

AI generativa e il nuovo potenziale per il supporto alle attività commerciali

L'impiego di piattaforme di intelligenza artificiale generativa suscita interesse in numerosi ambiti commerciali, poiché offre l'opportunità di migliorare il lavoro di agenti di vendita e aziende attive sul territorio. L'idea di usufruire di modelli linguistici come ChatGPT, Google Gemini o Claude attrae chi desidera accelerare la preparazione di offerte, snellire le comunicazioni con i clienti e scoprire potenziali mercati. La capacità di queste tecnologie di interpretare testi e generare contenuti su misura consente di valorizzare il potenziale umano, liberando l'agente da attività ripetitive o dispersive. Allo stesso tempo, rimane saldo il principio dell'importanza delle competenze relazionali e dell'esperienza individuale dei commerciali.

 **by Andrea Viliotti**



Sintesi strategica per imprenditori, direttori commerciali e agenti di vendita

Per gli imprenditori

Le piattaforme di intelligenza artificiale generativa possono velocizzare l'individuazione di nuovi mercati e clienti, aumentare l'efficacia delle offerte e aiutare a prendere decisioni sugli investimenti in modo più informato. La possibilità di delegare parte del lavoro ripetitivo a un assistente intelligente garantisce maggiore libertà per sviluppare piani di crescita commerciale e verificare con rapidità la fattibilità di nuovi progetti.

Per i direttori commerciali

Le piattaforme di intelligenza artificiale generativa offrono ai direttori commerciali strumenti concreti per migliorare la supervisione della rete di vendita, agevolando il coordinamento delle attività sul territorio e la definizione di strategie commerciali più efficaci. Grazie alla possibilità di ottenere rapidamente sintesi dettagliate sull'andamento delle trattative e di monitorare la qualità delle comunicazioni con i clienti, il direttore può identificare tempestivamente aree di miglioramento e opportunità emergenti.

Per gli agenti di vendita

L'utilizzo dell'intelligenza artificiale generativa consente ai commerciali di ottimizzare il proprio tempo e concentrare le energie sulla relazione personale con il cliente, riducendo le attività ripetitive e amministrative. Queste piattaforme, come ChatGPT o Claude, permettono di generare liste di prospect altamente mirate e personalizzare rapidamente le proposte in base alle specifiche esigenze di ogni interlocutore.

Aiuto concreto nella prima fase di individuazione dei prospect

Necessità di nuove opportunità

Molte aziende si trovano a fronteggiare la necessità di reperire nuove opportunità commerciali in tempi rapidi, senza però disporre di una struttura interna capace di generare contatti qualificati.

L'AI come alleato

È in questo frangente che l'AI generativa diventa un alleato prezioso. L'agente di vendita potrebbe accedere a una piattaforma come ChatGPT e fornire dettagli sul settore di riferimento e sulla zona geografica di interesse, ricevendo in cambio indicazioni su potenziali clienti.

Personalizzazione della ricerca

Quando le informazioni sono scarse, l'AI può proporre un elenco iniziale, che l'agente può setacciare per individuare i nominativi più in linea con il proprio profilo ideale. Se l'azienda opera in un comparto di nicchia, si potrà chiedere al modello di aggiungere criteri selettivi per restringere il campo.



Verifica e controllo dei dati generati dall'AI

Necessità di verifica

L'efficacia non va data per scontata, perché nessun modello linguistico può disporre di dati sempre aggiornati e ufficiali. L'AI potrebbe confondere riferimenti societari o aggiungere recapiti non più validi.

Controllo umano

La presenza di informazioni imprecise impone un successivo controllo da parte dell'agente, utile per incrociare i dati con fonti esterne e confermare la reale esistenza delle opportunità segnalate.

Lavoro investigativo

Il lavoro investigativo svolto dal venditore rimane quindi cruciale, ma risulta potenziato da un assistente capace di produrre spunti interessanti in tempi ridotti.

Creazione di prompt efficaci per la ricerca di prospect

1

Definizione dei criteri

Un esempio concreto potrebbe essere la creazione di un prompt dettagliato che includa criteri di fatturato minimo, settore e localizzazione.

2

Generazione della lista

Se si opera nell'industria meccanica, l'AI può recuperare realtà locali o nazionali specializzate in un determinato ambito. In tal modo, l'agente dispone già di una traccia di aziende potenzialmente interessate ai prodotti offerti.

3

Selezione dei contatti

Il passaggio successivo è quello di scremare la lista per evitare di investire tempo su profili non in linea con l'obiettivo di vendita.

4

Brainstorming di nuovi mercati

La piattaforma può fungere da risorsa di brainstorming, ipotizzando nuovi segmenti di mercato che l'agente non aveva preso in considerazione.

Privacy e sicurezza dei dati

1 Tutela delle informazioni

Dal punto di vista della tutela della privacy, l'agente deve evitare di inserire nella piattaforma AI informazioni personali o sensibili sui clienti e procedure aziendali, assicurando sempre la conformità al regolamento europeo GDPR e alle normative locali.

2 Policy aziendali

Per garantire questo risultato, è fondamentale stabilire policy aziendali chiare, indicando esplicitamente le categorie di dati condivisibili e configurando opportunamente la piattaforma per evitare che le informazioni inserite vengano utilizzate per il training generale del modello.

3 Integrazione responsabile

Così facendo, si può integrare l'innovazione in maniera responsabile e sicura nelle strategie aziendali, garantendo il pieno rispetto della riservatezza e preservando la fiducia dei clienti.



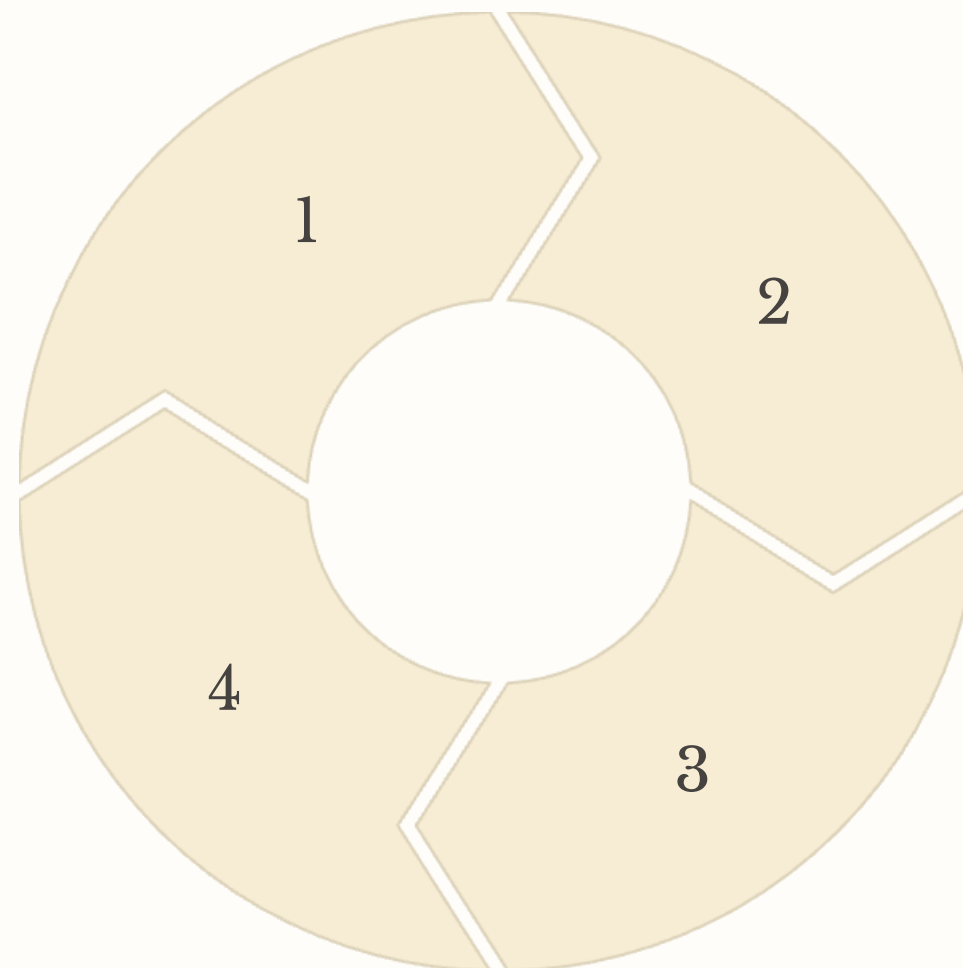
Approfondimento mirato e personalizzazione dell'approccio di vendita

Raccolta informazioni

Dopo una prima raccolta di nominativi, occorre dedicare tempo a studiare le singole aziende considerate più promettenti.

Adattamento dell'offerta

Se un'azienda manifesta urgenza nell'averne una fornitura entro 2 mesi, l'AI può riformulare la proposta commerciale adattandola a questa scadenza.



Sintesi dei dati

L'AI generativa risulta utile nel riassumere contenuti e offrire una panoramica puntuale.

Personalizzazione

L'AI è capace di estrarre il dettaglio del mercato in cui opera ciascuna realtà, con focus su eventuali partnership e menzioni in fiere o eventi.

Ottimizzazione del tempo con l'AI



Estrazione di punti chiave

Un venditore potrebbe ricevere 20 pagine di specifiche tecniche e chiedere all'AI di estrarre i punti chiave. Ciò permette di concentrare la propria attenzione sulle clausole contrattuali fondamentali, evitando di disperdere energie in un'analisi generica.



Organizzazione delle note

Alla fine di una visita in cui si sono incontrati 4-5 appuntamenti, l'agente può chiedere all'AI di riorganizzare le note prese, producendo un resoconto ordinato con gli obiettivi da raggiungere e le possibili strategie di cross-selling.



Presentazione visiva

Non è inusuale che un agente abbia bisogno di un layout più accattivante, magari con immagini o grafici esplicativi. Sebbene l'AI non sia un designer specializzato, può generare idee di base per l'impaginazione.

Supporto linguistico e internazionalizzazione



Traduzione multilingue

Per chi si occupa di mercato internazionale, la generazione e traduzione di testi in varie lingue risulta un atout rilevante. Senza dover passare da un traduttore esterno, l'agente può chiedere al sistema di formulare proposte multilingue con un registro stilistico adatto al contesto d'affari.



Adattamento culturale

Ciascun passaggio, però, necessita di verifica e rifinitura, perché la coerenza culturale e le sfumature della lingua non sono elementi da delegare completamente a uno strumento automatico.

Creazione e perfezionamento di offerte a misura di cliente

Prima bozza rapida

La vera sfida nel processo di vendita consiste nell'adeguare l'offerta alla realtà del potenziale cliente in modo tempestivo. Per un agente sempre in viaggio, diventa complesso redigere e aggiornare documenti articolati con rapidità. Con l'AI generativa, si apre la possibilità di ottenere una prima bozza di proposta in pochi istanti.

Aggiornamenti e modifiche

Dopo il primo invio, il cliente potrebbe richiedere modifiche o aggiunte particolari. È sufficiente aggiornare il modello con i nuovi dati, ottenendo una seconda versione del documento che include i correttivi.

1

2

3

4

Strutturazione del messaggio

Basta inserire un prompt che richiami le informazioni essenziali: chi è il cliente, quali problemi sta cercando di risolvere, che tipo di soluzione si vuole offrire e quali vantaggi specifici si possono elencare. L'AI produce un messaggio strutturato, pronto per essere inviato.

Proposte multicomponente

Talvolta l'agente si trova a proporre più linee di prodotti, ognuna con caratteristiche e prezzi diversi. Con l'AI, si suddivide il prompt in vari paragrafi, ciascuno dedicato a un prodotto o a un servizio, indicando i riferimenti tecnici da non tralasciare.

Adattamento dello stile comunicativo



Revisione stilistica

La stessa AI può agire come un revisore di stile, suggerendo un linguaggio più formale o più colloquiale per ogni comunicazione



Adattamento al cliente

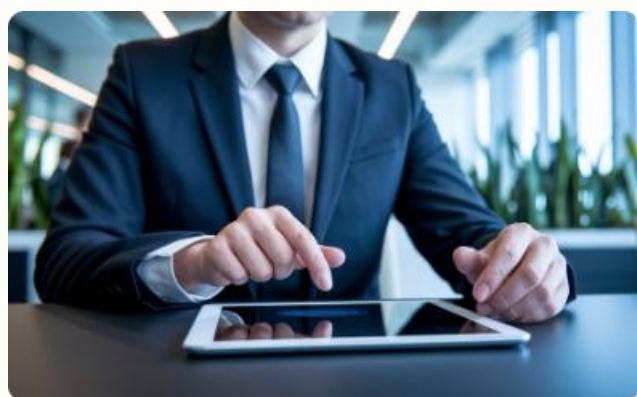
A seconda che ci si rivolga a una grande azienda con procedure rigorose o a una realtà emergente in cerca di flessibilità



Riduzione dei fraintendimenti

Questo riduce i rischi di fraintendimenti e dimostra attenzione verso la cultura del proprio interlocutore

Reattività durante gli incontri commerciali



Modifiche in tempo reale

La flessibilità immediata permette di aggiornare proposte e offerte direttamente durante gli incontri, rispondendo alle esigenze emergenti dei clienti tramite smartphone o tablet.



Risposta alle obiezioni

Capacità di adattamento rapido alle critiche, generando nuove versioni dell'offerta che rispondano in modo immediato alle osservazioni ricevute.



Simulazione di role-play

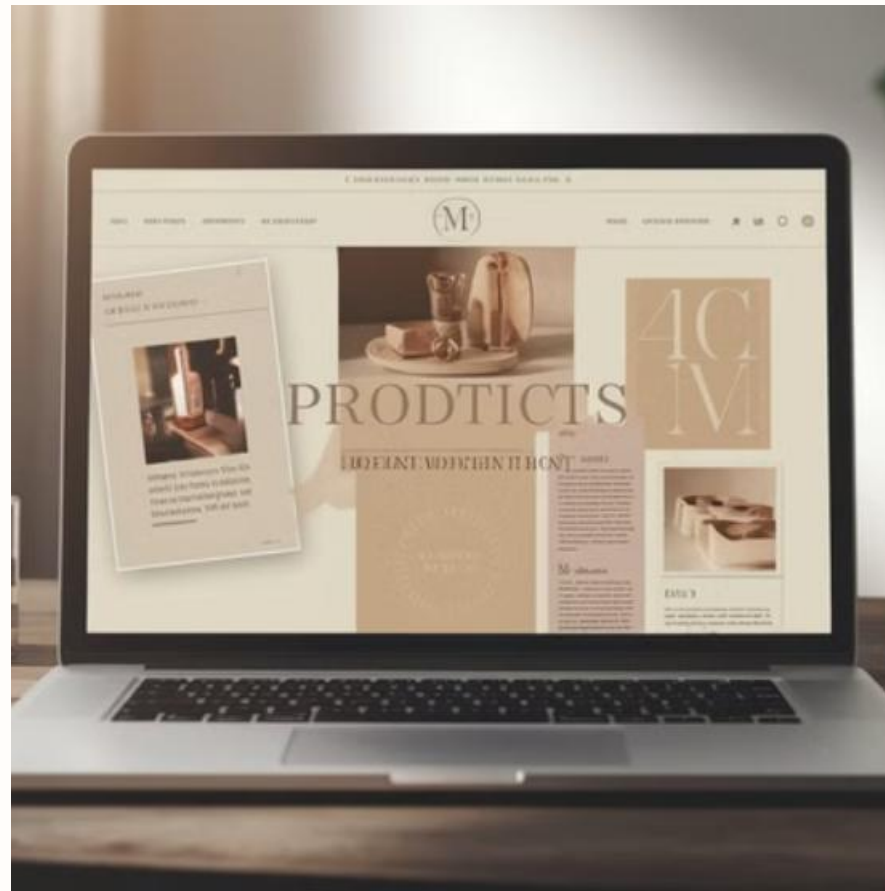
Preparazione anticipata attraverso simulazioni con l'AI che interpreta il cliente, permettendo all'agente di allenarsi con risposte convincenti e tempestive.



Memoria conversazionale

Gestione efficace di trattative lunghe grazie a tecnologie come Claude e Google Gemini, mantenendo la coerenza del discorso e il recupero delle informazioni precedenti.

Creazione di materiali visivi e presentazioni



Un altro ambito interessante è la creazione di presentazioni animate o di brochure esplicative. Non tutti i modelli generativi sono specializzati nella parte grafica, ma ne esistono alcuni che possono suggerire impaginazioni, immagini esemplificative e persino layout di pagina. Se l'azienda preferisce un pacchetto di strumenti già consolidato, si può far lavorare l'AI testuale in parallelo a software di grafica, ottenendo risultati più rapidi.

Semplificazione della gestione clienti acquisiti e miglioramento continuo

1

Monitoraggio continuo

Una buona pratica commerciale prevede che l'agente non si limiti a vendere una volta, ma costruisca un rapporto di fiducia destinato a durare nel tempo. L'AI generativa fornisce supporto anche nella fase di post-vendita, in cui occorre monitorare i cambiamenti del cliente e proporre nuove soluzioni.

2

Analisi delle fonti

Il controllo periodico può diventare più snello grazie alla capacità dell'AI di scandagliare fonti pubbliche, articoli di settore o siti istituzionali, restituendo un quadro dei recenti sviluppi che interessano il cliente.

3

Aggiornamenti strategici

Con un prompt sintetico, si ricevono aggiornamenti che possono suggerire l'invio di una mail di congratulazioni o una proposta di incontro per esplorare nuove esigenze.

Reporting e analisi dei dati commerciali



Analisi automatizzata

L'assistente virtuale permette di analizzare rapidamente lo storico delle trattative e dei contratti, identificando pattern e tendenze nei dati commerciali.



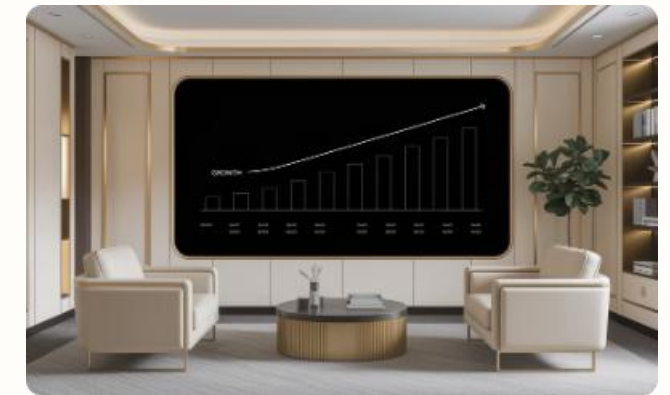
Reporting intelligente

La direzione riceve documenti chiari e strutturati sull'andamento delle relazioni commerciali, con insights automaticamente evidenziati dall'AI.



Ottimizzazione delle strategie

Analizzando i dati storici, l'AI aiuta a identificare i prodotti più venduti e i settori più sensibili alle promozioni, guidando le strategie di cross-selling.



Monitoraggio dei risultati

L'agente può facilmente tracciare le performance nel tempo, comprendendo le motivazioni dietro i rinnovi contrattuali e le opportunità di miglioramento.

Pianificazione ottimizzata delle visite commerciali

30%

Risparmio di tempo

Nella pianificazione degli itinerari

25%

Aumento efficienza

Nelle visite giornaliere

20%

Riduzione costi

Di trasferta e spostamento

Un altro fattore di interesse è la possibilità di impostare una pianificazione più razionale delle visite. Se l'agente si sposta in diverse aree geografiche, può chiedere all'assistente di suggerire un itinerario logico, indicando come ottimizzare gli appuntamenti in base alle distanze o alla priorità di vendita. Sebbene la piattaforma non sostituisca i servizi di mapping completi, può fornire una bozza che l'utente personalizzerà con le informazioni sul traffico o con i vincoli specifici dell'azienda.



Verso un modello di formazione integrata: il ruolo di un corso dedicato

Principi fondamentali

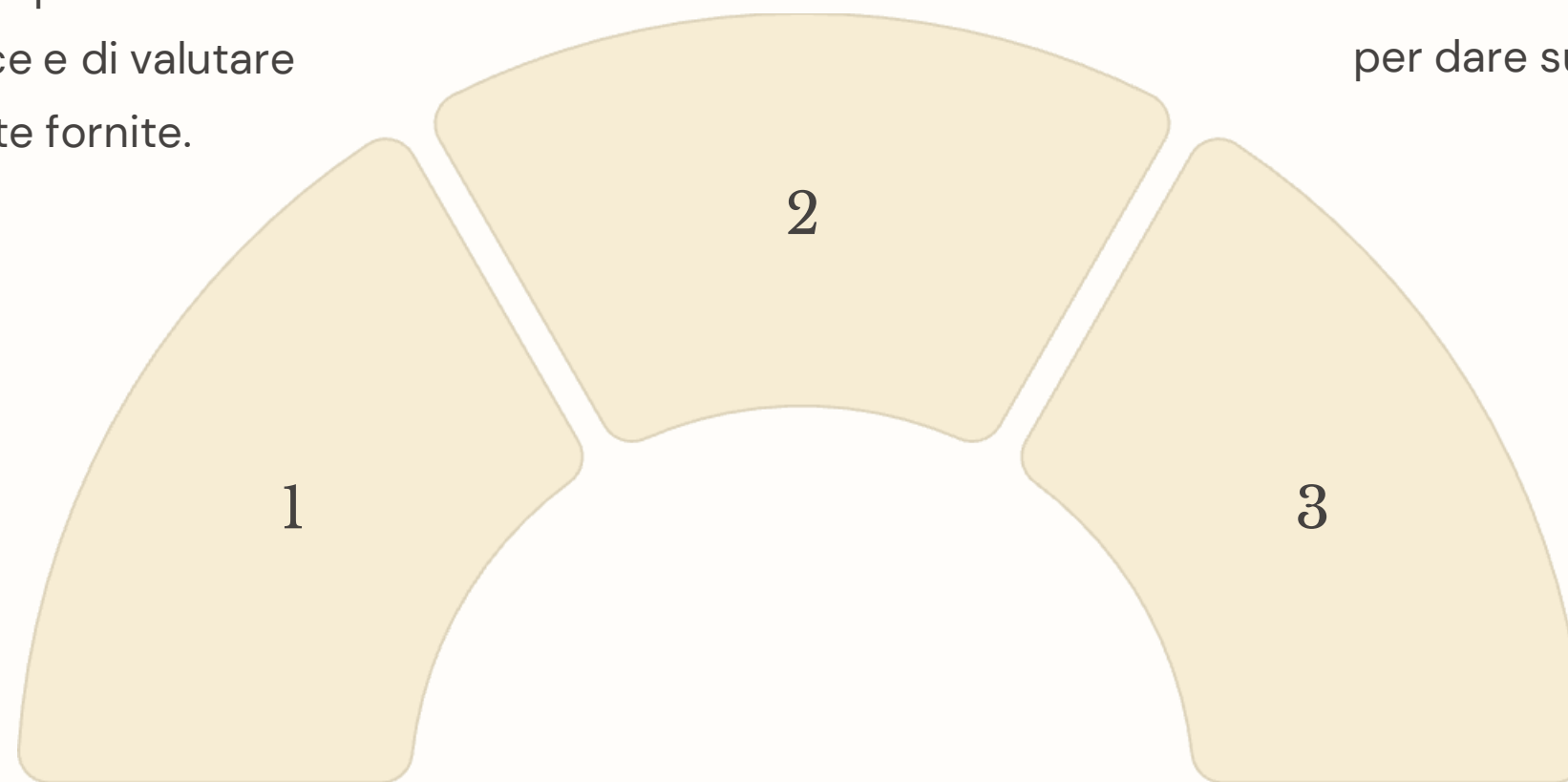
L'impiego concreto di un assistente AI per le attività commerciali non si improvvisa in pochi giorni, poiché richiede la capacità di plasmare i prompt in modo efficace e di valutare con cura le risposte fornite.

Integrazione metodologica

Gli agenti più esperti hanno bisogno di integrare tali strumenti nelle loro metodologie di vendita consolidate, senza perdere il contatto diretto che li distingue sul mercato.

Formazione strutturata

Per questo motivo, molte aziende vedono nella creazione di un corso di introduzione all'AI generativa la chiave per dare supporto ai venditori sul campo.



Confronto tra soluzioni di AI generativa autonome e AI generativa integrate nei CRM

Caratteristica	AI Autonoma	AI Integrata nel CRM
Accesso ai dati	Analizza dati esterni e interni forniti manualmente	Accesso diretto ai dati del CRM
Flessibilità	Maggiore, non richiede modifiche ai software aziendali	Limitata alle funzionalità del CRM
Investimento iniziale	Generalmente inferiore	Potenzialmente maggiore (licenze, configurazione)
Sicurezza dati	Richiede attenzione alla privacy	Generalmente più sicura e conforme
Continuità	Richiede passaggi manuali tra sistemi	Processo fluido e integrato



Vantaggi specifici per diversi ruoli aziendali



Per gli imprenditori

Per gli imprenditori, la distinzione tra AI autonoma e integrata si traduce innanzitutto in una riflessione su costi, scalabilità e controlli di sicurezza. Se da un lato una soluzione autonoma può sembrare più agile per iniziare a sperimentare, dall'altro non garantisce la piena protezione dei dati o la massima coerenza di brand e tone of voice aziendale.



Per i direttori commerciali

Per i direttori commerciali, si pone il tema di come uniformare le metodologie operative: l'adozione di un sistema integrato semplifica l'analisi dei risultati e la condivisione delle best practice, mentre l'uso disordinato di strumenti esterni da parte di ogni venditore può generare frammentazione.



Per gli agenti

Per gli agenti, infine, conta molto l'efficienza quotidiana: l'AI autonoma permette libertà di sperimentazione e creatività, l'AI integrata riduce drasticamente i passaggi manuali e arricchisce il CRM con dati consistenti.

Conclusioni e quadro finale di azioni pratiche

1 Potenzialità dell'AI generativa

Le potenzialità dell'AI generativa nel supportare i venditori sul campo emergono chiaramente nella riduzione dei tempi di preparazione delle offerte, nella personalizzazione immediata delle proposte e nell'efficienza nella gestione della relazione con il cliente.

3 Azioni concrete

Un primo passo utile consiste nell'avviare sperimentazioni interne, permettendo agli agenti di testare in sicurezza le diverse piattaforme AI generative. Successivamente, la definizione di un corso di introduzione e la creazione di prompt standardizzati possono aiutare a mettere a fuoco il reale valore aggiunto.

2 Differenza dalle tecnologie tradizionali

Rispetto a tecnologie tradizionali già in uso, come CRM o software gestionali, i modelli linguistici di ultima generazione (es. ChatGPT o Claude) si distinguono per la capacità di comprendere e produrre contenuti articolati in maniera naturale e contestuale.

4 Monitoraggio e valutazione

Un monitoraggio periodico delle prestazioni, misurato in termini di rapidità nell'elaborazione delle offerte e tasso di successo commerciale, permette infine di valutare l'effettivo ritorno dell'investimento.