

Maurizio  
Capuzzo



## Genesi e ottimizzazione dei contenuti

# Come e perché l'IA generativa definisce la nuova era del marketing

***L'IA generativa svolge il compito di direttore d'orchestra nell'attività del marketing; ne coordina i contenuti su diversi canali, con la finezza innovativa del machine learning. Si tratta di una vera e propria sinfonia di algoritmi; una musica che elabora non solo narrazioni pubblicitarie persuasive, ma anche contenuti "sartoriali" per i social media, per le e-mail e il web. Con una notevole precisione. Così operando ogni "impronta digitale" conta. Alla scoperta di come operano i customer marketer del XXI secolo in relazione con questo evoluto e sinfonico direttore d'orchestra. Per anticipare i desideri del cliente/persona.***

Il mio percorso di oltre vent'anni come esperto in strategie del marketing B2B è stato segnato da una notevole evoluzione, sottolineata dall'avvento dell'Intelligenza Artificiale generativa. I miei ruoli di leadership hanno attraversato i continenti, dal Nord America all'Europa, dove ho guidato le divisioni marketing di aziende tra le "Fortune 1000" come Lucent Technologies, Motorola e Polycom.

Attualmente sono a capo del marketing di un'innovativa azienda SaaS (Software as a Service), che si concentra sui framework ESG, sulla due diligence e sulla valutazione dei rischi per le imprese di varie dimensioni.

La mia esperienza professionale è ormai vasta e comprende lo sviluppo del marchio, il miglioramento della reputation e la gestione di operazioni inbound e outbound. Le mie competenze includono lo sviluppo della narrazione aziendale e il dare risalto alla presenza sul mercato, portando costantemente a un aumento dei ricavi attraverso le varie strategie di marketing.

### **Sinfonia di algoritmi**

Nell'intraprendere una riflessione sul ruolo dell'IA generativa nel campo del marketing e di come essa lo stia rimodellando, parto dal mio ricco bagaglio di esperienza. Vedremo, innanzitutto, come le capacità dell'IA nella genesi e nell'ottimizzazione dei contenuti possano rafforzare le vittorie del marketing.

L'IA generativa funge da direttore d'orchestra nel marketing, coordinando i contenuti su diversi canali con la finezza del machine learning. Questa sinfonia di algoritmi non solo elabora narrazioni pubblicitarie persuasive, ma anche contenuti su misura per i social media, per le e-mail e il web, con una precisione incredibile.

La nostra incursione strategica nell'IA trascende i confini tradizionali, arricchendo la SEO (Search Engine Optimization) attraverso una miriade di contenuti, da articoli che fanno riflettere

a infografiche coinvolgenti. È una miscela armoniosa che amplia il coinvolgimento del nostro target, facendo sì che ogni "impronta digitale" conti.

La potenza dell'IA nella creazione di contenuti per i nostri clienti è evidente nelle impressionanti metriche di performance e negli incrementi di conversione di cui siamo testimoni. È una prova tangibile dell'efficacia e dell'accelerazione che l'IA apporta al settore del marketing.

La democratizzazione dell'analisi dei dati da parte dell'IA è simile a una rinascita del marketing: porta la potenza della comprensione approfondita dei dati a portata di mano anche dei professionisti del marketing più avversi alla tecnologia. È una porta d'accesso a informazioni sui consumatori che prima erano sepolte nelle interazioni digitali e che ora sono accessibili attraverso query intuitive e un linguaggio comprensibile.

Cosa vuol dire tutto questo per noi operatori di marketing? Significa un cambiamento di paradigma verso un coinvolgimento più dinamico dei clienti, che ci permette di affinare le nostre strategie con una reattività senza pari alle tendenze dei consumatori (sia B2C che B2B).

Al centro della nostra strategia c'è un coinvolgimento profondo con una solida comunità che supera i 77.000 membri. Grazie a un'analisi meticolosa dei loro feedback, non ci limitiamo a reagire alle esigenze del mercato, ma le anticipiamo, modellando le nostre offerte in linea con i desideri dei clienti.

Il nostro approccio incentrato sul cliente non finisce qui. Sfruttiamo la ricchezza dei dati per creare messaggi che risuonino a un livello più profondo, assicurandoci che la nostra voce non sia solo ascoltata, ma sentita. In sostanza, l'IA generativa non è solo uno strumento, è il nostro navigatore attraverso l'intricata rete dei bisogni dei consumatori; essa traccia una rotta che ci fa essere sempre un passo avanti, per anticipare le esigenze dei clienti e soddisfarle.



## **Attirare l'audience organica**

Sfruttando l'IA, approfondiamo la verticalizzazione e l'innovazione dei contenuti, riproponendo e rinfrescando lo storytelling, per parlare direttamente alle esigenze specifiche del nostro pubblico. Questo adattamento strategico dei contenuti, alimentato dall'analisi in tempo reale dell'IA, approfondisce la relazione con i clienti e favorisce la fidelizzazione. L'approccio personalizzato ha aumentato in modo significativo i parametri di coinvolgimento, trasformando ogni e-mail da un semplice messaggio a un invito all'azione (CTA, call to action).

Nel settore SaaS, dove l'esperienza del cliente regna sovrana, l'IA generativa è indispensabile perché decifra i dati dei clienti per svelare modelli e tendenze, consentendoci di creare strategie di marketing su misura.

Le nostre creazioni pubblicitarie, potenziate dall'IA, sono perfettamente sintonizzate con il pubblico, amplificando così l'efficacia delle campagne di marketing. I messaggi creati dall'IA si allineano perfettamente con il nostro profilo di cliente ideale, facendo eco a una narrazione del ROI (Return on investment) che accentua il valore della nostra piattaforma, soprattutto per i clienti che affrontano le complessità ESG e i rischi della supply chain.

La nostra strategia digitale si è evoluta, abbracciando l'IA generativa, per perfezionare i nostri contenuti web, con l'obiettivo non solo di innovare gli annunci e le e-mail, ma anche di scalare le classifiche SEO e di attirare l'audience organica (non a pagamento). Questa tecnologia intelligente ci fornisce i mezzi per creare tantissimi tipi di contenuti: blog vivaci, articoli autorevoli, infografiche accattivanti e video dinamici. Una tale ricchezza di contenuti ci permette di gettare la nostra rete digitale in lungo e in largo, catturando un più ampio spettro di consumatori online e decision makers su diverse piattaforme.

Questa rivoluzione guidata dall'IA sta ricalibrando il settore del marketing, rendendo disponibile l'analisi dei dati a tutti. Non più limitati ai maggiormente tecnologici, gli esperti di marketing possono ora immergersi nel diluvio di dati e trarne intuizioni attuabili, il tutto attraverso la semplicità del linguaggio di tutti i giorni. Stiamo tracciando nuovi territori, setacciando i dialoghi digitali e le registrazioni transazionali per estrarre ricche informazioni sui consumatori. Per noi, questo significa risposte accelerate alle richieste del mercato, che innescano il lavoro su prototipi e test rapidi.

## **La genesi dei contenuti**

Il perno della nostra strategia è una solida struttura di apprendimento automatico che ci connette a una vasta comunità; grazie all'analisi attenta dei feedback, siamo costantemente al passo con le tendenze e le preferenze in evoluzione. È questa profonda immersione analitica che spinge la nostra innovazione di marketing, guidandoci nel lancio di funzionalità e piattaforme che rispondano alle esigenze del nostro pubblico.

Tuttavia, la nostra strategia va oltre la semplice analisi. Il tesoro delle interazioni con i clienti è una vera e propria miniera per la genesi dei contenuti, che ci fornisce la materia prima per forgiare messaggi e offerte che non solo raggiungono le orecchie, ma toccano anche i cuori.

Per quello che riguarda il mio ruolo di customer marketer, l'IA generativa ha ridefinito la mia concezione delle relazioni con i clienti. È diventata il mio punto di riferimento per fare chiarezza nella miriade di chiamate e incontri, ricavando intuizioni coerenti e precise da un mare di dati di conversazione. Analizzare queste intuizioni è simile a una moderna caccia al tesoro, che porta alla luce una ricchezza di conoscenza che informa i nostri messaggi e accende nuove scintille creative.

Utilizziamo l'IA per aiutare le aziende che sono alla ricerca di soluzioni ai loro problemi e utilizziamo piattaforme IA che migliorano vari aspetti del processo di marketing.

Alcuni esempi concreti di come incorporiamo l'IA nella nostra strategia di marketing:

- **Analisi predittiva e dati sulle intenzioni:** usiamo l'IA per analizzare grandi quantità di dati e attribuire un punteggio a potenziali clienti e individui, prevedendo a che punto sono nel percorso di acquisto (buyer journey). Questo ci permette di concentrare i nostri sforzi e la nostra attività di storytelling su un numero minore di clienti, effettivamente "pronti" a conversazioni commerciali.
- **Customer Data Platform (CDP):** l'IA consente di ottenere informazioni sui clienti a 360 gradi, anziché solo sui lead o sui contatti.
- **Funzionalità di gestione alimentate dall'IA:** ottimizzando i processi nelle vendite, nel marketing e nel supporto ai clienti, è possibile un approccio più sincronizzato ed efficiente all'identificazione e al coinvolgimento dei clienti potenziali.
- **Analytics efficaci:** l'IA fornisce analisi per mostrare ai nostri sales team dove concentrare l'attività, migliorando così l'efficacia degli sforzi di marketing e vendita.
- **Orchestrare campagne multicanale:** l'IA ci aiuta a catturare "segnali di intenti" da fonti note, come il nostro sito web e altre anonime, collegandole a potenziali clienti. Questa funzionalità consente di gestire campagne multi-touch e multicanale tramite "SmartPlays", permettendo un marketing più mirato ed efficace.
- **Approfondimenti sull'IA per gli esperti di marketing:** ci consigliano azioni che generano pipeline di alta qualità, garantendo un migliore ritorno sugli investimenti per le attività di marketing.
- **Superamento dei limiti del marketing tradizionale:** la soluzione basata sull'IA offre un migliore mix di "depth and breadth" (profondità e ampiezza) rispetto agli approcci di marketing tradizionale, dando informazioni che vanno dall'interesse iniziale alle interazioni di marketing in fase avanzata e prevedendo quando i clienti sono sul mercato per trovare una soluzione alle loro esigenze.
- **Creazione di segmenti di marketing basati su nuovi livelli di intelligibilità dei dati:** l'IA consente di creare e segmentare target di maggior valore, consentendo campagne più personalizzate e mirate.

### **Legami più stretti tra il marchio e la comunità**

Nel coinvolgere i nostri clienti attuali e quelli potenziali, ho ormai adottato un set di strumenti all'avanguardia che trasforma i dialoghi grezzi in narrazioni raffinate.

Questa tecnologia, come un attento giornalista, scava nel cuore delle conversazioni, raccogliendo le informazioni chiave sugli ostacoli che i nostri clienti hanno superato, sui cambiamenti strategici che hanno intrapreso e sul ruolo fondamentale che le nostre soluzioni hanno avuto nei loro successi.

Ciò che emerge da questa alchimia è un arazzo di voci autentiche dei clienti, che raccontano in modo vivido i loro viaggi e le loro vittorie intrecciandoli nel tessuto stesso della nostra narrazione. Questa capacità di amplificare senza sforzo le testimonianze e i casi di studio è una svolta che rende più autentici i nostri contenuti e crea un legame più forte tra il marchio e la comunità.

In definitiva, stiamo sfruttando le capacità dell'IA generativa non solo per stare al passo con il mercato, ma per definirne la traiettoria; è un alleato formidabile nel tentativo di allineare le nostre iniziative al cuore pulsante della nostra base di clienti, garantendoci di essere sempre un passo avanti nel mercato.

Superando i confini dell'automazione del marketing, l'applicazione strategica dell'IA generativa è foriera di una nuova era del marketing: un'epoca in cui i marketer avranno a disposizione l'intuizione e l'acutezza necessarie per realizzare campagne che risuonino davvero a livello umano.

L'AI generativa sta già cambiando il modo in cui viviamo. Proprio come oggi usiamo i motori di ricerca e i social media, tutti inizieranno a utilizzare questa nuova tecnologia perché rende le cose più facili. Presto non saremo in grado di immaginare la vita senza di essa; ci aiuterà a parlare con i computer in un modo più naturale, come parlare con un "amico", conoscendone i limiti e comprendendo come utilizzarli. Insomma, migliorerà la nostra vita.

Molte domande restano aperte.

Man mano che l'IA generativa diventa più utile per apprendere nuove informazioni, per trovare le parole giuste, inventare nuove idee, divertirsi o eliminare le inefficienze, come cambierà il nostro rapporto con la tecnologia?

Come questa nuova relazione con la tecnologia cambierà il modo in cui lavoriamo con gli altri?

Come influirà sul proprio percorso, sul modo di collaborare o anche su come "perdiamo tempo" insieme?

Potrà l'IA creare relazioni "irripetibili" come quelle che si instaurano tra me e te?

Che ne sarà della irriducibilità delle relazioni umane?

Sono tutte domande aperte, affascinanti e fondamentali. Affrontiamole con curiosità.



*Maurizio Capuzzo è Chief Marketing Officer presso Sedex e vive a Los Angeles.*