



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



**Le tattiche**

27 marzo 2025 | 16:30 - 17:30

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# Cosa e chi è «intelligente»?

ISTITUTO

FONDAZIONE

TRECCANI

CORPORATE

EVENTI

intelligenza

**intelligenza** (ant. **intelligenzia**) s. f. [dal lat. *intelligentia*, der. di *intelligĕre* «intendere»]. – **1. a.** Complesso di facoltà psichiche e mentali che consentono all'uomo di pensare, comprendere o spiegare i fatti o le azioni, elaborare modelli astratti della realtà, intendere e farsi intendere dagli altri, giudicare, e lo rendono insieme capace di adattarsi a situazioni nuove e di modificare la situazione stessa quando questa presenta ostacoli all'adattamento; propria

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche



27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# Lombrico vs AI

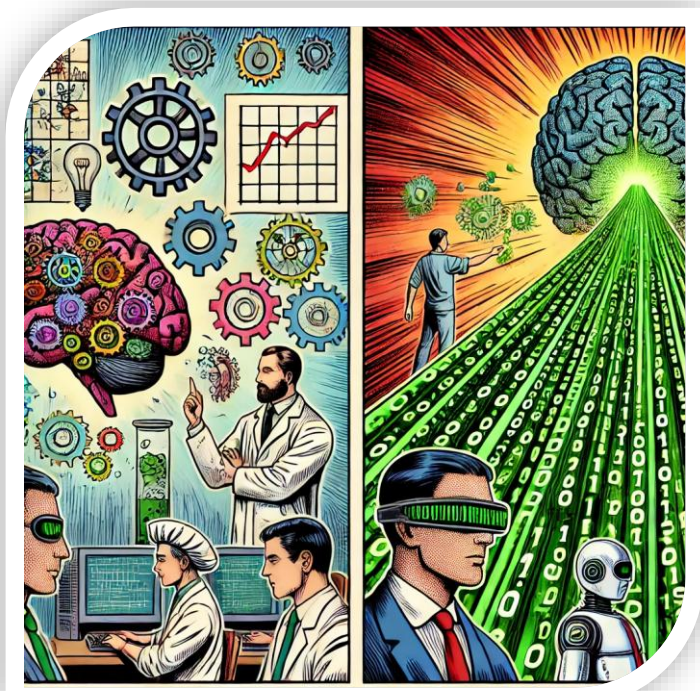


“Il sistema nervoso di un lombrico lungo appena 1 mm (*Caenorhabditis elegans*) ha solo 302 neuroni e 7.000 interconnessioni, che cambiano il connettoma (la mappa comprensiva delle connessioni neurali) in ogni momento. Eppure non riusciamo ancora a comprenderne il funzionamento per replicarlo artificialmente. Ciononostante, noi che siamo la prima Intelligenza Generale presente su questa Terra, abbiamo l’ambizione (o la presunzione), il sogno (o l’incubo) di replicare il cervello umano che invece ha 100 miliardi di neuroni, per creare un giorno un’intelligenza artificiale generale” (*Incoscienza Artificiale*, Massimo Chiriatti, Luiss University Press, 2021).



27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# Cosa è oggi l'AI



Dopo anni di tentativi per creare modelli che cercavano di riprodurre il funzionamento del cervello...

...oggi si sviluppano modelli basati sull'analisi di enormi quantità di dati (Big Data), che sostituiscono la comprensione teorica con relazioni statistiche.



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# BIG DATA



Si perde la cognizione delle grandezze:

Se i neuroni fossero secondi:

300 secondi sono 5 minuti

100 miliardi di secondi sono... oltre 3.000 anni!

GPT è stato addestrato su oltre 3.000 miliardi di token. È come se l'AI avesse letto una parola al secondo per 100.000 anni.

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche



# Uomo vs AI



L'uomo vede l'Intelligenza Artificiale come una macchina in grado di prendere le sue decisioni, ma si sbaglia, perché è solo un elaboratore di simboli che applica correlazioni statistiche.

L'Intelligenza Artificiale vede l'uomo come un insieme di numeri, ma si sbaglia, perché la coscienza è incomputabile.



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



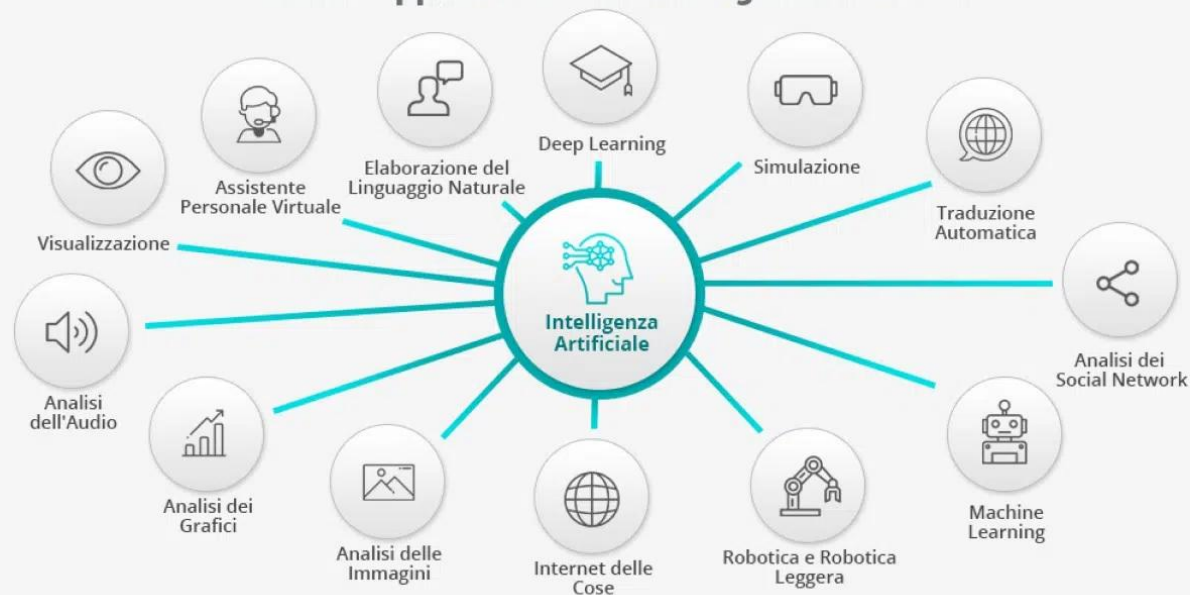
CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

## Possibili Applicazioni dell'Intelligenza Artificiale



Creatività originale: Statista | Redesign infografica di Antonio Grasso

deltalogix.blog

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche









CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



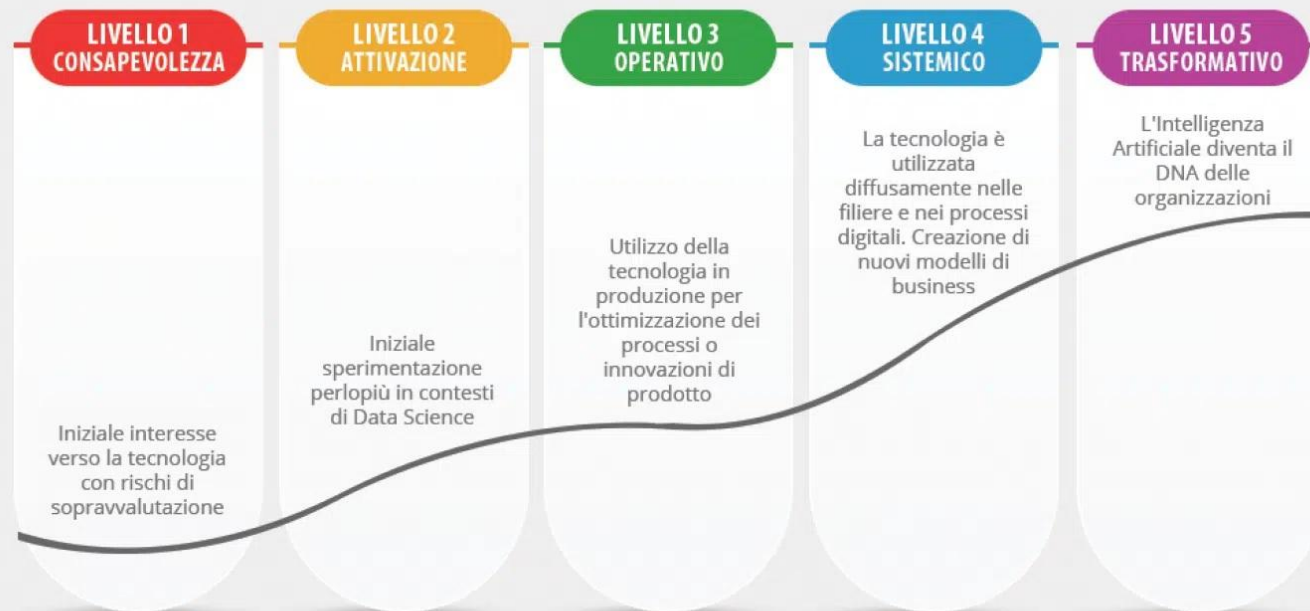
CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

## IL MODELLO DI MATURITÀ DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE SECONDO GARTNER



Fonte: Gartner | Design infografica di Antonio Grasso

deltalogix.blog

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# AI in azienda



1. Targeting efficace ed uso dei dati.
2. Marketing predittivo ed anticipazione della domanda.
3. Personalizzazione dell'offerta e dell'esperienza utente.
4. Interazioni potenziate dalla tecnologia.

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# 1. Targeting efficace ed uso dei DATI

L'approccio metodologico pone al centro l'analisi dei **DATI**.

Articolato in quattro fasi distinte, questo processo mira a generare conoscenze approfondite sui clienti attuali e potenziali di un'impresa.

L'obiettivo è identificare uno o più elementi distintivi (**INSIGHTS**) che possano servire da base per lo sviluppo di un vantaggio competitivo per l'azienda.



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# DOWNLOAD

1 #

Il primo passo si concentra sulla raccolta ed aggregazione di **DATI REALI** rilevanti, ricavati:

- da **fonte interna** (Es. CRM aziendale);
- **fonti esterne** (Es. social listening).

Si tratta di un processo di “scarico” completo che include dati storici, operativi, di mercato e qualsiasi altra informazione utile per comprendere a fondo la situazione attuale dell'impresa, del settore di riferimento e della concorrenza.

## Azione:

- Attivazione di strumenti software per l'acquisizione automatica dei dati, assicurando integrità e sicurezza delle informazioni raccolte.
- Lavoriamo in house o con partner qualificati, per identificare le fonti migliori a cui applicare le più evolute tecnologie di audience intelligence, web monitoring e social listening.

MARKETING 5.0 -

Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# ANALISI

## 2#

In questa fase i dati raccolti vengono analizzati per definire le buyer personas reali, profili che sono arricchiti con l'aggiunta di **DATI SINTETICI**, generati attraverso ricerche di mercato effettuate con strumenti di IA.

Utilizziamo tecniche avanzate di data analysis, come l'analisi statistica, il machine learning e l'analisi predittiva, per identificare tendenze, schemi, anomalie, soluzioni.

### Azione:

- Affinamento dei dati da fonti interna (azienda) ed esterna (web) con strumenti di IA per migliorarne l'accuratezza.
- Match, analisi e confronto dei dati reali al fine di definire le buyer personas ed i cluster.

# MARKETING 5.0 -

# Sfide, strategie, tattiche



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# TWIN

## 3#

Definizione e creazione dei digital twin.

ES:

- prototipazione e test di mercato;
- lancio nuovi prodotti/servizi;
- generazione di lead;
- incremento vendite;
- A/B Test su idee creative per campagne pubblicitarie;
- miglioramento customer satisfaction.

**Azione:**

- Definizione dei pubblici target.
- Generazione dei digital twin
- Interazione con i gemelli digitali per ricerche di mercato, test di prodotto, campagne, focus group, ecc.

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# INSIGHTS

4#

Fase rivolta alla generazione di insights, per aiutare la Direzione Marketing a capire cosa e come il cliente pensa ed agisce.

## Azione:

- Non si tratta di analizzare semplicemente dati e statistiche numeriche. Il customer insight è una comprensione profonda di motivazioni, bisogni e comportamenti dei consumatori.
- Per arrivare alla definizione degli insights occorre osservare, analizzare ed interpretare i trend comportamentali, mixando la competenza professionale con l'esperienza ed infine aggiungendo un pizzico di intuizione.

MARKETING 5.0 -

Sfide, strategie, tattiche



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

**MOONDO**

Overview

Customer Persona

Website Persona

All traffic

Marta Bruno  
22 yrs  
Metro, Gen Z  
PASSIVE BROWSER  
51.98%

Melanie Meier  
BOUNCER  
23.57%

Riccardo Rossi  
SLIGHTLY ENGAGED USER  
13.43%

Luigi Bianchi  
PASSIVE BROWSER  
5.48%

Social Persona

Research Persona BETA

Competitor Persona

Employee Persona BETA

**Marta Bruno**  
22 yrs  
Metro, Gen Z  
PASSIVE BROWSER  
51% of total users

"I enjoy exploring the world through different cuisines and capturing moments through my camera lens."

**PROFILE INFORMATION**

**Summary:** Marta is a 22-year-old female living in Milan, Italy. She works as a Nutritionist Assistant at Cariplo Factory and is passionate about healthy living, cooking, and photography.

**Personal aspirations:** Marta aspires to create a cookbook combining her passion for nutrition and photography. She also dreams of traveling the world to document unique culinary experiences and traditions.

**PSYCHOLOGICAL DRIVERS**

**Goals:** Marta aims to improve her culinary skills, travel to new destinations to experience diverse cultures, and maintain a healthy lifestyle.

**Motivations:** Marta is motivated by the desire to lead a balanced life, expand her knowledge through travel and culinary experiences, and build meaningful relationships.

**Key needs:** Marta needs access to affordable cooking classes and workshops to enhance her culinary skills. She also needs reliable sources for nutrition information and ingredients for her recipes.

**BUYING BEHAVIOR**

**Factors influencing purchase decisions:** Marta is influenced by product quality, reviews from trusted sources, and value for money when making purchasing decisions for gadgets, home decor, and vehicles.

**Triggers:** Promotions, discounts, and limited edition releases trigger Marta's interest in purchasing luxury goods and high-end vehicles. Recommendations from friends and influencers also play a significant role in her decisions.

**KEY OBSTACLES**

**Core challenges:** One of Marta's challenges is finding time to balance work, hobbies, and social life. She also faces the challenge of staying updated on the latest nutrition trends and practices.

**Day-to-day pain points:** Marta struggles with time management between work shifts, cooking elaborate meals, and editing photos. She also finds it challenging to keep up with exercise routines.

**Perceived barriers:** Marta perceives financial constraints as a barrier to exploring high-end culinary experiences and purchasing luxury goods. She also sees limited access to niche ingredients as a barrier to trying new recipes.

## 2. MARKETING PREDITTIVO

- Dall'analisi dei trend al machine learning per prevedere il comportamento del cliente.
- Case study: come Amazon e Netflix utilizzano la predizione della domanda.
- Strumenti pratici: AI, predictive analytics, modelli di clustering.

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING

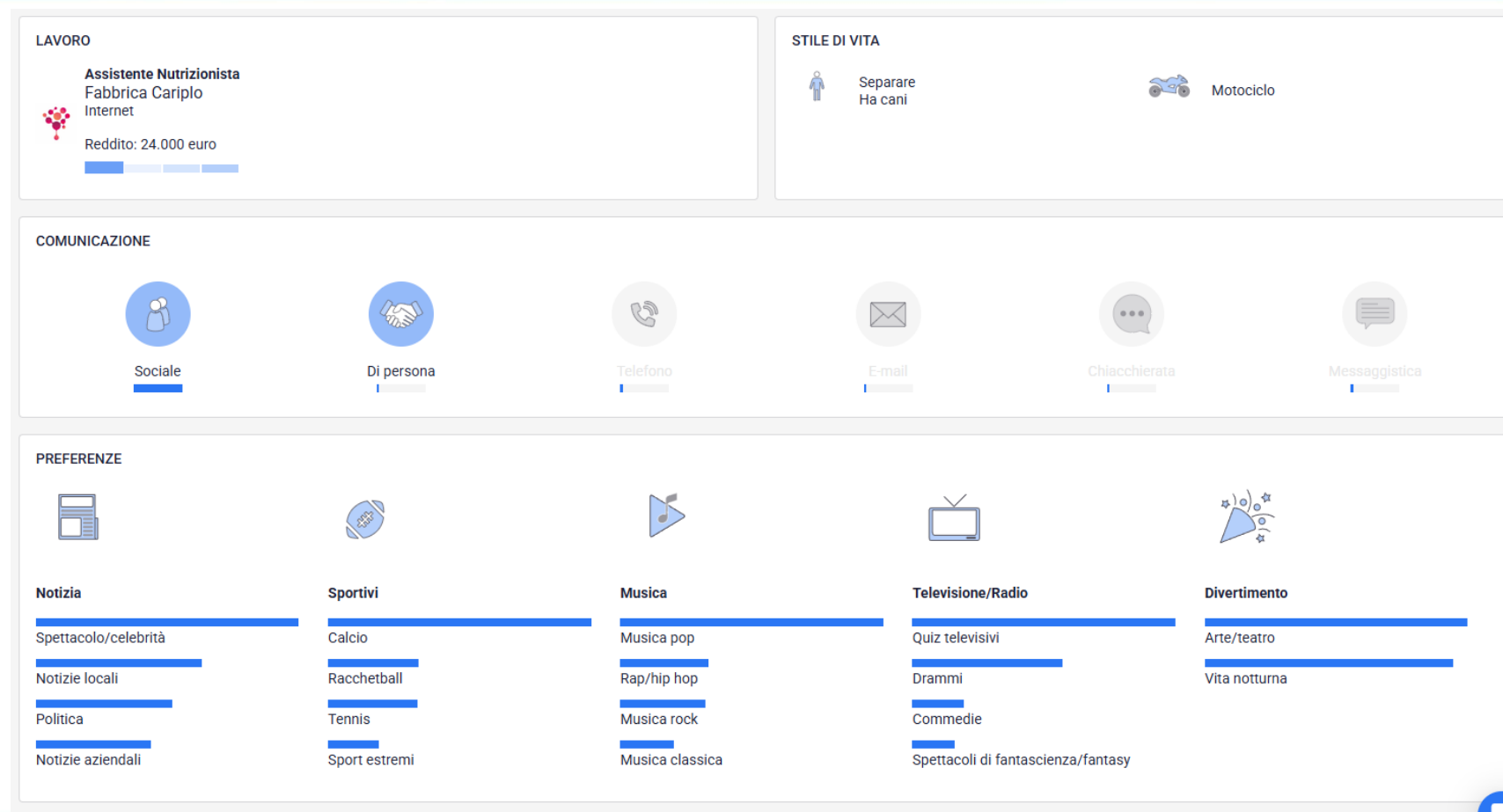


CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



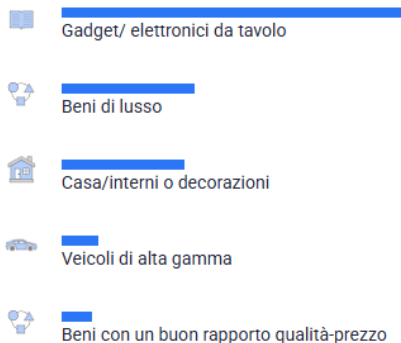
## 2. MARKETING PREDITTIVO

- Dall'analisi dei trend al machine learning per prevedere il comportamento del cliente.
- Case study: come Amazon e Netflix utilizzano la predizione della domanda.
- Strumenti pratici: AI, predictive analytics, modelli di clustering.

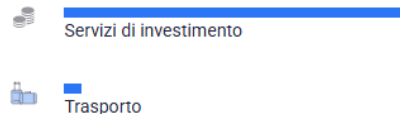
# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

#### PRODOTTI



#### SERVIZI



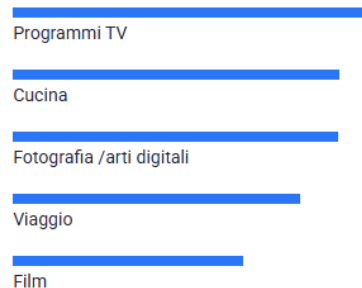
#### POSTI DA VISITARE



#### VALORI



#### HOBBY



#### INTERESSI

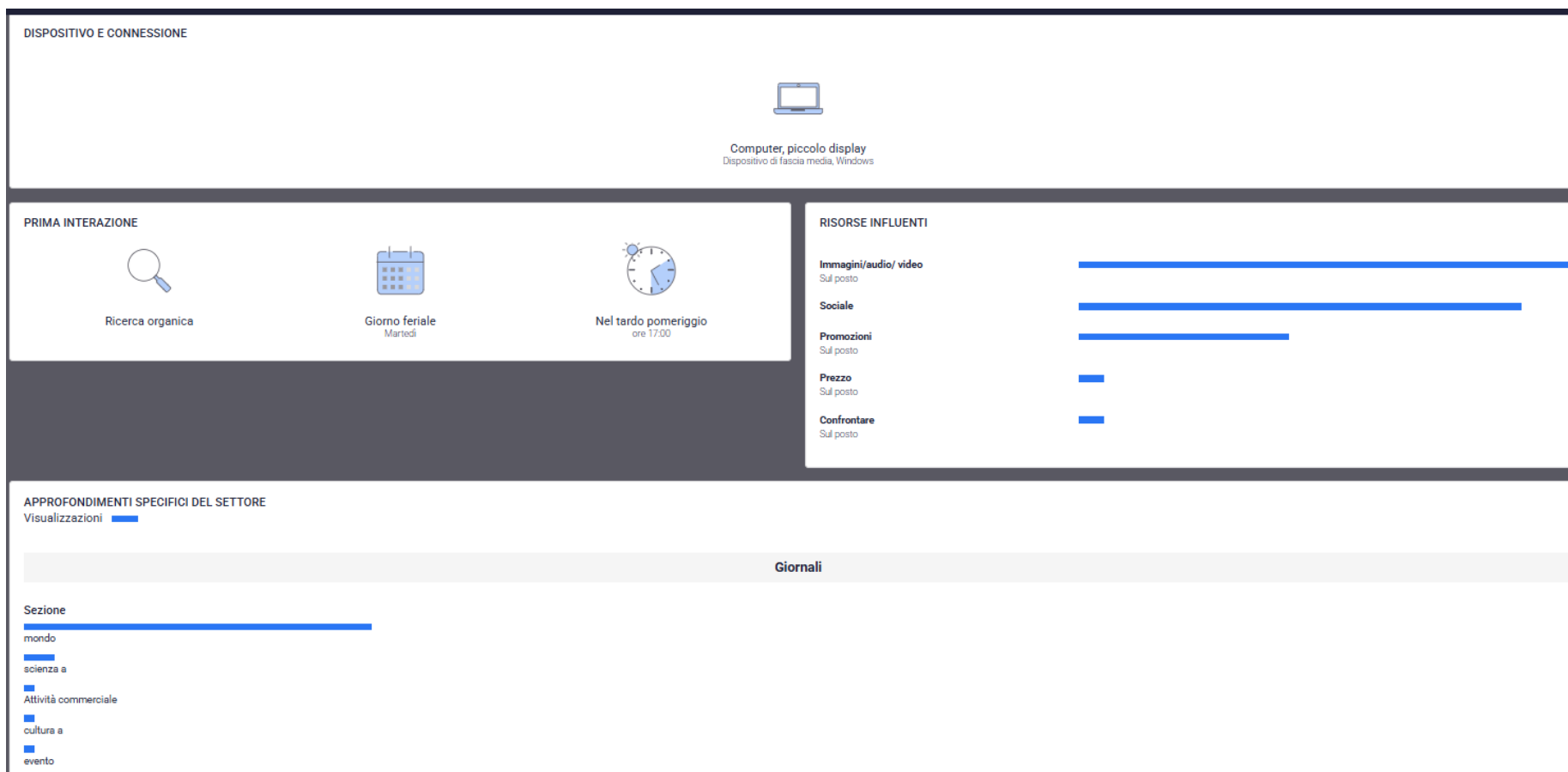


## 2. MARKETING PREDITTIVO

- Dall'analisi dei trend al machine learning per prevedere il comportamento del cliente.
- Case study: come Amazon e Netflix utilizzano la predizione della domanda.
- Strumenti pratici: AI, predictive analytics, modelli di clustering.



27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



## 2. MARKETING PREDITTIVO

- Dall'analisi dei trend al machine learning per prevedere il comportamento del cliente.
- Case study: come Amazon e Netflix utilizzano la predizione della domanda.
- Strumenti pratici: AI, predictive analytics, modelli di clustering.



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



**Alessandro Angelelli**

Di CuDriEc S.r.l. &

Innovation e Marketing Manager, Direttore del giornale Moondo.info,  
Presidente di AssolInnovatori APS, Consigliere AISM - Associazione  
Italiana Sviluppo Marketing.

Digital marketing

intelligenza  
artificiale

comunicazione  
e marketing

digitale

Fai una domanda



[Digital Twin](#)

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



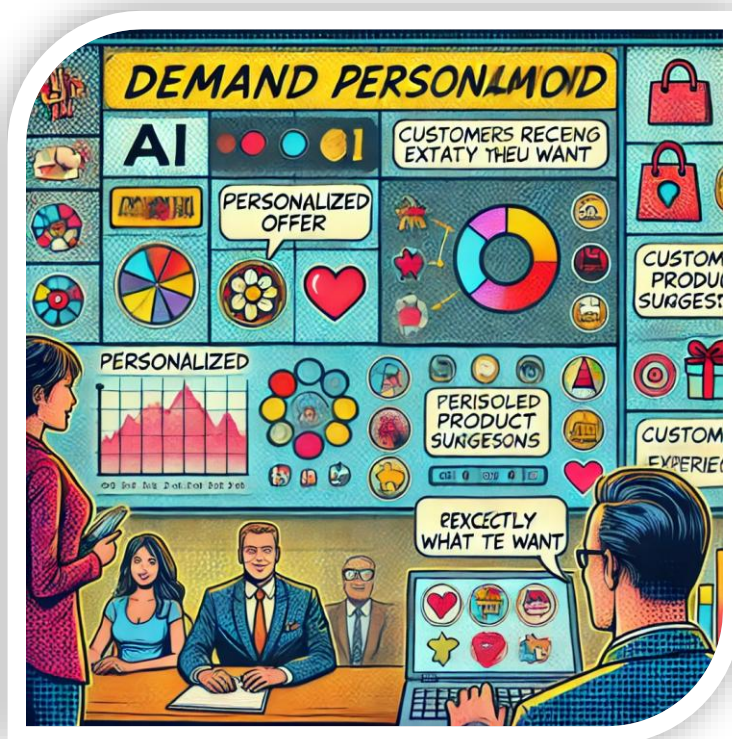
CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

### 3. Personalizzazione offerta



- La personalizzazione come differenziale competitivo.
- Strategie di micro-segmentazione, contenuti dinamici, prezzi dinamici.
- **Esempi pratici:** e-commerce che personalizzano il percorso d'acquisto in tempo reale.

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING

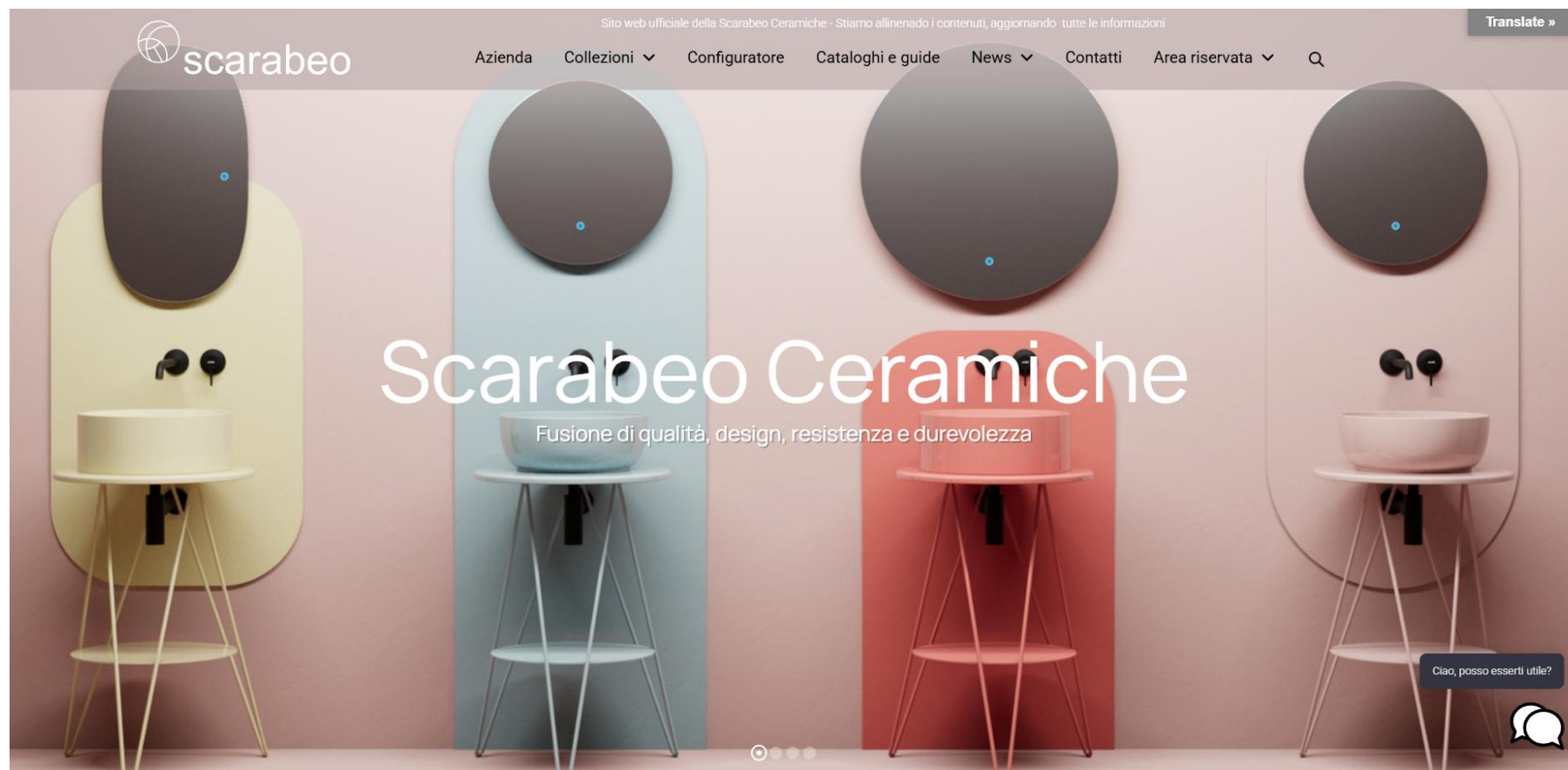


CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



#### 4. Interazioni potenziate dall'AI

- L'evoluzione del customer engagement: chatbot, assistenti virtuali, AR/VR.
- L'uso dell'AI conversazionale e del voice commerce.
- **Dimostrazione pratica:** chatbot in azione per un'interazione con un cliente.

<https://scarabeoceramiche.it/>

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



Agenti vocali

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



TUO CUGGINO  
VS  
PROFESSIONISTA

Generatore immagini

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



TUO CUGGGINO  
VS  
PROFESSIONISTA

Generatore immagini

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



PROFESSIONISTA

Generatore video

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



PROFESSIONISTA

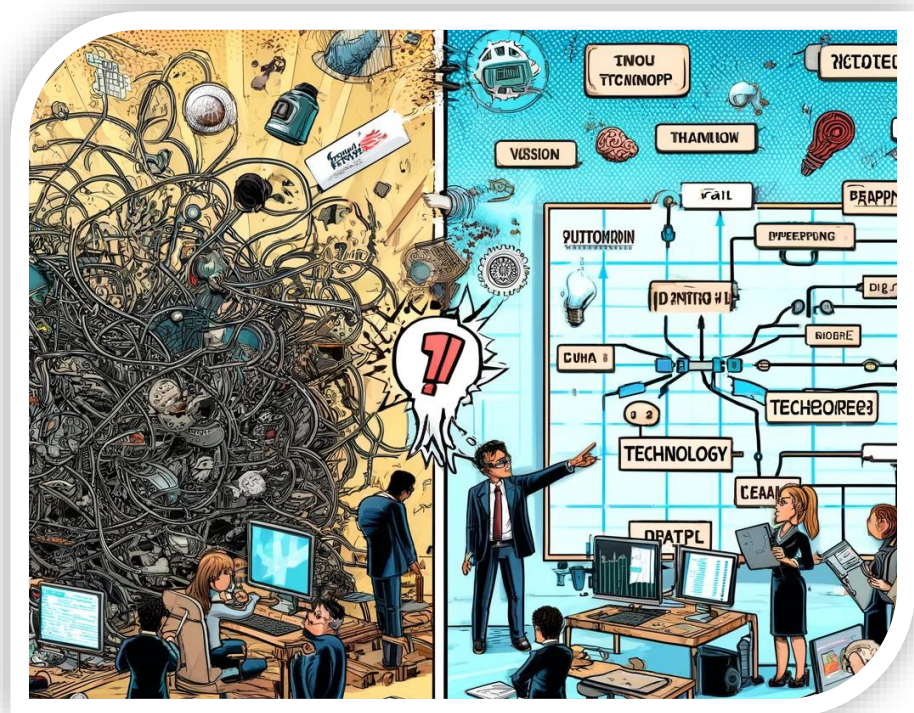
Generatore video

MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche



27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli

# Integrazione AI in azienda



Il dubbio che devi avere non è **SE** implementare l'AI in azienda.  
Sul fatto che dovrai farlo non ci sono dubbi.  
Piuttosto devi iniziare a ragionare sul **COME** farlo.

E' necessario impostare subito una **STRATEGIA** che possa  
portare la tua azienda ad abbracciare l'AI in modo corretto,  
responsabile, ma soprattutto redditizio!





CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SVILUPPO  
MARKETING



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Sezione Servizi Innovativi



CONFINDUSTRIA ABRUZZO  
MEDIO ADRIATICO  
Piccola Industria

27/03/2025 - Le Tattiche - Alessandro Angelelli



#### CONTATTI

Tel. 0761.283.372  
[info@cudriec.com](mailto:info@cudriec.com)

**Alessandro Angelelli**  
Cell. +39 339.19.74.433  
[angelelli@cudriec.com](mailto:angelelli@cudriec.com)

# MARKETING 5.0 - Sfide, strategie, tattiche