

Indice

Premessa	pag.	11
Perché parlare insieme di big data e intelligenza artificiale	»	11
Come usare questo libro: tra visione strategica e strumenti concreti	»	12

Parte I **Costruire le fondamenta:** **dati, innovazione e cultura digitale**

1. Big data: caratteristiche, sfide e opportunità	»	17
1. Le “V” dei big data: come interpretarle in ottica business	»	17
2. Quali dati abbiamo in azienda e fuori (e non usiamo)	»	24
3. Come passare dal dato all’azione	»	32
► <i>Strumenti operativi</i>	»	37
2. Digital transformation e organizzazioni data-driven	»	41
1. La trasformazione digitale come leva strategica nelle organizzazioni data-driven	»	41
2. Come la cultura dei dati cambia ruoli e processi	»	44
3. Dall’intuizione all’evidenza: una nuova leadership	»	49
► <i>Strumenti operativi</i>	»	51

Parte II

Intelligenza artificiale: scenari, strumenti e applicazioni concrete

3. Il ruolo dell'intelligenza artificiale: tecnologie, impatti e applicazioni	pag. 57
1. Tipologie di AI e loro utilizzo nel mondo del lavoro	» 57
2. Machine learning e deep learning: differenze e applicazioni	» 60
3. Il valore dell'AI nei processi aziendali	» 63
4. AI roadmapping: creare roadmap per integrare l'AI nella tua azienda	» 67
► <i>Strumenti operativi</i>	» 76
 4. Lavorare con l'AI generativa: oltre il prompt	 » 81
1. Che cos'è (e che cosa non è) l'AI generativa: capire i modelli alla base	» 81
2. Oltre il prompt: progettare workflow intelligenti con l'AI	» 83
3. Prompt engineering: come fare domande efficaci mantenendo un pensiero critico	» 87
4. Errori comuni, bias e dipendenze: come mantenere il controllo	» 90
5. Quando l'AI diventa un supporto per decidere meglio	» 95
► <i>Strumenti operativi</i>	» 97

Parte III

Strategie data-driven per creare valore

5. Ripensare il modello di business nell'era dell'AI	» 101
1. Dati e AI come asset competitivi	» 101
2. Come evolve il modello di business in chiave intelligente	» 102
3. Da prodotto a servizio, da standard a personalizzazione, da servizio a esperienza	» 103
4. Come l'AI può supportare pricing, customer experience, innovazione di prodotto	» 107
► <i>Strumenti operativi</i>	» 113
 6. Marketing predittivo e automazione personalizzata	 » 116
1. Prevedere i bisogni, personalizzare i percorsi	» 116

2. L'automazione che aiuta, non quella che disturba: e-mail, adv, CRM	pag. 120
3. AI per la segmentazione, la personalizzazione e il copywriting	» 125
► <i>Strumenti operativi</i>	» 131

Parte IV

Guidare l'innovazione in azienda: persone, ruoli e metodi

7. L'innovation manager e la gestione del cambiamento	» 137
1. L'innovation manager: ruolo, competenze, mindset	» 137
2. Come guidare team e progetti in contesti complessi	» 142
3. Lavorare tra strategia, tecnologia e persone	» 148
► <i>Strumenti operativi</i>	» 154
8. Innovare con metodo: ISO 56002 e UNI 11814	» 158
1. L'innovazione si può (e si deve) gestire	» 158
2. ISO 56002: il sistema di gestione per l'innovazione	» 159
3. UNI 11814: profili e responsabilità per innovare in modo efficace	» 165
4. Come applicare questi standard nella pratica quotidiana	» 166
► <i>Strumenti operativi</i>	» 171
Conclusioni	» 175
Il futuro è umano + artificiale	» 175
Come sviluppare (davvero) le competenze per l'innovazione	» 176
Ringraziamenti	» 181
Bibliografia e sitografia	» 183