

LA CENTRALITÀ DEI DATI

L'approccio vincente per la crescita dei ricavi e lo sviluppo del business.

Fabrizio Vigo

www.switchup.it

ABOUT ME

Fabrizio Vigo

Cerco di portare una **cultura data-driven** nelle piccole, medie e grandi **imprese** per far sì che le **decisioni** ed **azioni** di **marketing** e **commerciali**, nonché la gestione dei **rischi di credito** e **compliance**, siano basati il più possibile su **dati** ed **evidenze fattuali**.



LA CENTRALITÀ DEI DATI

Le domande a cui vorrei rispondere con l'intervento di oggi

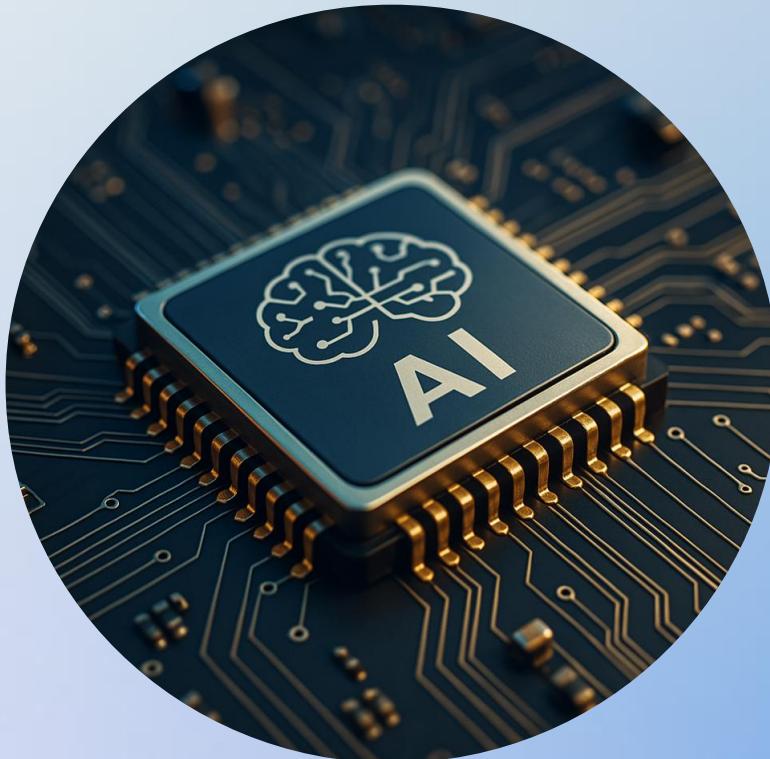
- ✓ Quanto è importante per un imprenditore prendere **decisioni** su basi **informate**?
- ✓ Come usare **i dati** per fare **le scelte giuste**?
- ✓ Come **combinare** **i dati** e la **tecnologia** per acquisire **clienti** e sviluppare **i ricavi**?

IL CONTESTO



In un contesto sempre più complesso e
mutevole **l'imprenditore DEVE**
prendere le decisioni su basi
INFORMATE

INOLTRE C'È L'AI...



Un insieme di tecnologie che, grazie a una **capacità elaborativa** e di **analisi** sempre più avanzata, permette ai sistemi di **apprendere dai dati**, riconoscere schemi complessi e supportare, o in alcuni casi automatizzare, il **processo decisionale**.

L'AI non si limita a eseguire istruzioni, ma evolve adattandosi ai cambiamenti, migliorando nel tempo e creando nuovi contenuti.

MA DI COSA HA BISOGNO L'AI PER FUNZIONARE BENE?



Di dati **puliti** e **funzionali**
all'analisi ed al fenomeno da
osservare: la cosiddetta
KNOWLEDGE BASE.

ESEMPIO DI ALLUCINAZIONI (1 / 4)

Il contesto e i fatti

Il caso ha coinvolto l'avvocato **Steven A. Schwartz** dello studio legale Levidow, Levidow & Oberman di New York. Nel 2023, Schwartz stava lavorando a un caso contro la compagnia aerea Avianca, per conto di un cliente che sosteneva di essere stato ferito da un carrello di servizio durante un volo.

Per supportare il suo caso, l'avvocato doveva presentare documenti che citassero precedenti legali rilevanti. Invece di usare i tradizionali database legali a pagamento (come Westlaw o LexisNexis), che sono molto costosi, Schwartz ha utilizzato **ChatGPT** per cercare precedenti e sentenze. L'avvocato ha ammesso in seguito di non aver mai usato un'AI per il suo lavoro prima di quel momento e di non essere a conoscenza del fenomeno delle allucinazioni.

ESEMPIO DI ALLUCINAZIONI (2 / 4)

Le allucinazioni dell'AI

ChatGPT ha fornito a Schwartz una lista di casi legali che sembravano perfettamente pertinenti e convincenti. I nomi dei casi erano plausibili, ad esempio "Varghese v. China Southern Airlines Co. Ltd.", "Martinez v. Delta Airlines, Inc." e "Miller v. United Airlines, Inc.". C'erano anche citazioni, date e nomi di giudici.

L'avvocato ha inserito queste informazioni nel suo memorandum ufficiale e lo ha presentato alla corte. Il giudice distrettuale **Kevin Castel** ha notato subito qualcosa di strano: i casi citati non comparivano nei database legali ufficiali.

Quando il giudice ha chiesto spiegazioni, Schwartz e il suo team hanno dovuto ammettere la verità: i casi non esistevano. L'avvocato ha presentato delle schermate delle conversazioni con ChatGPT come prova di ciò che era accaduto. In queste conversazioni, l'avvocato aveva anche chiesto a ChatGPT se i casi fossero reali, e l'AI aveva risposto con fermezza che lo erano e che potevano essere trovati su database come Westlaw e LexisNexis.

ESEMPIO DI ALLUCINAZIONI (3 / 4)

Le conseguenze

La vicenda si è conclusa con una sanzione severa. Il giudice Castel ha stabilito che l'avvocato e il suo studio legale avevano agito in **malafede** (sebbene involontariamente) e avevano presentato un documento "falsato" alla corte.

Schwartz e il suo socio sono stati multati di **5.000 dollari**. La vicenda ha anche sollevato un dibattito molto ampio sull'uso etico e professionale degli strumenti di intelligenza artificiale. Il giudice Castel ha sottolineato nel suo verdetto l'importanza di non usare l'AI in modo cieco, ma di verificarne sempre l'output, specialmente in contesti professionali delicati.

ESEMPIO DI ALLUCINAZIONI (4 / 4)

Perché è un caso così importante?

Questo caso è diventato un monito per professionisti di ogni settore:

- **Evidenzia il rischio delle allucinazioni:** Mostra chiaramente che le allucinazioni non sono solo un problema teorico, ma possono avere conseguenze dirette, finanziarie e di reputazione.
- **Sottolinea la responsabilità umana:** Nonostante l'errore sia stato causato dall'AI, la responsabilità finale è ricaduta sull'avvocato che non ha verificato le informazioni. Questo sottolinea che l'essere umano rimane l'ultimo anello della catena di controllo.
- **Genera un precedente:** Molti settori stanno ora discutendo l'introduzione di linee guida o di codici di condotta per l'uso dell'intelligenza artificiale, proprio per evitare che casi simili si ripetano.

Questo episodio dimostra che, per quanto potenti possano essere gli strumenti di intelligenza artificiale, non sono infallibili e non possono sostituire il **pensiero critico** e la **verifica** dei fatti.

COME TROVARE CLIENTI CON I DATI: IL FLUSSO

- ✓ RACCOLTA DEL DATO
- ✓ PULIZIA E INTEGRAZIONE
- ✓ ANALISI E SEGMENTAZIONE
- ✓ ATTIVAZIONE
- ✓ INCONTRO COMMERCIALE

LA RACCOLTA DEI DATI

La raccolta dei dati è fondamentale per ogni strategia data-driven.

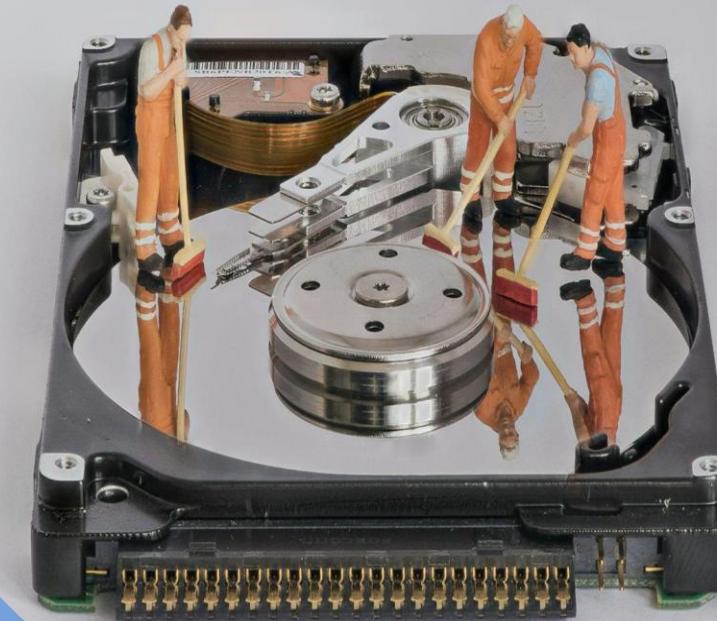
I dati che si raccolgono però devono essere **numerosi, rilevanti** per il fenomeno da osservare e devono essere **fruibili**.

Si integrano fonti eterogenee come **CRM**, **ERP**, **Web Analytics**, sensori social ed evidenze del **Customer Care**.



DATA QUALITY E PULIZIA

Per poter entrare nel modello di analisi, i dati devono essere ripuliti al meglio attraverso processi di **normalizzazione, geocodifica, deduplica** e quindi **arricchimento** con il prospect DB del data provider.



L'ANALISI DELLA PROPRIA CUSTOMER BASE

L'**analisi** della propria **clientela** genera solitamente un vantaggio competitivo reale.

Fare **queste analisi** significa analizzare una grossa quantità di dati, per poter:

- leggere e capire cosa sta accadendo
→ **analisi descrittiva**
- dedurre anticipazioni su ciò che succederà
→ **analisi predittiva**
- dare indicazioni su come agire al fine di raggiungere una situazione desiderata
→ **analisi prescrittiva**



CUSTOMER BASE ANALYTICS → Esempi di applicazione

**Vuoi sapere
qual è il potenziale di spesa
dei tuoi clienti?**

CALCOLO DEL POTENZIALE INDIVIDUALE

Usa modelli statistici e predittivi,
per trovare prospect
più simili ai tuoi clienti
e stimare il loro potenziale
di spesa.

CUSTOMER BASE ANALYTICS → Esempi di applicazione

**Quali altri prodotti o servizi
potrebbero acquistare?**

ANALISI DEL BEHAVIOUR

I modelli statistici e predittivi ti aiutano a trovare i clienti in linea con la tua offerta e a stimare il potenziale di upselling e cross-selling.

CUSTOMER BASE ANALYTICS → Esempi di applicazione

**Quanto sono fidelizzati
i tuoi clienti?**

STIMA DEL RISCHIO DI CHURN

Scopri e anticipa i segnali che possono indicare un potenziale rischio di abbandono da parte dei tuoi clienti.

CUSTOMER BASE ANALYTICS → Esempi di applicazione

**Sei sicuro
che ti pagheranno?**

STIMA DEL RISCHIO DI BUSINESS

Valuta la reale affidabilità dei tuoi partner di business
attraverso il rischio di credito e indicatori finanziari.

LE FASI SUCCESSIVE: ATTIVAZIONE E INGAGGIO

Attivazione e **ingaggio** rappresentano il momento in cui l'analisi si traduce in **azione**, dando vita a **relazioni concrete** con i clienti.

Attraverso canali come **DEM**, **Telemarketing**, **Social Selling** e altre leve di comunicazione, è possibile costruire **percorsi personalizzati**, stimolare l'interesse e guidare il cliente verso l'azione.

Il tutto, con logiche **data-driven** che **massimizzano** rilevanza e **performance**.



LA CHIUSURA DELL'ACCORDO



La **chiusura di un accordo** è sempre un momento cruciale e **l'obiettivo finale** di qualsiasi **strategia commerciale** e di **marketing**.

Non si tratta solo di formalizzare un'**intesa**, ma di **gettare le basi** per una **collaborazione** solida e **duratura**.

TECNOLOGIA APPLICATA AI DATI

Esempio di applicazione del metodo: dal traffico del sito...

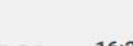
ShinyEngageB2B Analytics & Marketing Automation

iab. [Facebook](#) [X](#)

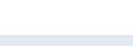
www.sevendata.it...
TRACKING ID:
TRO-sevendatait

Dashboard Visite B2B

Esporta | Dati per EasyBusiness | 12 maggio 2025 - 11 giugno 2025 -

Cantine Ceci
Torriole   **CECI** 1938 16:26 11/06/2025  14 63 27s 0 0 0 
                 

Tecno Glass - S.r.l.
Ortona                

Kenfitt Srl
Lonato del Garda               

TECNOLOGIA APPLICATA AI DATI

...al trovare le aziende simili...

166 aziende trovate

Nome ricerca: Ricerca 11 giu 2025 - 18:57 

I miei criteri  **Le mie combinazioni**  **AGGIUNGI UN FILTRO** 

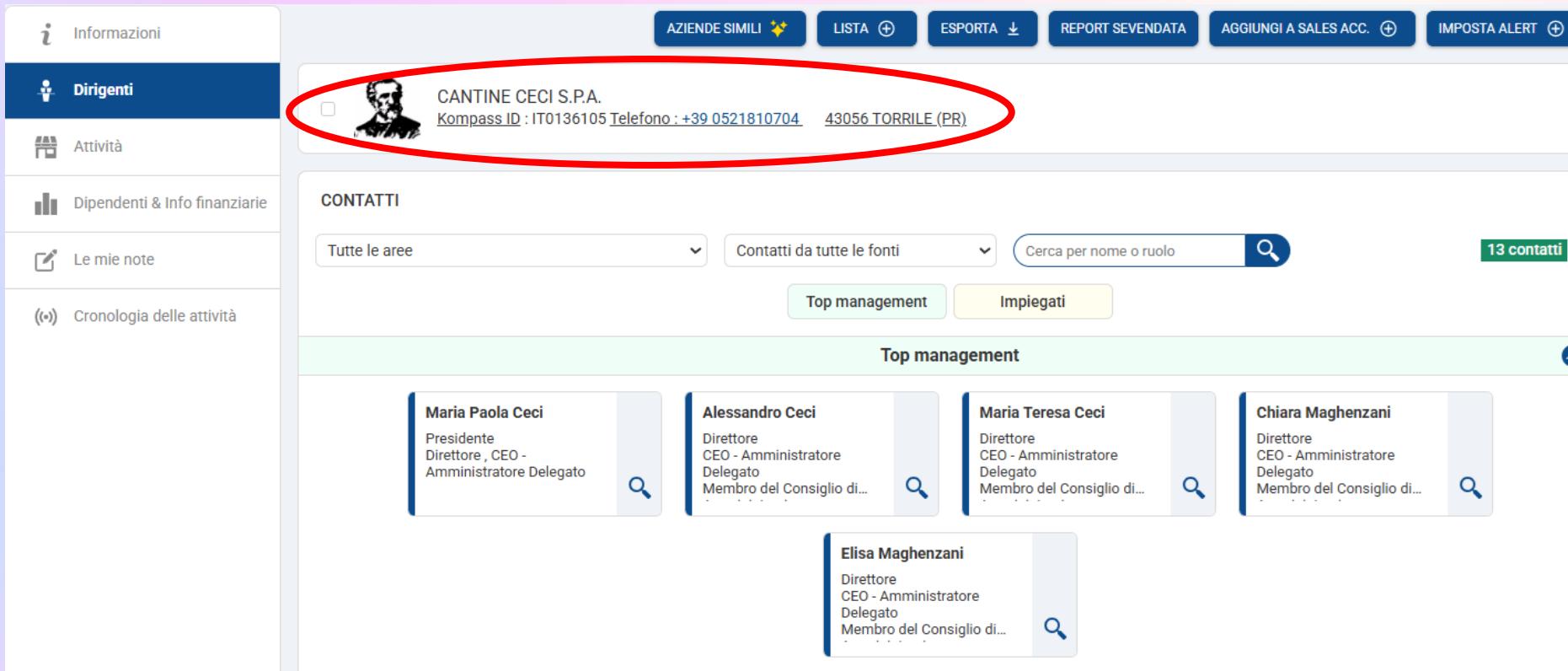
Aziende 166  Contatti 1.208 

 Aggiungi a / rimuovi da una lista  Esporta i dati  Crea una campagna  Contatta   Aggiungi a Sales Accelerator

N°	Ragione sociale	Liste	Importato in SA	Nota	Recall	Telefono
23	 CANTINA SOCIALE DI SAN MARTINO IN RIO SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA		-	+39 0522698117		
24	 CANTINA SOCIALE FORMIGINE PEDEMONTANA SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA		-	+39 059552576		
25	 CANTINE CECI S.P.A.		-	+39 0521810704		
26	 DONELLI VINI S.P.A.		-	+39 0522908826		
27	 CANTINA DELLA VOLTA DI CHRISTIAN BELLEI & C. SOCIETA' AGRICOLA S. P.A.		-	+39 0597473312		
28	 CANTINE SGARZI LUIGI S.R.L.		-	+39 0516940591		
29	 CANTINA SOCIALE DI CESENA - SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA		-	+39 0547347037		
30	 CANTINA DI S.CROCE SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA		-	+39 059664007		
31	 SOCIETA' AGRICOLA VENTURINI BALDINI - S.R.L.		-	+39 0522249011		
32	 PODERI DAL NESPOLI S.R.L. - SOCIETA' AGRICOLA		-	+39 0543989911		

TECNOLOGIA APPLICATA AI DATI

...al trovare i decisori...



The screenshot shows a business search interface. On the left, a sidebar menu includes: Informazioni, Dirigenti (selected), Attività, Dipendenti & Info finanziarie, Le mie note, and Cronologia delle attività. The main area displays the company profile for CANTINE CECI S.P.A. (Kompass ID: IT0136105, Telephone: +39 0521810704, 43056 TORRILE (PR)). A red circle highlights the company logo and basic information. Below this, the 'CONTATTI' section shows 13 contacts, with 'Top management' being the active filter. It lists five individuals: Maria Paola Ceci, Alessandro Ceci, Maria Teresa Ceci, Chiara Maghenzani, and Elisa Maghenzani, each with a detailed profile and a search icon.

CANTINE CECI S.P.A.
Kompass ID : IT0136105 Telefono : +39 0521810704 43056 TORRILE (PR)

CONTATTI

Tutte le aree Contatti da tutte le fonti Cerca per nome o ruolo 13 contatti

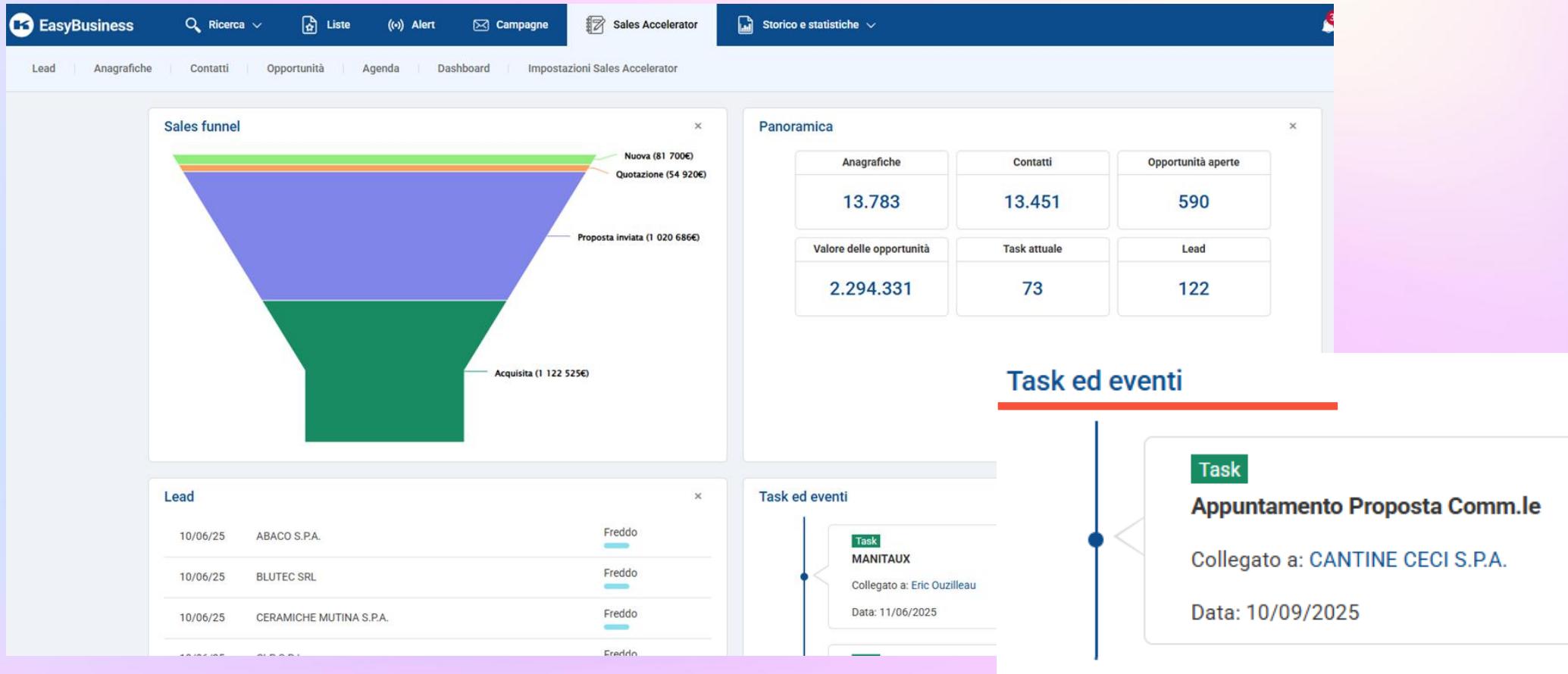
Top management Impiegati

Top management

Maria Paola Ceci Presidente Direttore, CEO - Amministratore Delegato	Alessandro Ceci Direttore CEO - Amministratore Delegato Membro del Consiglio di...	Maria Teresa Ceci Direttore CEO - Amministratore Delegato Membro del Consiglio di...	Chiara Maghenzani Direttore CEO - Amministratore Delegato Membro del Consiglio di...
Elisa Maghenzani Direttore CEO - Amministratore Delegato Membro del Consiglio di...			

TECNOLOGIA APPLICATA AI DATI

...al farli entrare nel mio percorso commerciale...



The screenshot displays the EasyBusiness software interface, featuring a top navigation bar with links for EasyBusiness, Ricerca, Liste, Alert, Campagne, Sales Accelerator, and Storico e statistiche. Below the navigation is a sub-menu with Lead, Anagrafiche, Contatti, Opportunità, Agenda, Dashboard, and Impostazioni Sales Accelerator.

Sales funnel: A funnel chart showing the status of opportunities: Acquisita (1 122 525€), Proposta inviata (1 020 686€), Quotazione (54 920€), and Nuova (81 700€).

Panoramica: A dashboard with the following data:

Anagrafiche	Contatti	Opportunità aperte
13.783	13.451	590
Valore delle opportunità	Task attuale	Lead
2.294.331	73	122

Lead: A list of leads with their status: Freddo (ABACO S.P.A., BLUTEC SRL, CERAMICHE MUTINA S.P.A.).

Task ed eventi: A timeline showing a task for MANITAUX on 11/06/2025, connected to a lead for CANTINE CECI S.P.A. with a due date of 10/09/2025.

TECNOLOGIA APPLICATA AI DATI BENEFICI



-75/80%

Tempo operativo
risparmiato ogni giorno,
grazie a **piattaforme**
come EasyBusiness

TECNOLOGIA APPLICATA AI DATI CASI DI SUCCESSO

SOLE DI SAN MARTINO
4,5X

Aumento della **redemption** sui **nuovi clienti** da spedizione catalogo Natale, grazie al modello e combinazione dei canali

 **Sevendata**
23%

Percentuale di **conversione** in **contratti** degli **appuntamenti** generati con modello predittivo e EasyBusiness