



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

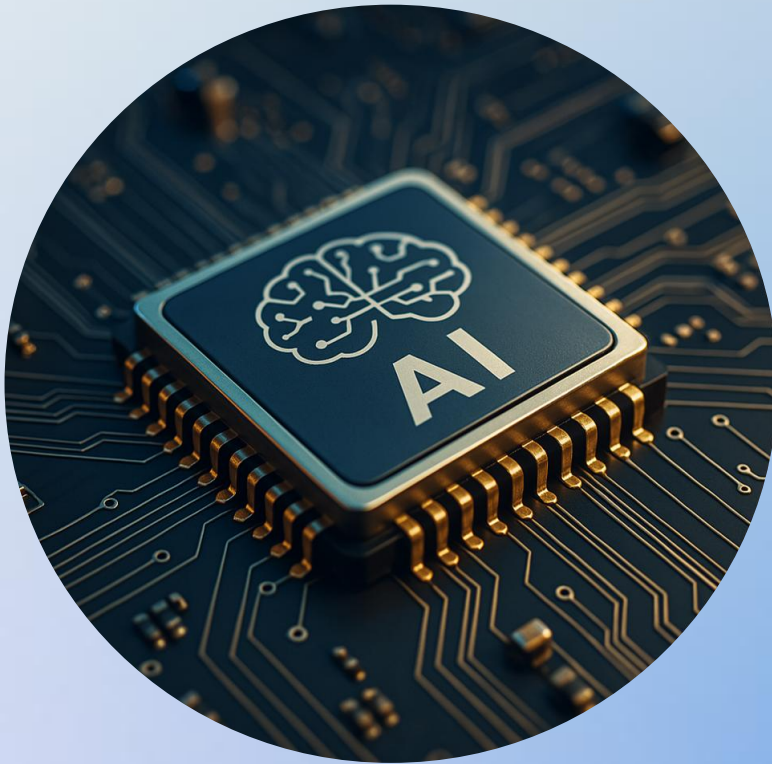
- ✓ Quanto è importante per un imprenditore prendere **decisioni** su basi **informate**?
- ✓ Come usare **i dati** per fare **le scelte giuste**?
- ✓ Come **combinare** **i dati** e la **tecnologia** per acquisire **clienti** e sviluppare i **ricavi**?

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**.



DEM



TELEMARKETING



ADV



**SOCIAL
SELLING**

LA CHIUSURA DELL'ACCORDO

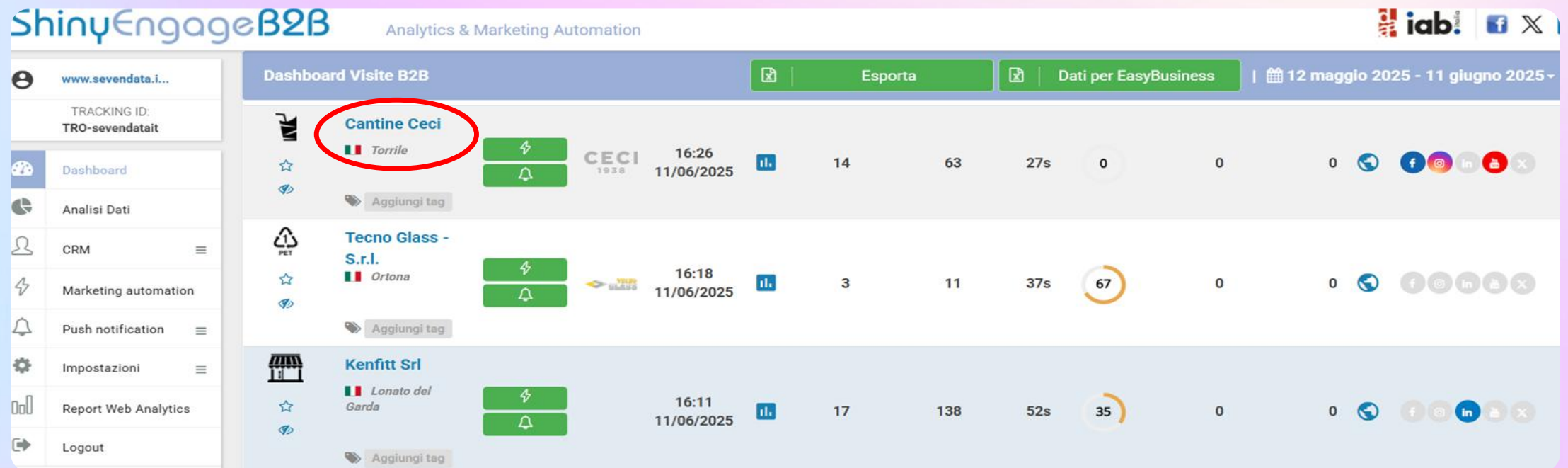


La **chiusura di un accordo** è sempre un momento cruciale e **l'obiettivo finale** di qualsiasi **strategia commerciale** e di **marketing**.

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...



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

- ☒ **Classificazione Kompas**
 - ☒ 04190 P - Vini
- ☒ **Posizione**
 - ☒ Emilia-Romagna
- ☐ **Ragione sociale**
 - ☐ cantine ceci
- ☐ **Presenza dati aziendali**
 - ☐ Telefono
- ☒ **Tipo di sede**
 - ☒ Sede centrale

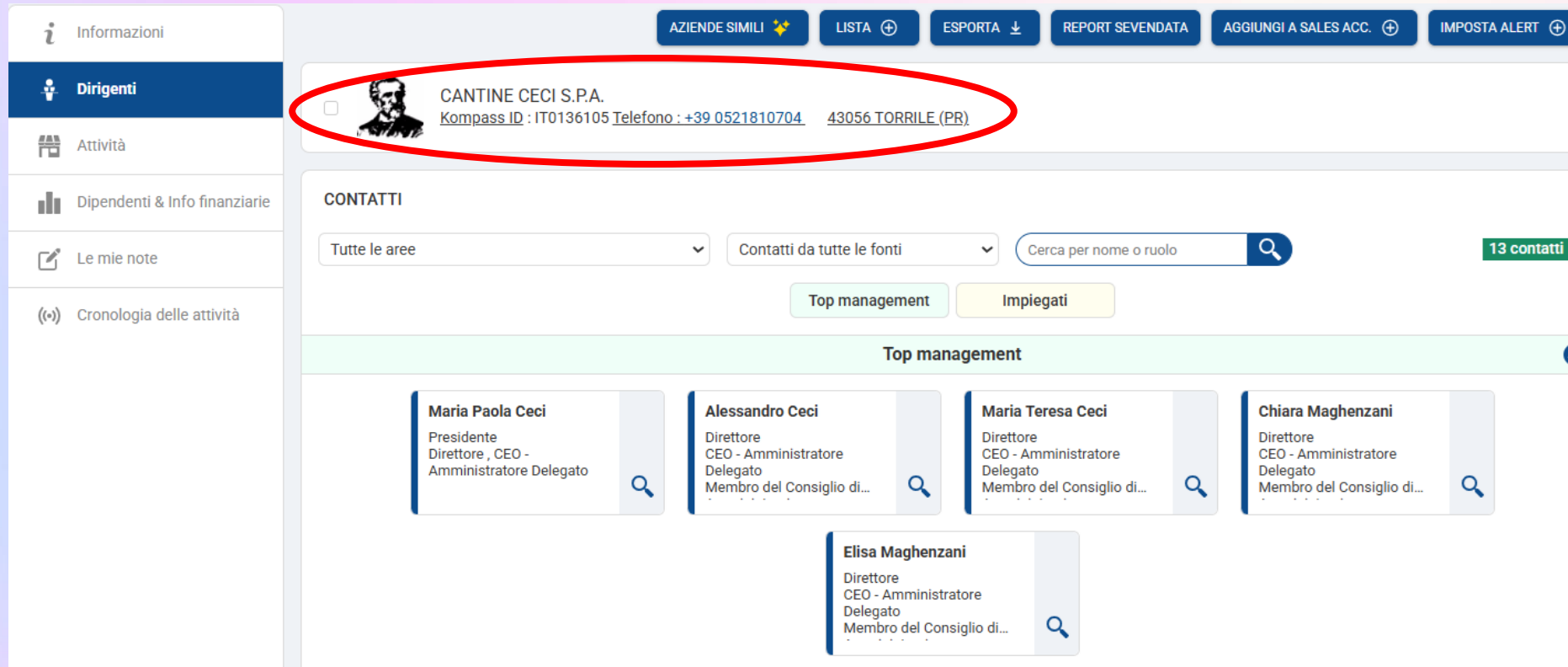
Aziende 166 Contatti 1.208

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 COOPERATI VA				-	+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...

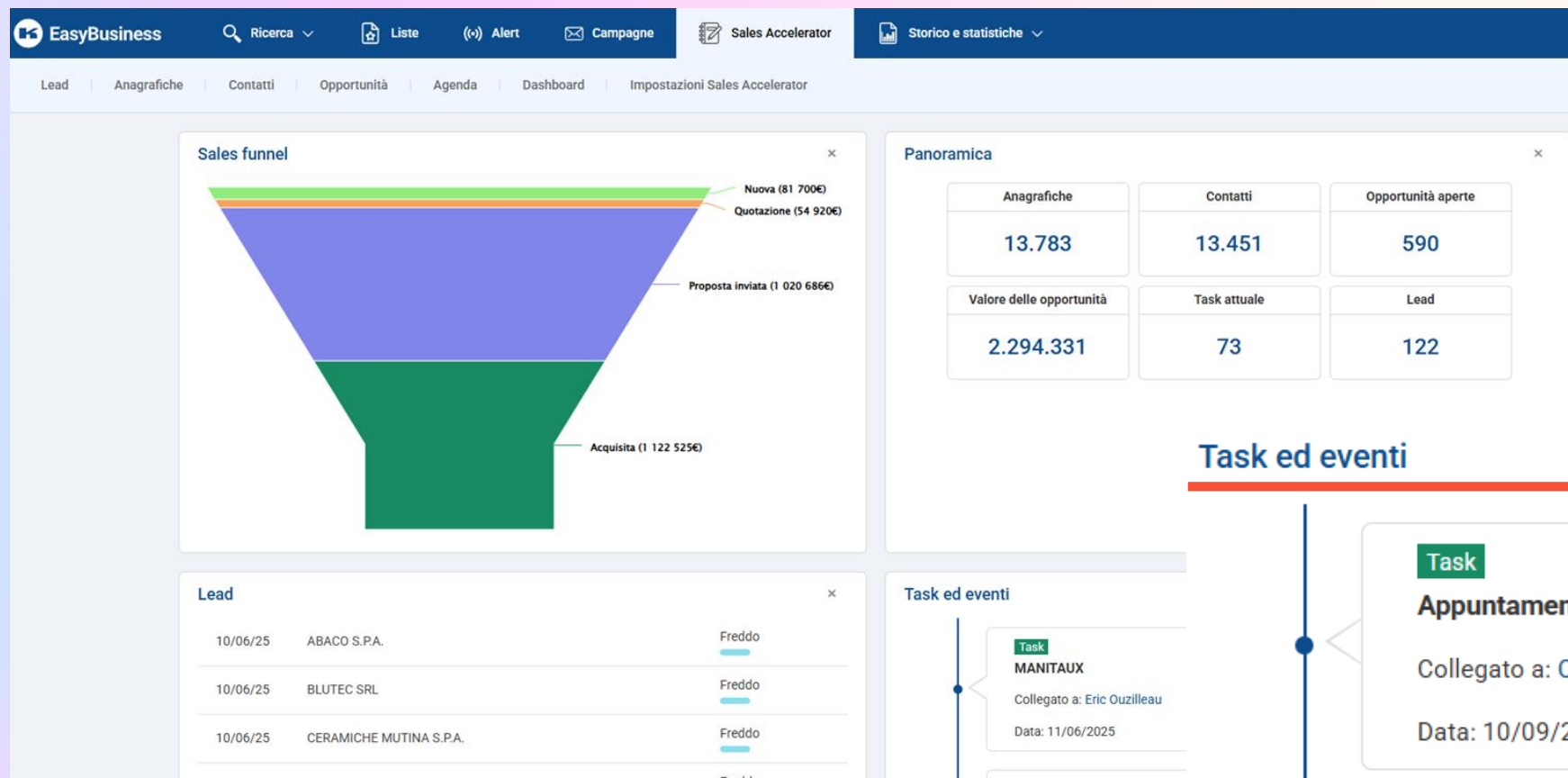


The screenshot displays a web application interface for a business directory. On the left is a sidebar with navigation options: 'Informazioni', 'Dirigenti' (highlighted), 'Attività', 'Dipendenti & Info finanziarie', 'Le mie note', and 'Cronologia delle attività'. The main content area at the top features a header with buttons: 'AZIENDE SIMILI', 'LISTA', 'ESPORTA', 'REPORT SEVENDATA', 'AGGIUNGI A SALES ACC.', and 'IMPOSTA ALERT'. Below this, a company entry for 'CANTINE CECI S.P.A.' is highlighted with a red oval. The entry includes a checkbox, a small portrait icon, the company name, 'Kompass ID : IT0136105', 'Telefono : +39 0521810704', and '43056 TORRILE (PR)'. The 'CONTATTI' section follows, with filters for 'Tutte le aree' and 'Contatti da tutte le fonti', a search bar labeled 'Cerca per nome o ruolo', and a '13 contatti' badge. Below the filters are tabs for 'Top management' and 'Impiegati'. The 'Top management' section lists five individuals with their names, titles, and roles, each accompanied by a search icon:

- 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...



Task ed eventi

Task

Appuntamento Proposta Comm.le

Collegato a: CANTINE CECI S.P.A.

Data: 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