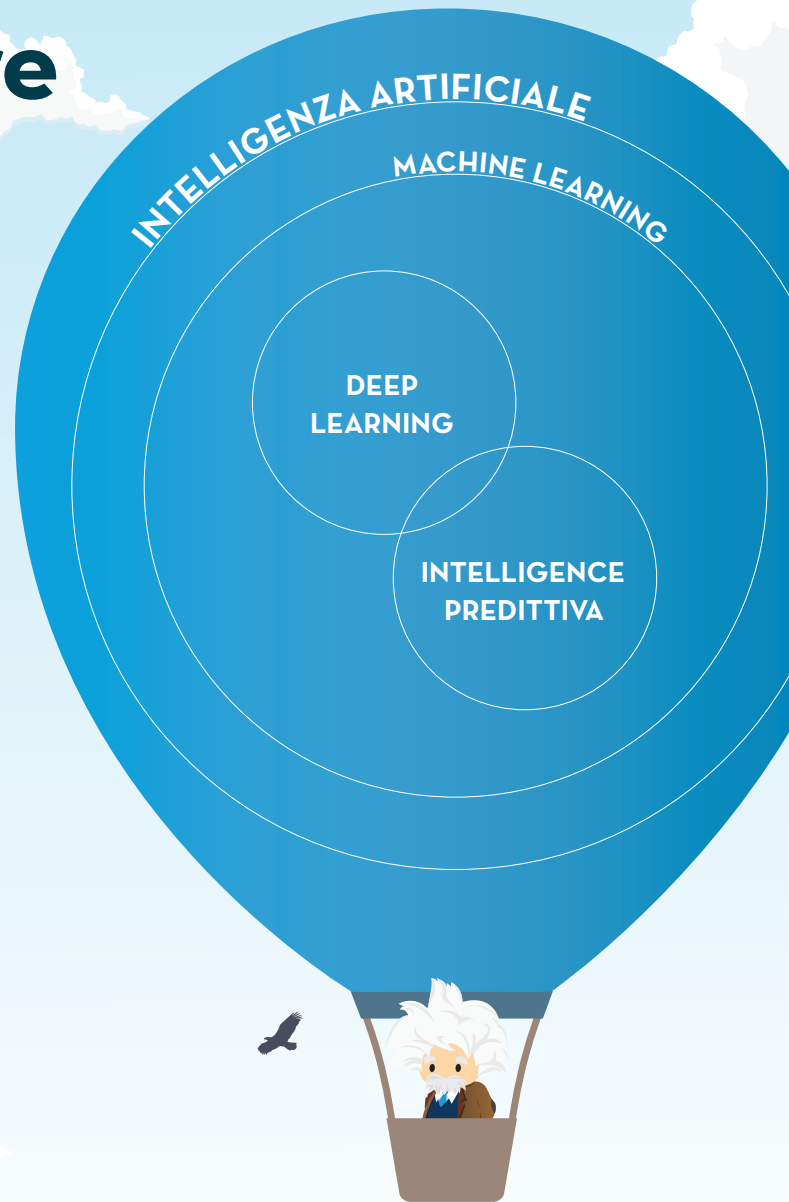


Personalizzazione basata su intelligenza artificiale (IA): 4 concetti che il retailer deve conoscere

Se decidi di affrontare il mondo dell'intelligenza artificiale (IA) per creare esperienze personalizzate, potresti trovarti davanti a termini e frasi sconosciuti. Poiché l'IA è alla base della personalizzazione nella vita quotidiana dei consumatori, è importante conoscere i seguenti concetti:



Intelligenza artificiale

Intelligenza artificiale (IA) è il termine generico per indicare le tecnologie che ragionano, apprendono informazioni e capiscono la lingua. I principali esempi sono le ricerche Google con completamento automatico, i suggerimenti di prodotto di Spotify, nonché gli annunci e le storie di Facebook del feed di notizie basati sulla cronologia delle ricerche online. Il rapido aumento dei dispositivi collegati e l'IoT (Internet of Things) genera utilizzi ancora più complessi dell'IA, ad esempio le auto autonome.

2 Machine learning

Il machine learning è semplicemente uno dei modi in cui un sistema IA diventa più intelligente con l'aumento delle informazioni analizzate. Inizia con i dati di training (maggiore è il volume di dati, migliori saranno i risultati), da cui il sistema IA apprende automaticamente le relazioni esistenti tra le variabili. Grazie all'analisi continua di dati, il machine learning individua schemi, quindi ne utilizza i dati per adattare il proprio algoritmo ad apprendere in che modo associare un output a ogni input. In passato, i programmatori indicavano ai computer le regole esatte da seguire e quali azioni svolgere. Il machine learning, invece, apprende da dati di esempio per individuare il modo più accurato per associare input ad output.

3 Intelligence predittiva

L'IA è spesso confusa con l'intelligence predittiva. Tuttavia, l'intelligence predittiva non è altro che machine learning che applica le stesse tecniche per individuare schemi nei dati storici ed effettuare previsioni migliori ed è utilizzata in genere per sistemi CRM e personalizzazione. L'intelligence predittiva può essere utilizzata, ad esempio, per analizzare direttamente il contenuto e identificare i clienti a rischio di abbandono o i clienti che probabilmente cercheranno sul mercato un determinato prodotto, quindi creare un'esperienza personalizzata sulla base di tali informazioni.

4 Deep learning

Il deep learning è un settore del machine learning che utilizza algoritmi complessi e dati non elaborati per riprodurre le funzioni del cervello umano, in particolare nel campo del riconoscimento vocale, del testo e dei volti. Il deep learning è particolarmente utile per estrarre segnali da dati non elaborati tratti da immagini, video, testo e audio, per automatizzare le attività che gli esseri umani riescono a eseguire rapidamente e con facilità. Ad esempio, Facebook utilizza il deep learning per suggerire amici da taggare in una foto in base ad algoritmi di riconoscimento dei volti. Siri di Apple ed Echo di Amazon riconoscono i comandi vocali grazie al deep learning. Il deep learning può essere utilizzato per analizzare le immagini dei social media e individuare schemi per stabilire quali sono le immagini e le parole chiave più efficaci da utilizzare in una campagna indirizzata a clienti specifici.

Scopri come [Commerce Cloud Einstein](#) utilizza l'IA per creare percorsi di acquisto personalizzati.

