

BOLLICINE DIGITALI IN CANTINA RACCONTA COME L'IA AIUTI LE VENDITE E I VENDITORI

Intelligenza artificiale e commerciali: chi vende di più? Se si collabora tutti e due

MANTOVA Unire formazione e degustazione per esplorare le potenzialità dell'intelligenza artificiale nel mondo delle vendite: questo l'obiettivo di Bollicine Digitali in Cantina, l'evento organizzato da Apindustria Confimi Mantova e Powerapp presso la suggestiva location della Cantina Ricchi a Monzambano.

Oltre 25 imprenditori hanno partecipato all'incontro divertendosi, mettendosi alla prova e scoprendo come l'ia sviluppi le vendite solo se l'azienda capisce che non può sostituire i venditori ma li deve affiancare per valorizzare ancora di più il loro lato umano.

«Sembra assurdo ma per utilizzare l'intelligenza artificiale sono più importanti le domande delle risposte - sottolinea **Giacomo Cecchin**, responsabile comunicazione di Apindustria Confimi Mantova che ha illustrato un caso concreto di applicazione dell'intelligenza artificiale in associazione - non devi dare nulla per scontato e costruire una richiesta che abbia tutti i requisiti per consentire all'ia di fare un buon lavoro. Noi l'abbiamo usata per costruire checklist e il risultato è stato molto efficace ma abbiamo dedicato tempo a costruire un prompt adeguato».

Durante l'evento si è discusso dell'intelligenza ge-



nerativa in azienda e del suo impatto sui processi di vendita.

Tra i temi più dibattuti, il rapporto tra venditori e ia: se da un lato l'automazione può semplificare molte attività ripetitive, dall'altro il fattore umano resta insostituibile.

L'ia può supportare i venditori, ma non rimpiazzarli, migliorando la gestione dei clienti e personalizzando le strategie commerciali.

Carloalberto Baroni, titolare di Powerapp e ideatore del format, ha invece sottolineato l'importanza di un approccio pratico perché parlare di ia è utile ma sperimentarla è fondamentale.

«Solo sporcandosi le mani con la tecnologia possiamo comprenderne il vero potenziale e applicarlo efficacemente nelle vendite».

Durante l'evento sono stati proposti anche dei sondaggi per capire chi sta usando l'ia in azienda o ha in programma di farlo e se all'inizio gli imprenditori si sono divisi a metà tra fan dell'intelligenza artificiale e chi sta ancora alla finestra alla fine tutti si sono mostrati d'accordo sul fatto che non sia possibile ignorare questa innovazione.

«L'ia può diventare un alleato strategico per migliorare i processi e ottimizzare le risorse - ha aggiunto Giacomo Cecchin - ma la sua efficacia dipende dall'uso consapevole che ne facciamo».

Le conclusioni sono state chiare: per sfruttare al meglio l'intelligenza artificiale, è necessario provarla sul campo. Solo sperimentando e adattandola alle proprie esigenze, gli imprenditori possono comprendere come trasformarla in un vantaggio competitivo.

Un invito che i partecipanti hanno colto divertendosi tra un confronto e un calice di vino, perché il futuro del business passa anche dalla capacità di innovare senza perdere di vista il valore delle relazioni umane.

