

Mercoledì 2 Agosto 2023
Notizie mercati esteri [1]

Brasile - Intelligenza Artificiale, relazioni con i consumatori e futuro del commercio

L'Intelligenza Artificiale (IA) sta trasformando le aziende di tutti i settori di tutto il mondo, che stanno abbracciando l'IA per semplificare i processi, offrire esperienze personalizzate, aumentare le prestazioni e migliorare il processo decisionale. Secondo l'IDC *Worldwide Artificial Intelligence Spending Guide*, gli investimenti globali nell'IA dovrebbero superare i USD 200 miliardi entro il 2025. Con la capacità di automatizzare le attività di routine e migliorare i processi, l'IA può rendere le organizzazioni più efficienti e competitive.

Il Brasile, secondo uno studio SAS (*Statistical Analysis System*), realizzato da IDC, è il Paese che utilizza maggiormente l'IA in America Latina, con oltre il 63% delle aziende che utilizza applicazioni basate su questa tecnologia, sopra la media del 47% nella regione. I settori più avanzati in questo uso sono la finanza, il commercio al dettaglio e il manifatturiero. Un altro dato è che il 90% delle organizzazioni brasiliane investe in dati e strumenti analitici per identificare tendenze e modelli di consumo, una percentuale più alta che in America Latina, con una media del 60%. Lo studio ha inoltre evidenziato che il Brasile guida, con l'84%, l'utilizzo di dati, intelligence analitica e IA in termini di affidabilità e sicurezza delle attività aziendali.

Le trasformazioni dell'IA stanno colpendo anche le relazioni con i consumatori e, nella vendita al dettaglio, le chatbot e gli assistenti virtuali sono stati una delle applicazioni di maggior successo dell'IA. Alcune aziende si sono distinte nell'utilizzo di questi strumenti per migliorare l'esperienza del cliente, facilitando le domande, i consigli sui prodotti e la risoluzione dei problemi. Ciò ha contribuito alla fidelizzazione dei clienti e all'aumento delle vendite.

L'Intelligenza Artificiale consente la personalizzazione degli sforzi di marketing e vendita, utilizzando l'analisi dei dati per raggiungere i clienti nel momento migliore. Questo approccio consente di aumentare le vendite e la soddisfazione del cliente, generando un notevole vantaggio competitivo. L'IA può anche aiutare con la generazione di lead, semplificando le vendite e fornendo previsioni di business più accurate. Nella sanità, l'Intelligenza Artificiale è utilizzata solo nel 3% degli stabilimenti brasiliani del settore, rivela l'indagine TIC Saúde. La pubblicazione analizza anche l'uso della robotica, presente nel 4% delle strutture sanitarie, e della blockchain, utilizzata dall'1% delle strutture.

È importante sottolineare che l'IA è stata applicata anche nel rilevamento e nella prevenzione delle frodi nel commercio elettronico. Le società di pagamento utilizzano sistemi di IA per analizzare le transazioni in tempo reale

e identificare attività sospette, proteggendo i consumatori e i commercianti. Per quanto riguarda le preoccupazioni relative alla privacy e alla sicurezza dei dati dei consumatori, la massiccia raccolta di informazioni per alimentare gli algoritmi amplia il dibattito sull'uso e la protezione dei dati. È essenziale affrontare la privacy, la sicurezza e l'impatto sociale di queste tecnologie. Anche seguendo operazioni etiche e sostenibili, l'IA può rivoluzionare le relazioni delle consumazioni, fornendo esperienze più personalizzate ed efficienti per i clienti.

Investire in dati e intelligenza artificiale ha dei vantaggi, ma le aziende hanno bisogno di una strategia e di team qualificati per raggiungere gli obiettivi di business. Attualmente, l'IA generativa si è distinta e ha suscitato l'interesse di dirigenti di diversi settori per creare contenuti originali, come immagini e testi, tra gli altri. Con le relazioni di consumazioni sempre più basate sulle interazioni tra persone e aziende, l'IA fa sì che le organizzazioni anticipino i desideri dei consumatori e presentino raccomandazioni assertive. L'IA può anche automatizzare le attività di routine, liberando i professionisti per altre attività più strategiche. C'è un guadagno diretto in termini di personalizzazione ed esperienza per i clienti ed entrate per le aziende.

Fonte: Pietro Moschetta, partner per i Mercati Regionali presso KPMG in Brasile [2]

(Contenuto editoriale a cura della Câmara de Comércio Italiana de São Paulo - ITALCAM [3])
Ultima modifica: Mercoledì 2 Agosto 2023

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Intelligenza Artificiale [4]

Source URL: https://www.assocamerestero.com/notizie/brasile-intelligenza-artificiale-relazioni-consumatori-futuro-del-commercio

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.com/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://kpmg.com/br/en/home.html
[3] https://www.assocamerestero.com/ccie/camara-de-comercio-italiana-de-sao-paulo-italcam
[4] https://www.assocamerestero.com/ricerca-per-argomenti/%3Ftid%3D591