprattutto se sommati a tutti gli altri compiti e se devono occuparsene manualmente.

Ecco che entra in scena l'AI. Gli [addetti all'assistenza delle PMI possono usare l'AI](#) per semplificare attività come le risposte ai clienti. L'AI generativa può fornire automaticamente una risposta simile a quella umana a qualsiasi domanda. Se basata sui dati dei clienti e sulla knowledge base, può personalizzare le risposte generate, rendendole più affidabili e in linea con la voce della tua azienda. I tuoi agenti possono rivedere i suggerimenti dell'AI e inviarli facilmente. Analogamente, l'AI generativa può prendere le conversazioni via e-mail e chat più complesse e riassumerle per i tuoi agenti, facendogli risparmiare moltissimo tempo e la fatica dell'inserimento dei dati.

L'AI può anche accelerare l'assistenza live. Quando assisti un cliente, c'è in genere poco tempo per leggere pagine e pagine di documentazione o mettere a fuoco tutti i dettagli di un articolo della knowledge base. Tuttavia, gli addetti all'assistenza non possono permettersi di non trovare le informazioni giuste per risolvere una richiesta di un cliente. L'AI generativa può aiutare sia gli agenti che i clienti a trovare le risposte necessarie più facilmente e rapidamente, facendo di fatto risparmiare tempo a tutti e riducendo eventuali frustrazioni.

Ecco alcuni dei casi d'uso già adottati dalle PMI per l'assistenza clienti:

- 01** produzione di riepiloghi dei casi
- 02** generazione di risposte consigliate
- 03** personalizzazione dei chat bot
- 04** produzione di articoli informativi



Capitolo 2: Una strategia AI efficace è fondata su dati e fiducia

A livello di tecnologia, l'uso trasparente dei dati è essenziale. Se utilizzi i dati in modo efficace puoi far sentire i tuoi clienti riconosciuti, ma se ne fai un uso improprio rischi di perdere la loro fedeltà.

La fiducia deve quindi essere la base di fondo per iniziare a usare l'AI. Alcuni clienti sono titubanti nei confronti dell'AI per via di preoccupazioni riguardo alla sicurezza, all'etica e ai potenziali pregiudizi dell'AI generativa. Di conseguenza, quasi il 90% si aspetta che sia molto chiaro se sta comunicando con un umano o con un bot. Inoltre, la maggior parte dei clienti, circa tre su quattro, si aspetta garanzie sulla sicurezza dell'interazione con l'AI e sull'utilizzo etico della tecnologia da parte dell'azienda².

L'AI – in particolare l'uso dei dati dei clienti – rappresenta un'opportunità per la tua PMI di mettere a proprio agio i clienti e di creare fiducia.

I clienti mostrano che l'uso dell'AI richiede fiducia

Clienti d'accordo con le seguenti affermazioni

È importante sapere quando comunico con l'AI o un umano	89%
È importante che un umano convalidi il risultato dell'AI	80%
L'AI generativa può introdurre nuovi rischi di sicurezza dei dati	75%
L'uso non etico dell'AI mi preoccupa	74%
I potenziali pregiudizi dell'AI mi preoccupano	63%
L'AI generativa può determinare conseguenze indesiderate per la società	63%
Ho fiducia che l'AI sia accurata quanto un umano	37%

Fonte: State of Connected Customer, 6ª edizione, agosto 2023.

² Focus sul cliente connesso di Salesforce, 6ª edizione, agosto 2023.

Ecco perché la creazione di una [strategia AI](#) affidabile è essenziale. Ti guadagnerai la fiducia dei clienti solo dimostrando che i risultati e le decisioni dei modelli di AI generativa sono efficaci, accurati e privi di pregiudizi e tossicità. È importante introdurre paletti etici e linee guida per innovare in modo responsabile, prevenire potenziali problemi e creare pratiche sicure e degne di fiducia per la tua azienda.

Inizia a [creare fiducia](#) con l'AI generativa:

-  definisci [principi e linee guida](#) etici per la tua impresa e allinea l'intera organizzazione
-  assicura la diversità del team per l'esame dei rischi comuni e usa strumenti per individuare i pregiudizi
-  fornisci ai collaboratori [formazione](#) per riconoscere i pregiudizi e ridurre i rischi
-  [offri trasparenza](#) sugli input, sugli output e sui potenziali pregiudizi dei tuoi modelli
-  assicura che i modelli linguistici di grandi dimensioni (LLM) non conservino i tuoi dati

Una volta create le fondamenta della fiducia, puoi concentrarti sulla preparazione della tua tecnologia e dei tuoi dati. Ogni progetto di AI inizia come progetto sui dati. Ma quali dati? Non possono essere dati compartimentati. Altrimenti rischi che i risultati della tua AI generativa siano di bassa qualità. Per ottenere un modello di AI efficace è essenziale determinare il reparto o i reparti migliori in cui introdurre l'AI e poi collegare, organizzare e armonizzare i dati. Inoltre, per evitare ambiguità e proteggere la riservatezza aziendale, vanno introdotte politiche aziendali chiaramente definite sull'utilizzo della tecnologia e degli strumenti di AI. La preparazione della tecnologia è quindi il passo successivo per garantire il successo dell'AI.

Inizia a [preparare la tua tecnologia](#):

-  definisci metriche di dati, principi di valore del cliente e casi d'uso per [incorporare l'AI](#) nei tuoi reparti
-  prepara il tuo ambiente di dati collegando i [dati/profili dei clienti](#) e stabilendo un'unica fonte di informazioni
-  assicurati di utilizzare [dati puliti](#) – privi di imprecisioni, ripetizioni e lacune
-  aggiorna le tue linee guida sulla sicurezza e sugli acquisti includendo standard di fiducia come il [data mask](#) e una politica di zero conservazione dei dati per garantire che i tuoi dati rimangano al sicuro



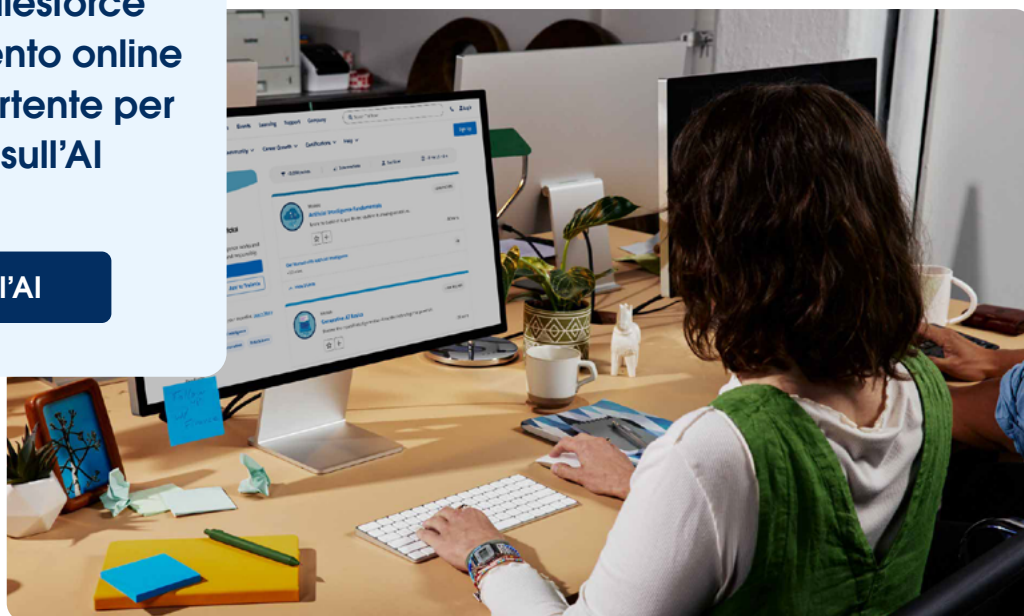
Nonostante ci sia molto entusiasmo sui benefici dell'AI, la formazione per un [utilizzo adeguato ed etico è vitale](#). Per accrescere la fiducia dei tuoi dipendenti nell'utilizzo dell'AI per la loro attività, è innanzitutto essenziale che si sentano a proprio agio e istruiti su come utilizzarla. La formazione può includere il miglioramento delle conoscenze generali sull'AI o l'affinamento delle competenze in materia di data literacy, pensiero analitico e persino scrittura di prompt. Per decidere quali casi d'uso dell'AI sperimentare, può aiutare considerare la formazione disponibile e l'esperienza dei dipendenti. Anche se l'AI è un concetto completamente nuovo per la tua azienda e i tuoi dipendenti, l'aggiornamento professionale non deve essere necessariamente un'impresa complessa o costosa grazie alle offerte di [formazione gratuita](#).

Idee su come puoi [preparare i tuoi collaboratori](#) in modo efficace:

- 01** determina quali competenze servono alla tua forza lavoro e quali sono già disponibili e [fissa priorità](#)
- 02** prevedi tempo e risorse per la [formazione](#) dei dipendenti
- 03** incoraggia la tua forza lavoro ad [aggiornare le competenze](#) continuamente con l'evolvere della tecnologia AI

Scopri [Trailhead](#), la piattaforma Salesforce di apprendimento online gratuita e divertente per imparare tutto sull'AI

Inizia a usare l'AI



Capitolo 3: AI in azione: storie di piccole e medie imprese trailblazer

L'AI sta rapidamente trasformando le attività delle aziende sia esterne che interne. Non devi crederci sulla parola: leggi le esperienze delle aziende che stanno attualmente implementando l'AI nelle loro organizzazioni.



Gli agenti di Wonolo risparmiano il 20% del tempo con le risposte generate dall'AI

Wonolo, un acronimo dell'inglese "Work Now Locally", è un'azienda con sede in Oregon che serve due tipologie di clienti: le persone che cercano lavoro e le aziende che cercano lavoratori.

Prima di introdurre l'AI, Wonolo era alla ricerca di una soluzione più efficiente in grado di gestire il suo volume di dati e le esigenze di personalizzazione. Ora sta migliorando l'efficienza, la fiducia e la coerenza degli agenti con le risposte in chat generate dall'AI.

Quando i clienti aziendali hanno bisogno di aiuto per pubblicizzare nuovi posti di lavoro o i lavoratori richiedono assistenza per le pratiche burocratiche, i dialoghi di chat generati dall'AI aiutano gli agenti a rispondere in pochi secondi riducendo i tempi di gestione del 20%. I prompt aiutano inoltre gli agenti di lingua madre diversa dall'inglese a dare risposte in inglese con sicurezza.

Risultati AI di Wonolo:



20% in meno per i tempi di gestione medi



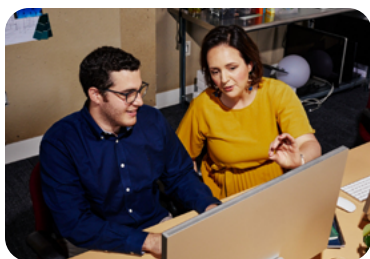
2-3 secondi per risposte con l'AI, invece di 5-10 secondi



5+ ore in meno alla settimana con 11 agenti

[Leggi la storia completa di Wonolo](#)





PaySauce si lancia nell'AI sperimentandola per le sue attività interne

PaySauce è una start-up B2B quotata in borsa in Nuova Zelanda che mira a semplificare la gestione del libro paga per le piccole imprese. Ora l'azienda si avvale delle capacità dell'AI per migliorare ulteriormente il servizio e l'assistenza ai clienti.

PaySauce ha iniziato a sviluppare capacità di AI per migliorare le conoscenze tecniche dei propri dipendenti e garantire ai clienti un'assistenza efficace ed efficiente. Il team di assistenza, che serve un'ampia gamma di settori di piccole imprese, era in precedenza limitato agli ambiti di competenza e alle conoscenze acquisite di ciascun dipendente per rispondere alle domande dei clienti. Mathew Stokes, Chief Operating Officer di PaySauce, era incuriosito da come l'AI avrebbe potuto migliorare l'attività di PaySauce. Ha allora cominciato a sperimentare con l'AI e si è reso conto che avrebbe permesso ai dipendenti di ampliare le proprie capacità sfruttando una base di conoscenze aziendale centralizzata.

PaySauce ha introdotto un chatbot interno, basato su [Service Cloud Einstein](#), per assistere nell'elaborazione di richieste di proposta (RFP) intersettoriali, ricerche e risposte ai clienti. Ora non deve più ricorrere a specialisti del settore: qualsiasi dipendente può sentirsi sicuro nell'affrontare qualsiasi domanda utilizzando le capacità AI del chatbot per formulare e trasmettere le risposte ai clienti rapidamente. L'introduzione interna dell'AI consente al team di "verificare" le risposte prima di comunicarle al cliente, rimanendo fedele al proprio valore di dare la priorità all'esperienza del cliente.

Suggerimenti per iniziare a usare l'AI:

- 01 Avvia ogni progetto AI come un progetto sui dati.** Stokes rivela che la quantità di lavoro svolta per ottimizzare i dati e le conoscenze è stata un investimento quanto l'implementazione dell'AI.
- 02 Adotta un approccio proattivo alla sperimentazione dell'AI.** PaySauce ha creato una solida base di conoscenze e KPI per i dati futuri – non vuoi iniziare tardi E non avere pronti i dati.
- 03 Prova prima l'AI internamente.** I dipendenti potranno abituarsi, proteggendo al tempo stesso i clienti da esperienze negative.

Anche se sono ancora nelle fasi iniziali della loro sperimentazione con l'AI, i leader di PaySauce sono entusiasti. E stanno già identificando le aree da esplorare ulteriormente utilizzando l'AI.

Leggi di più sulla trasformazione digitale di PaySauce

Conclusione: come puoi applicare AI + dati al CRM

L'AI generativa, e l'AI in generale, è colma di possibilità per le imprese piccole e in crescita. Ma per rendere felici i clienti, un [CRM](#) intelligente è essenziale.

Mantenere i clienti soddisfatti non è semplice. Il 65%³ dei clienti si aspetta che si tengano presenti i loro acquisti precedenti, le esigenze stagionali e le loro preferenze d'acquisto. Non sarebbe bello avere un aiuto per gestire tutto questo? È qui che entra in gioco il [CRM potenziato dall'AI](#).

Un CRM potenziato dall'AI combina la potenza dell'AI generativa con i dati dei clienti per migliorare la produttività e fornire una [vista intelligente a 360 gradi](#) dei tuoi clienti.



³ Focus sul cliente connesso di Salesforce, 6^a edizione, agosto 2023

Scopri di più

Chi siamo

Salesforce è la realtà che mette in comunicazione le aziende con i propri clienti. Dal giorno in cui abbiamo aperto le porte dell'azienda, l'attenzione verso i clienti ha guidato ogni nostra decisione. Ha alimentato la nostra crescita e il successo dei nostri clienti. Produciamo un software basato sul cloud progettato per aiutare le aziende a creare legami con i clienti in un modo completamente nuovo perché possano trovare più clienti potenziali, concludere più trattative e stupire i clienti con un servizio straordinario. Con centinaia di migliaia di clienti e milioni di utenti, Salesforce è una scelta comprovata e il CRM n. 1 al mondo.

L'AI in Salesforce

L'AI di Salesforce offre un'AI affidabile ed espandibile, integrata nel tessuto della nostra piattaforma. Con [Salesforce Einstein](#), puoi potenziare le attività di venditori, addetti all'assistenza, esperti di marketing e non solo, con strumenti di AI basati sui dati dei tuoi clienti per rendere ogni esperienza del cliente più soddisfacente. Utilizza la nostra AI nei dati dei tuoi clienti per creare esperienze di AI personalizzabili, predittive e generative e soddisfare in modo sicuro tutte le tue esigenze aziendali. Porta l'AI conversazionale in ogni flusso di lavoro, utente, reparto e settore con Einstein.

Hai domande? Ti aiuteremo a intraprendere il percorso giusto.

Se hai domande sui prodotti Salesforce, sui prezzi, sull'implementazione o su qualsiasi altro aspetto, i nostri rappresentanti sono a tua disposizione per aiutarti.

[Contattaci](#)

Risorse aggiuntive

- [Intelligenza artificiale di Salesforce](#)
- [Guida alla strategia per l'AI](#)
- [Tre cose che gli esperti di marketing possono fare più rapidamente con l'AI generativa](#)
- [4 modi in cui il tuo centro di contatto può iniziare a sfruttare l'AI generativa](#)
- [Tendenze dell'AI generativa per le vendite](#)
- [Che cos'è il CRM generativo – e cosa significherà per la tua azienda?](#)
- [AI dalla A alla Z: il glossario dell'AI generativa per leader aziendali](#)
- [Stato del cliente connesso, 6ª edizione](#)



Le informazioni contenute nel presente report sono fornite esclusivamente per la comodità dei nostri clienti e a titolo puramente informativo. La pubblicazione non implica l'approvazione di Salesforce, Inc. Salesforce.com non garantisce l'esattezza né la completezza di informazioni, testo, immagini, link o altri contenuti della presente guida. Salesforce.com non garantisce che i consigli contenuti nel report conducano al raggiungimento di risultati specifici. Si raccomanda di consultare il proprio avvocato, contabile, architetto, consulente aziendale o tecnico professionista per ricevere consulenza specifica in merito al proprio caso.

© Copyright 2024, Salesforce, Inc. Tutti i diritti riservati.