

Una nuova sfida e ruolo per Marketing & Sales Manager

ADICO Networking

L'AI trasforma Marketing e Sales: Un nuovo ruolo per decidere e fare business nell'incertezza

Intervista a **Carlo Alberto Carnevale Maffe'** - Bocconi

Data e orario: Mercoledì 22 aprile 2026 - ore 17.15 - 20.00

Luogo: Fondazione ATM, Via Carlo Farini 9 - Milano

ISCRIVITI ORA

2 WAYS TO SUCCESS!



WAYS TO SUCCESS!

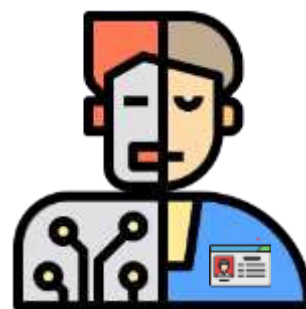
«Hire Your Agentic Customer»

Strategie di mercato nell'era dell'AI

ADICO NETWORKING

Tavolo di confronto tra Sales & Marketing Manager
Mercoledì 22 aprile 2026

L' incontro, presso la **Fondazione ATM**, ha focalizzato l'impatto dell'**intelligenza artificiale** nel mondo del business e del marketing. Il relatore principale, **prof. C.A. Carnevale Maffè** - SDA Bocconi intervistato dal **giornalista Gigi Beltrami**, sostiene che la tecnologia stia trasformando il capitalismo, spostando il focus dal prezzo e dal brand alla **discoverability** semantica operata da agenti software.



In questo scenario, le aziende devono smettere di considerare il cliente un mero consumatore e iniziare a **"assumerlo" come collaboratore**, integrando la domanda nei processi organizzativi. Viene evidenziata l'importanza di sviluppare un **nuovo linguaggio** specifico per le macchine, poiché gli acquisti saranno sempre più delegati a maggiordomi digitali capaci di analizzare dati complessi.

Nonostante l'automazione, l'elemento umano resta comunque **fondamentale** per la sua capacità di **intuizione, visione strategica e incontro relazionale**. Il dibattito conclude che, per sopravvivere alla velocità del cambiamento, occorre una profonda **evoluzione culturale** che valorizzi l'esperienza dei senior e la freschezza mentale dei giovani.

WAYS TO SUCCESS!

«Hire Your Agentic Customer»

Strategie di mercato nell'era dell'AI

Di seguito un resoconto dei punti chiave emersi.

L'incontro, introdotto da Antonio Seggioli (Presidente Adico) ed Emanuela Salati (Fondazione ATM), si è focalizzato sulla velocità senza precedenti della trasformazione impressa dall'**intelligenza artificiale**, un fenomeno che sta cambiando radicalmente sia il mondo del business che la vita quotidiana. Il relatore principale, **Carlo Alberto Maffè**, ha delineato un cambio di paradigma nel capitalismo e nel mercato, passando da una competizione basata sul **prezzo** a una basata sulla **semantica**.



Punto 1. Il concetto di "Hire Your Customer" e gli Agenti Software

Il Prof Maffè sostiene che le aziende debbano smettere di limitarsi a vendere e iniziare a **organizzare la domanda**, trattando il cliente come un collaboratore ("HR of the Demand"). Questo perché il consumatore oggi è affiancato da **"agenti"**, ovvero maggiordomi software intelligenti capaci di eseguire compiti complessi (come pianificare un intero viaggio) anziché limitarsi a fornire risposte dialogiche.

WAYS TO SUCCESS!

«Hire Your Agentic Customer»

Strategie di mercato nell'era dell'AI



- **Discoverability vs. Visibility:** Gli agenti software non hanno occhi e **ignorano la pubblicità tradizionale**. Pertanto, la visibilità del brand perde valore a favore della "**discoverability**": la capacità di presentare descrizioni tecniche e funzionali precise (il "passaporto del prodotto") che le macchine possano leggere e comparare.

Punto 2. Casi Pratici e Applicazioni Settoriali

L'incontro ha esplorato come l'IA stia già riscrivendo i processi in vari ambiti:

- **Assicurazioni (Caso Lemonade):** Negli USA, esistono modelli dove il contratto (la polizza) viene scritto attraverso un dialogo tra l'agente del cliente e quello dell'azienda. La liquidazione dei sinistri può avvenire in pochi secondi grazie a video-denunce analizzate da IA che fungono da "macchine della verità" per rilevare eventuali menzogne.
- **Agroalimentare (Vino):** È stato citato un progetto PNRR che ha digitalizzato i disciplinari di produzione (es. Brunello di Montalcino), trasformando la storia e le caratteristiche tecniche del vino in dati leggibili dall'IA. Questo permette a un "sommelier virtuale" di scegliere la bottiglia perfetta per un menù basandosi su dati scientifici e non solo sull'etichetta.
- **Passaporto Digitale del Prodotto:** In Europa, questo strumento mira a tracciare l'intera catena di fornitura per difendere la qualità dei prodotti dalle imitazioni, a patto di automatizzare la burocrazia necessaria tramite agenti digitali.

WAYS TO SUCCESS!

«Hire Your Agentic Customer»

Strategie di mercato nell'era dell'AI

3. Impatto Organizzativo e Professionale

L'IA non sostituisce l'uomo, ma ne cambia le modalità operative.

- **Senior vs. Junior:** I professionisti senior vedono esaltata la propria esperienza come "patrimonio semantico" dell'azienda. Al contrario, i junior sono più penalizzati nei compiti ripetitivi ma sono essenziali per ridisegnare i processi aziendali con una mentalità fresca.
- **Il Metodo del "Panino":** In ambito educativo, il Prof Maffè suggerisce di non chiedere all'IA la soluzione, ma di concentrarsi sulle **domande corrette** da porre e sulla validazione dei risultati ottenuti (le "fette di pane» che racchiudono il contenuto generato dall'IA).
- **Limiti e Punti di Forza:** Gli agenti superano l'uomo in velocità, efficienza e riconoscimento di pattern, ma falliscono nell'**adattabilità al nuovo** e nelle **euristiche** (capacità di trovare soluzioni intuitive in contesti non strutturati, definita scherzosamente come "NCC").



4. Conclusioni e Prospettive Future



Nonostante l'avanzata tecnologica, l'incontro umano rimane insostituibile.

La sfida per le imprese italiane, specialmente le PMI, è culturale: bisogna delegare ai giovani l'innovazione tecnologica e proteggere il know-how proprietario all'interno di modelli di IA sovrani, evitando di "regalare" i propri dati alle grandi piattaforme californiane.