

Come raddoppiare il fatturato con l'AI

10 principi per creare ed estrarre il massimo valore nell'era dell'AI

IMPORTANTE: Questo documento non è stato scritto con l'AI, ma per non superare le 10 pagine è stato fortemente accorciato. Se sei qui per lo stile, mi dispiace, non è la mia miglior scrittura. Se sei qui per il contenuto invece lo troverai, stringato ma presente.

Introduzione utile

Chi come me cerca equilibrio tra critiche ed elogi al'AI odierna ha compreso una verità fondamentale: non importa l'hype, questa tecnologia trasformerà il mondo indipendentemente dal suo sviluppo futuro.

Per chiarirmi, l'AI era già rivoluzionaria cinque anni fa, ma solo poche aziende ne hanno colto i reali benefici. Oggi è diventata mainstream e le aziende la stanno adottando molto, molto di più, i numeri parlano chiaro, ma la maggior parte ancora la approccia superficialmente.

E qui c'è l'opportunità: cogliere i vantaggi del first mover, che nuotano in "oceani blu" con poca competizione e numerose opportunità, creando nel tempo un vantaggio competitivo difficile da colmare.

Ma per esserlo non basta semplicemente implementare un paio di progetti AI, bisogna comprendere il potenziale trasformativo della tecnologia e agire strategicamente.

Come avvenne con internet, i veri beneficiari della tecnologia non furono quelli che crearono un sito web, ma chi trasformarono il proprio modello di business attraverso e-commerce, SEO, social, digitalizzazione dei processi, automazione ecc....

Quindi per cogliere i vantaggi dell'AI, bisogna partire con l'ambizione di fare tutto, un po' per volta.

Ma ora che abbiamo visto il *perché*, non ci soffermiamoci sul *cosa* fare e piuttosto concentriamoci sul *come* approcciarsi a questa rivoluzione senza precedenti che offre l'opportunità di moltiplicare il fatturato e superare sfide molto concrete.

Andremo dall'universale allo specifico evitando il più possibile le banalità, ma per alcuni di voi alcuni dettagli potrebbero esserlo, perché alcune basi non perdono mai la loro importanza.

Ma tranquilli, anche i più esperti troveranno nuove prospettive e dettagli unici di quest'epoca, enjoy.

1. Infrastruttura etica

L'intuizione ci suggerisce che rispettare principi etici è limitante e richiede investimenti aggiuntivi. Ma un'azienda è molto più di un "atleta del business": è un organismo complesso che deve bilanciare l'opinione dei clienti, il valore della sua community, arruolare e coltivare talenti e considerare il suo impatto nell'ecosistema locale e globale.

Un'azienda con valori etici chiari e applicati realmente otterrà vantaggi sostanziali a lungo termine sotto tutti questi aspetti di grande importanza. È come spendere 1€ per riceverne 6. Per di più, in tempi di incertezza come questi, le aziende etiche diventano una calamita di fiducia, senza contare gli enormi vantaggi sulla comunicazione esterna. Quindi questo investimento ha un ROI più simile a 8x (figurato)

Per essere davvero etici quindi:

1. Create un'infrastruttura di valori vantaggiosa per tutti gli stakeholder
2. Comunicateli internamente ed esternamente, legandoli al vostro brand
3. Considerateli all'inizio di ogni progetto
4. Seguiteli e fateli seguire, soprattutto quando è difficile

Attenzione: comunicare valori senza seguirli produce castelli di carta difficili da tenere in piedi e che crollano rapidamente. Non siate miopi.

2. Minimalismo sistemico

Mentre vi spingo verso l'innovazione, vi raccomando anche di guardarvi indietro ottimizzare ciò che già esiste. Le opportunità nell'ottimizzazione offrono ROI spropositati sebbene meno entusiasmanti..

Il suggerimento qui è di chiedere ai vostri dipendenti: come possiamo migliorare i processi? Loro sono i veri esperti, e da loro riceverete idee per risparmiare ore lavorative in eterno, per impiegarle in attività a maggior valore aggiunto.

E l'AI non sarà sempre la risposta; spesso l'ideale saranno soluzioni più semplici, altre saranno necessari approcci più complessi come centralizzazione dei dati e standardizzazioni varie, ma avranno impatti profondissimi di cui non potrete mai pentirvi..

Qui una guida su come prioritizzate i progetti:

1. Prima quelli brevi e alto impatto
2. Poi quelli a lungo termine ma con impatto elevato, iniziate subito
3. Infine quelli a medio termine, dando precedenza ai più brevi
4. Ignorate tutto ciò che ha un impatto inferiore al 50% delle idee emerse

3. Resilienza pre-adattiva

L'obiettivo aziendale è sopravvivere il più a lungo possibile, e il modo migliore è crescere anticipando il futuro. Come? Legandosi ai trend di lungo periodo, non all'hype momentaneo.

Nell'AI esistono trend rilevanti come:

- Il costo dell'AI in costante diminuzione, che ci spinge a sperimentare oggi soluzioni costose ma che diventeranno presto accessibili
- La crescente semplicità di implementazione, che suggerisce di internalizzare competenze invece di investire di più in outsourcing

La tecnologia evolve rapidamente e vediamo un appiattimento delle differenze competitive. Ma noi dobbiamo rimanere flessibili perché il progresso è sta accelerando.

Quindi prepariamoci a rifare tutto più volte, ogni volta meglio e in modo più semplice grazie alle innovazioni e al know-how che abbiamo acquisito. Non può essere una scusa per aspettare...

4. Contesto profondo

Le AI moderne sono state addestrate su enormi quantità di testi e possiedono una memoria a breve termine (finestra di contesto) di circa 100.000 parole, confinata in una singola chat.

Questo limite non ci bastava, quindi abbiamo inventato la RAG (Retrieval Augmented Generation) che ha potenziato l'AI dandole accesso a nuove informazioni, rendendola più accurata, specifica e contestuale.

Ma abbiamo ancora un limite fondamentale: ogni volta che viene usata, la RAG recupera solo alcune parti dei dati a cui ha accesso, le più rilevanti, ignorando il resto.

Ora che siamo allineati, ci sono altri due trend da considerare:

- L'aumento della finestra di contesto fino a 1M di parole e oltre, verso (forse) un contesto infinito più preciso e completo della RAG.
- La crescente multimodalità, ovvero la capacità di comprendere più formati di dati, dalle immagini agli audio ai file

Per sfruttare questi trend dobbiamo:

- raccogliere più dati da tutte le fonti disponibili
- centralizzarli in un'unica fonte di verità aggiornata in tempo reale
- progettate considerando AI con accesso a dati ampi e variegati
- implementate una governance strutturata per gestire gli accessi ai dati

5. Trasparenza tecnologica

Nell'era dell'AI, è essenziale che i team tecnici sappiano spiegare con chiarezza le soluzioni sviluppate a chi tecnico non è. Se manca comprensione tra dirigenza e sviluppatori, i progetti falliranno.

L'approccio TOBI (Top, Out, Bottom, In) prevede che tutti - dai dirigenti ai

dipendenti, dai clienti ai fornitori - comprendano ciò che l'azienda sta facendo e come.

Non serve mantenere segreti industriali: la velocità è più importante, e mentre gli altri vi studiano e copiano, voi siete già avanti.

Al contrario è un'altra occasione per farvi pubblicità ogni volta che potete

6. Innovazione radicale

L'AI è una tecnologia "general purpose" che tocca quasi ogni aspetto della realtà, cambiando cultura aziendale, tecnologia, operations, strategia e molto altro.

Per un'innovazione efficace quindi occorre seguire le migliori best practice che ci offre il mercato

- Adottate una leadership basata su ascolto, empatia, motivazione... leggetevi un libro sull'argomento se non ne avete già letti mille
- Testate con PREtotipi prima delle POC: vendi prima di costruire
  Qui puoi trovare molti esempi di pretotipi di successo
- Misurate tutto per prendere decisioni basate sui dati
- Create automazioni al 90%, lasciando il 10% umano
- Pensate alla di relazioni, non alla gerarchia
- Espandete l'approccio agile a tutti i reparti

7. Momentum mindset

Il risk management nell'era dell'AI richiede un nuovo approccio psicologico. Oltre ai rischi tecnologici tradizionali, emergono rischi specifici sull'AI - trovi una guida specifica sul mio sito - ma anche etici e legali che, se affrontati con consapevolezza, permettono di distinguersi positivamente.

Il momentum mindset si propone di approcciarsi al rischio in modo predittivo e adattivo, evitando di bloccare l'innovazione

- Identificando i rischi preventivamente
- Valutandoli oggettivamente
- Mitigandoli dall'inizio, in fase progettuale

Questo approccio non frena l'innovazione ma la rende sostenibile investendo il minimo di tempo. Alcune idee potrebbero essere scartate per rischi insormontabili, ma con tutte le opportunità disponibili è un compromesso accettabile.

8. Apprendimento accelerato

In quest'epoca di rapida innovazione, l'apprendimento deve essere:

- Continuo: tutti devono evidenziare un loro gap formativo e l'azienda offrire vari metodi formativi, ma soprattutto implementare un minimo di test obbligatori su vari argomenti in stile "crediti formativi" per incentivare la formazione a chi non li passa, senza forzarla. Ad ognuno i suoi metodi.
- Veloce: comprimete i tempi, cercate fonti efficaci, privilegiate formazione in presenza con pratica e usecase
- Culturale: mirate a cambiamenti reali, non solo assorbimento passivo

L'apprendimento non è solo umano ma anche sistemico: i team apprendono, la strategia va aggiornata, le informazioni salvate e rese disponibili a tutti tramite assistenti AI sempre sul pezzo, e anche loro devono saper aggiornare le informazioni.

E non dimentichiamo i clienti: avete l'opportunità di educarli sui cambiamenti che sperimenteranno, creando occasioni di fidelizzazione con contenuti informativi, e perché no qualche badge e riconoscimento per i più preparati non guasta.

9. Intelligenza convergente

L'automazione con l'AI è importante, ma questa rivoluzione richiede di concentrarsi altrettanto sull'ecosistema umano, perché presto avremo due tipi di intelligenze in

azienda: umane e artificiali.

Per una convivenza ottimale, devono comunicare al massimo.

Studi recenti mostrano incrementi di efficienza dal 25% (fine 2023, Harvard Wharton & BCG) a oltre il 70% (inizio 2025, Stanford & World Bank) su molti task, con miglioramenti in qualità e soddisfazione delle persone.

Gli umani formati a dovere vengono ampiamente "potenziati" dall'AI, sia in ciò che conoscono e ancor di più in ciò che non padroneggiano.

Per avviare questa trasformazione:

- Formate bene un po' di ambassador per volta
- Lasciate che incuriosiscano i colleghi dimostrando risultati concreti
- Avviate poi la macchina dell'apprendimento continuo

In men che non si dica il team sarà irriconoscibile, e in poco più tempo l'azienda altrettanto.

10. Esperienza potenziata

Ultimo ma non per importanza - lo so è un clichè - l''esperienza utente in quest'epoca assume nuovi significati e può essere migliorata in moltissimi modi.

Prendiamo l'assistenza. Contrariamente all'intuizione, i clienti non vogliono necessariamente parlare con operatori umani, ma ottenere risultati nel modo migliore possibile. Klarna ad esempio riporta che nel 60% dei casi le persone preferiscono un'AI efficace che risolve problemi in un quinto del tempo, e ci riesce.

Questo ci insegna anche che l'automazione non deve essere totale: dobbiamo mantenere l'umano nel processo. Lo "human in the loop" permette di avere il meglio dei due mondi.

E soprattutto l'AI può essere integrata in modo invisibile nelle applicazioni, risolvendo problemi reali senza che l'utente sappia della sua presenza. A pensarci è l'esatto opposto di ciò che fanno tutti, eppure non sono le stelline a farci dire wow, è il superamento delle aspettative.

Per riuscirci ascoltate i clienti e coinvolgeteli nello sviluppo tecnologico, sono una fonte infinita e gratuita di ispirazione e guida, approfittatene!

E non dimenticate l'importanza delle emozioni: le interfacce AI devono avere personalità e carattere, apparire intuitive e personali, quasi umane.

Detto ciò, anche i dipendenti meritano un'esperienza eccellente con strumenti AI specializzati. Questo li porterà ad usarli molto di più e a migliorare drasticamente il loro lavoro. Comprateli o costruiteli, a voi la scelta.

Cosa fare ora?

Prima di tutto ricordiamoci il nostro obiettivo: raddoppiare o moltiplicare il fatturato, perché siamo sinceri è questo a cui tutte le aziende aspirano. E questa guida è una scorciatoia non troppo corta ma piuttosto sicura per arrivarci.

Le attività sono molte, ma quelle da cui iniziare sono tre:

1. Forma il top management Senza questo step credimi, non succederà nulla. Bisogna allinearli su ciò che sta succedendo, mostrargli delle potenzialità e abbattere lo scetticismo lasciandone solo una traccia per non finire all'estremo opposto.
2. Forma i primi ambassador. 20 persone sono sufficienti per iniziare, ma sono essenziali per avviare il cambiamento dall'alto e dal basso. Diamogli accesso agli strumenti e accendiamo il cambiamento dal basso.
3. Sviluppa una roadmap. Con un assessment fatto di 1on1 o con una giornata di workshop (consigliata) che coinvolga tutte le persone formate, svilupperete una serie di usecase prioritizzate da cui partire.

Con le persone giuste a bordo, tutto il resto arriverà.

Se questa guida ti è piaciuta condividila con un tuo amico imprenditore.

Se hai dei suggerimenti o delle storie da aggiungere, scrivimele a

yuri.mariotti@gmail.com - contribuirai al libro che sto scrivendo su questo argomento e verrai citato tra le fonti..