



L'intelligenza artificiale e il futuro del marketing: opportunità, sfide e impatti etici

Paola Vigato

Relatore
Francesco Massara





*Le macchine sono il
nostro specchio, e non
il contrario.*

Alessio Semoli

Duplice obiettivo

Esplorare in profondità come l'intelligenza artificiale sta **trasformando** le strategie di marketing

Mettere in luce le **criticità** che accompagnano l'adozione dell'intelligenza artificiale da parte delle aziende

Grazie all'IA, il marketing diventa predittivo...



oggi le aziende possono anticipare i bisogni dei consumatori, personalizzare le offerte e intervenire tempestivamente sui cambiamenti dei comportamenti di acquisto.

Applicazioni dell'IA nel marketing



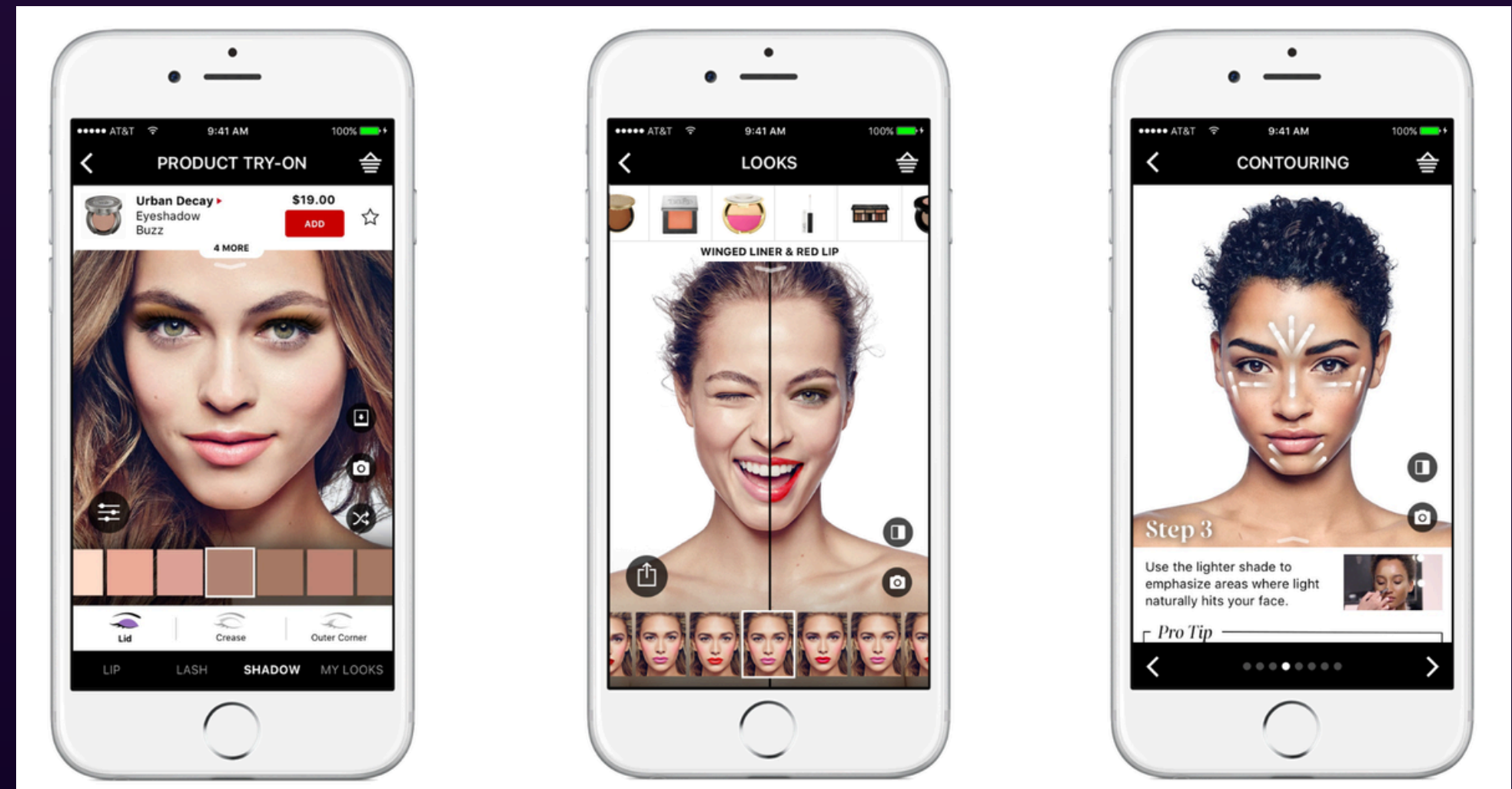
Chatbot per l'assistenza clienti



Sistemi di raccomandazione



Sentiment analysis



Sephora Virtual Artist



Sfide, rischi e implicazioni etiche



Costi e complessità
tecniche



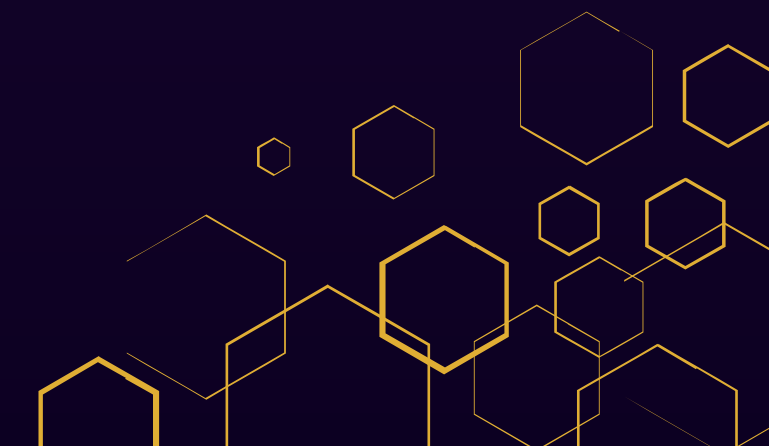
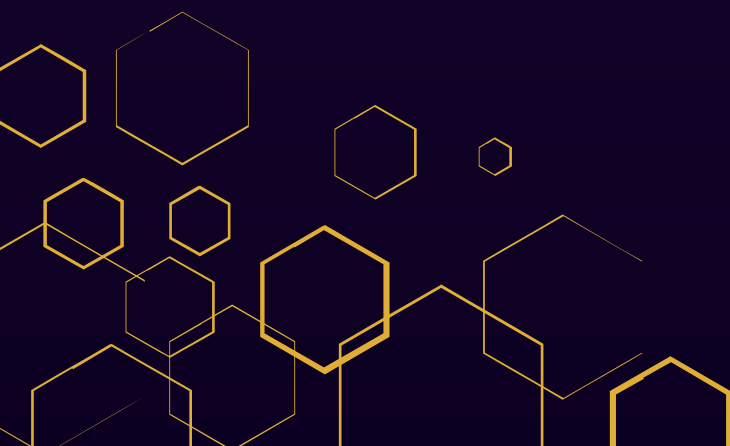
Sicurezza dei
dati e privacy



Bias algoritmico
e
discriminazione

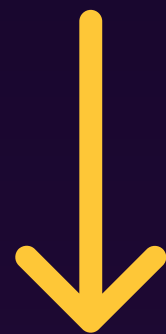


Importanza
della
formazione



Conclusioni

L'intelligenza artificiale non è soltanto una sfida **tecnologica**, ma anche **culturale ed etica**.



Per cogliere appieno le sue opportunità, è necessario un cambio di paradigma che coniughi **innovazione e responsabilità**, **efficienza e umanità**.

