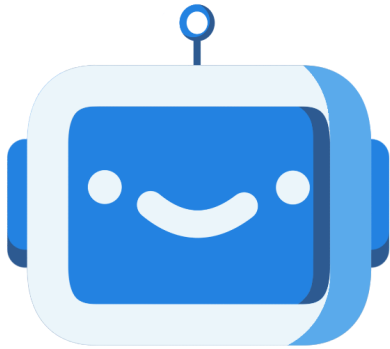
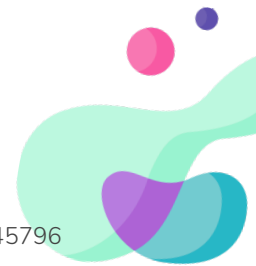
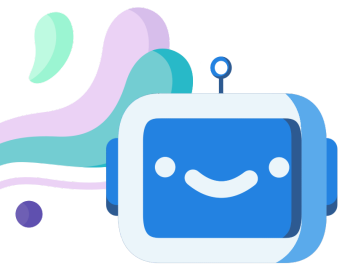




Co-funded by
the European Union



Bots4Business



Pacchetto di lavoro n. 2

Raccolta dei casi di studio spagnoli

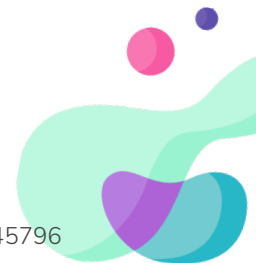
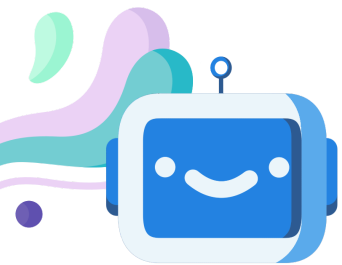
1. Contesto spagnolo

L'integrazione dell'intelligenza artificiale (IA) nelle piccole e medie imprese (PMI) in Spagna sta procedendo lentamente ma in modo costante. L'interesse è aumentato notevolmente negli ultimi anni, in particolare con l'avvento di strumenti di IA generativa accessibili, ma l'adozione effettiva rimane limitata e disomogenea. Sebbene alcune PMI abbiano iniziato a esplorare applicazioni specifiche, per molte l'uso dell'IA è ancora un'area emergente e sperimentale piuttosto che un pilastro strategico.

La maggior parte dell'adozione dell'IA nelle PMI spagnole avviene attraverso piattaforme di terze parti con funzionalità di IA integrate. Queste includono sistemi CRM, strumenti di automazione del marketing, software di progettazione e piattaforme di produttività. Questo approccio indiretto consente alle aziende di beneficiare dell'IA senza richiedere uno sviluppo interno o una profonda competenza tecnica. Gli usi più comuni sono l'automazione del servizio clienti tramite chatbot, la creazione di contenuti assistita dall'IA per il marketing digitale, la gestione dei documenti e l'automazione dei processi nella finanza o nell'amministrazione. Settori come i servizi digitali, l'e-commerce, l'istruzione e le comunicazioni sono tra i più attivi in questa fase iniziale di integrazione dell'IA.

Nonostante la crescente consapevolezza, le PMI devono affrontare diversi ostacoli. Uno dei principali è la mancanza di conoscenze interne o di personale qualificato per valutare, implementare e scalare efficacemente le soluzioni di IA. Molte aziende si affidano a un supporto IT limitato e sono caute nell'investire in tecnologie il cui ritorno può sembrare incerto. Anche la resistenza culturale gioca un ruolo importante: l'IA è talvolta vista come dirompente, in grado di influenzare i ruoli e di richiedere flussi di lavoro non familiari. Inoltre, le preoccupazioni legali ed etiche, in particolare quelle relative alla privacy dei dati e alla trasparenza degli algoritmi, contribuiscono a un approccio conservativo.





Per colmare queste lacune, la Spagna ha lanciato diverse iniziative pubbliche volte a promuovere la trasformazione digitale tra le PMI. Il programma "Kit Digital", ad esempio, fornisce aiuti finanziari e servizi di consulenza alle piccole imprese che adottano strumenti digitali, compresi i sistemi basati sull'IA. Anche i centri di innovazione nazionali e regionali, in particolare in città come Madrid, Barcellona, Valencia e Bilbao, promuovono lo scambio di conoscenze, la sperimentazione dell'IA e l'accesso a reti collaborative. Su scala più ampia, programmi dell'Unione Europea come Horizon Europe e Digital Europe offrono finanziamenti, supporto tecnico e quadri di innovazione per le PMI di tutti gli Stati membri, compresa la Spagna.

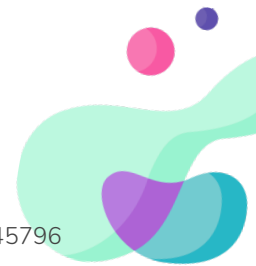
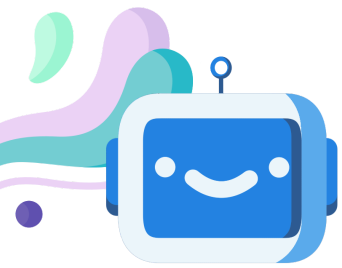
In prospettiva, si prevede che l'uso dell'IA nelle PMI spagnole aumenterà notevolmente. La crescente disponibilità di strumenti di facile utilizzo, unita alla crescente pressione del mercato verso l'innovazione, sta creando un ambiente più favorevole alla sua adozione. Parallelamente, le generazioni più giovani che assumono ruoli dirigenziali tendono ad avere una maggiore competenza digitale e ad essere più aperte alla sperimentazione. Tuttavia, per garantire un'adozione diffusa e responsabile, sarà essenziale investire nella formazione, promuovere storie di successo e fornire alle PMI roadmap chiare e pratiche. Senza tale supporto, c'è il rischio che solo una piccola parte delle PMI tragga pieno vantaggio dalla transizione verso l'IA, ampliando il divario tra gli innovatori e coloro che rimangono indietro.

L'IA non dovrebbe essere vista come una tecnologia lontana o esclusiva, ma piuttosto come un alleato accessibile che, se applicato con attenzione, può aiutare le piccole imprese ad aumentare la produttività, migliorare il processo decisionale e offrire servizi più personalizzati e competitivi.

2. Casi di studio

PMI n. 1	TITOLO DEL CASO:	Ecosistema di produzione e sviluppo di contenuti potenziato dall'IA presso Clictic		
	Nome della PMI:	Clictic S.L.		
	Numero di dipendenti:	38	Anni di attività:	18
	Settore:	Produzione di contenuti audiovisivi, siti web e app.		
1. Panoramica e contenuti				





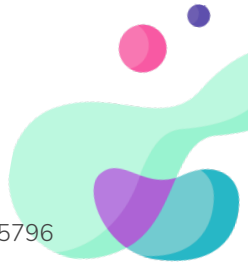
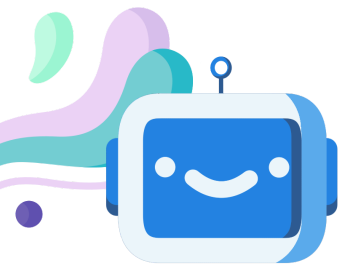
Clictic ha implementato una strategia AI ad ampio raggio per trasformare le proprie capacità di produzione di contenuti. Ciò include la creazione di strumenti proprietari quali un dashboard AI modulare e un assistente per i contenuti legali, nonché l'integrazione di tecnologie AI generative all'avanguardia per migliorare la qualità, la flessibilità e la scalabilità dell'intero portafoglio di prodotti digitali.

2. Contesto

Clictic è un'azienda di servizi digitali specializzata nella progettazione e nello sviluppo di siti web, applicazioni mobili e contenuti multimediali. Fondata con un forte orientamento creativo e tecnologico, l'azienda è cresciuta in un mercato sempre più esigente, sia in termini di tempi di consegna che di livello di personalizzazione e interattività richiesti dai prodotti digitali. In Spagna, come in gran parte dell'Europa, le PMI e le istituzioni stanno attraversando una trasformazione digitale accelerata, che ha portato a un forte aumento della necessità di soluzioni digitali di alta qualità, adattabili e reattive. Questo cambiamento ha avuto un impatto particolare su settori come l'istruzione, la comunicazione pubblica, l'e-commerce e il marketing digitale, proprio le aree in cui opera Clictic.

In questo panorama in evoluzione, i clienti si aspettano sempre più contenuti che non siano solo tecnicamente validi, ma anche visivamente accattivanti, aggiornati e su misura per un pubblico specifico. Il modello tradizionale di produzione manuale e flussi di lavoro lineari si è dimostrato insufficiente per soddisfare queste aspettative su larga scala. Di conseguenza, Clictic ha dovuto affrontare la doppia sfida di aumentare la propria capacità produttiva mantenendo, o addirittura migliorando, la qualità creativa e tecnica dei propri prodotti. Allo stesso tempo, l'azienda era determinata a evitare un aumento insostenibile dei costi o una diluizione della propria identità di marca.

In risposta, Clictic ha avviato un cambiamento strategico verso l'integrazione dell'intelligenza artificiale (AI) nei suoi processi creativi e produttivi fondamentali. L'obiettivo non era solo quello di automatizzare le attività ripetitive, ma anche di dotare i propri team di strumenti flessibili e intelligenti in grado di migliorare l'ideazione, la generazione di contenuti e l'implementazione tecnica. In questo modo, l'azienda ha cercato di costruire un portafoglio più agile, scalabile e competitivo, in grado di rispondere rapidamente alle esigenze dei clienti, preservando al contempo un elevato standard di originalità ed eccellenza tecnica. Questa transizione ha permesso a Clictic di posizionarsi non solo come fornitore di servizi, ma anche come partner innovativo per i propri clienti, in grado di adattarsi e anticipare le nuove esigenze dell'economia spagnola in rapida digitalizzazione.



3. Approccio e implementazione

L'approccio di Clitic ha combinato l'uso di strumenti di IA di terze parti leader con lo sviluppo di piattaforme proprietarie per adattare l'esperienza di IA alle proprie esigenze operative.

I principali sviluppi e strumenti di IA includono:

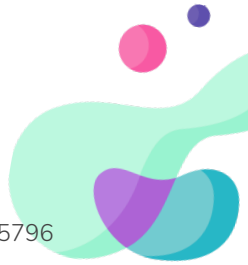
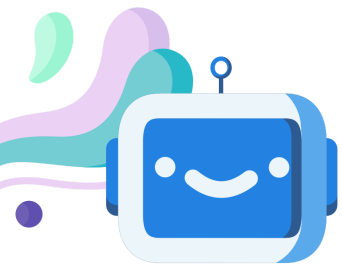
- 1) **DASHBOARD AI**: una piattaforma interna progettata per generare moduli di contenuti digitali riutilizzabili e flessibili, adattabili a diversi prodotti basati sull'intelligenza artificiale. Accetta documenti Word come input, consentendo agli utenti di guidare direttamente l'output dell'intelligenza artificiale. Il sistema preformatta anche gli input per migliorare la chiarezza dei prompt e aumentare la qualità e la pertinenza dei contenuti generati.
- 2) **Opogenia**: uno strumento di IA proprietario che fornisce analisi aggiornate e specifiche dei contenuti legali, in particolare per le piattaforme educative destinate alla formazione dei futuri dipendenti pubblici. Opogenia non solo recupera gli aggiornamenti legali rilevanti, ma raccomanda anche contenuti correlati, rendendolo un assistente di contenuti intelligente per i team di prodotti educativi.
- 3) **Strumento interno che utilizza l'API OpenAI**: il reparto contenuti sta attualmente sviluppando un nuovo sistema interno basato sull'API di OpenAI per modernizzare e semplificare i propri flussi di lavoro. Il sistema è stato progettato da zero tenendo conto della modularità e della scalabilità. Ogni attività viene prototipata, testata e documentata per consentire l'indipendenza e la manutenibilità future.

Strumenti di terze parti utilizzati nei flussi di lavoro:

- Generazione e revisione di testi: ChatGPT (OpenAI), Perplexity.
- Generazione di video e immagini: Pictory.AI, Adobe Creative Suite, HeyGen (generazione di video con avatar AI).
- Generazione di musica AI per i social media: Suno.

Processo di implementazione:

Il processo di implementazione è iniziato con un'analisi approfondita dei flussi di lavoro esistenti per identificare le attività ripetitive e che richiedono molto tempo che potrebbero trarre vantaggio dall'automazione o dal supporto dell'intelligenza artificiale. Sulla base di questa analisi, il team ha selezionato gli strumenti adeguati e ha avviato la prototipazione interna utilizzando cicli di iterazione agili, consentendo rapidi adeguamenti e apprendimento. Sono state sviluppate dashboard personalizzate e pipeline di contenuti utilizzando una combinazione di API e tecnologie no-code/low-code, facilitando l'integrazione con i sistemi esistenti e mantenendo la flessibilità. Durante tutto il processo, i membri del team sono stati gradualmente coinvolti, creando un ciclo continuo di feedback interno che ha portato a perfezionamenti e incoraggiato l'adozione. Contemporaneamente,



è stata prodotta una documentazione sistematica per garantire la scalabilità, la modularità e l'indipendenza a lungo termine delle soluzioni sviluppate.

Non sono state necessarie partnership esterne significative oltre all'uso di API e piattaforme esterne.

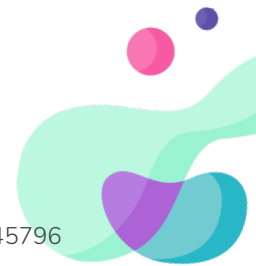
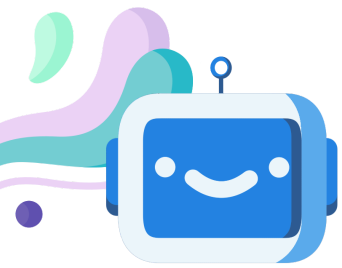
4. Risultati e impatto

La strategia di Clictic in materia di IA ha già prodotto risultati misurabili, che hanno ridimensionato sia la varietà e la qualità dei loro prodotti, sia l'efficienza del processo di produzione interno applicato alla loro produzione:

- I tempi di produzione sono diminuiti di oltre il 35%, soprattutto nella fase iniziale di creazione dei contenuti e prototipazione.
- La diversità e la personalizzazione dei contenuti sono aumentate in modo significativo, consentendo a Clictic di fornire proposte più ricche e coinvolgenti ai clienti.
- La qualità dei risultati dei sistemi di IA è migliorata grazie alla progettazione strutturata dei prompt e al sistema di formattazione degli input del DASHBOARD.
- Opogenia ha fornito un vantaggio strategico nella nicchia legale-educativa, consentendo a Clictic di soddisfare le esigenze normative e di aggiornamento dei contenuti in modo più efficace rispetto a quanto consentito dai processi manuali.
- Lo sviluppo di uno strumento interno personalizzato per i contenuti ha già migliorato l'agilità e sta gettando le basi per una futura indipendenza dalle piattaforme di terze parti.

5. Lezioni apprese

Durante il processo di implementazione sono emerse diverse intuizioni importanti. Una delle più evidenti è stata l'importanza della personalizzazione: sebbene gli strumenti di IA disponibili in commercio possano fornire un valore iniziale, spesso non sono all'altezza quando si tratta di soddisfare le esigenze specifiche e i flussi di lavoro di un ambiente di produzione creativa. Lo sviluppo di sistemi interni su misura per casi d'uso ben definiti si è rivelato molto più efficace, garantendo una maggiore flessibilità e un valore a lungo termine. Una seconda lezione chiave ha riguardato la strutturazione degli input: un'attenta formattazione dei prompt e flussi di input ben progettati sono stati essenziali per ottenere risultati coerenti e di alta qualità dai modelli di IA generativa. Altrettanto importante è stato il fattore umano: l'integrazione dell'IA nei team creativi ha richiesto tempo e un approccio ponderato. Lo scetticismo iniziale del personale è stato gradualmente superato dimostrando chiaramente i vantaggi pratici degli strumenti di IA e coinvolgendo direttamente i membri del team nella definizione dell'evoluzione di tali strumenti.



Infine, il team ha riconosciuto il vantaggio strategico di progettare sistemi modulari fin dall'inizio. Sebbene la creazione di strumenti scalabili e riutilizzabili richieda tempo e conoscenze tecniche approfondite, soprattutto quando si mira a ridurre la dipendenza da API di terze parti o piattaforme proprietarie, i vantaggi a lungo termine in termini di flessibilità, indipendenza e sostenibilità erano chiari fin dall'inizio.

6. Direzioni future

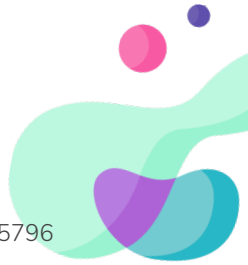
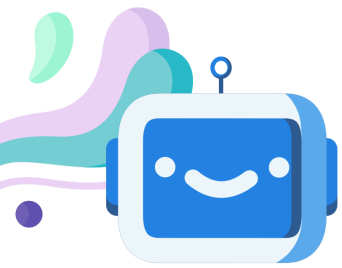
Guardando al futuro, Clictic ha definito una chiara tabella di marcia per espandere e consolidare la propria strategia di IA. Una delle sue principali priorità è il continuo sviluppo del proprio sistema modulare di contenuti interni, con l'obiettivo di lanciare una versione completamente operativa che sia riutilizzabile, scalabile e indipendente, in grado di supportare diversi team e prodotti all'interno dell'organizzazione. Parallelamente, l'azienda prevede di estendere le capacità di Opogenia, il proprio strumento di IA per l'interpretazione e la raccomandazione di contenuti relativi alla legislazione del settore pubblico. L'obiettivo è quello di ampliare la copertura delle conoscenze e iniziare a integrarlo nelle piattaforme di e-learning live per servire meglio gli utenti che si preparano al lavoro pubblico.

Sono inoltre previsti ulteriori perfezionamenti per l'AI DASHBOARD, che sarà potenziato per supportare ulteriori formati multimediali e consentire flussi di lavoro di editing collaborativo in tempo reale. In una linea più sperimentale, Clictic sta iniziando a esplorare l'uso dell'IA per la personalizzazione dinamica dell'esperienza utente e l'adattamento dei contenuti in tempo reale su siti web e app, aprendo nuove strade per un design interattivo e reattivo al pubblico. Questi sforzi continui non solo rafforzano le capacità interne di Clictic, ma posizionano anche l'azienda come punto di riferimento per le migliori pratiche nell'implementazione dell'IA nel settore dei servizi creativi e digitali, in particolare per i team agili che mirano a crescere senza compromettere la qualità o l'adattabilità.

PMI n. 2	TITOLO DEL CASO:	IA per l'ottimizzazione del contatto iniziale nelle campagne pubblicitarie		
	Nome della PMI:	Bootcamp Formacion y Consultoria S.L.		
	Numero di dipendenti:	12	Anni di attività:	3
	Settore:	Servizi alle imprese		

1. Panoramica e contenuti





Questo caso descrive come l'azienda Bootcamp abbia implementato una soluzione di intelligenza artificiale per effettuare chiamate iniziali automatizzate a persone interessate alle proprie campagne pubblicitarie, classificarle in base al livello di interesse e indirizzarle in modo efficiente al team di telemarketing. L'obiettivo era ottimizzare il flusso di lavoro delle vendite e i tempi di risposta.

2. Contesto

Bootcamp è una dinamica azienda di servizi di marketing e tecnologia specializzata nella fornitura di soluzioni digitali e di marketing a supporto di un'ampia gamma di operazioni commerciali. Con un team di 12 professionisti, un servizio di telemarketing e back office in outsourcing e tre anni di crescita costante, Bootcamp ha costruito una solida esperienza nella fornitura di strumenti e applicazioni personalizzati che migliorano le prestazioni aziendali. L'azienda si concentra sull'ottimizzazione dei processi di marketing.

L'azienda ha individuato delle inefficienze nella gestione e nella qualificazione di grandi volumi di lead in entrata provenienti dalle campagne di marketing, che causavano ritardi e perdite di opportunità. L'obiettivo principale era quello di snellire il processo di qualificazione dei lead, ridurre il carico di lavoro manuale degli agenti di telemarketing e migliorare i tassi di conversione.

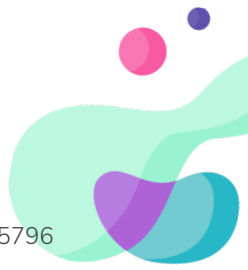
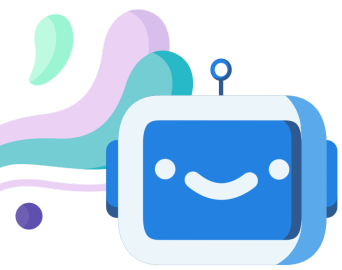
3. Approccio e implementazione

Bootcamp ha sviluppato e implementato un'intelligenza artificiale specializzata, che include l'elaborazione del linguaggio naturale (NLP) e il riconoscimento vocale automatizzato, per creare un sistema di chiamata basato sull'intelligenza artificiale da applicare ai propri processi aziendali e ai servizi di marketing offerti a partner e clienti.

Questo sistema avvia le chiamate di primo contatto con i potenziali clienti, conduce un'interazione strutturata per valutare l'interesse e le esigenze e classifica i lead di conseguenza. L'implementazione ha seguito questi passaggi chiave:

- Progettazione e formazione di modelli di IA sui dati storici relativi alle interazioni con i lead.
- Integrazione con le piattaforme CRM e di telemarketing esistenti per un trasferimento senza soluzione di continuità dei lead.
- Test pilota con campagne selezionate per perfezionare il comportamento e l'accuratezza dell'intelligenza artificiale.
- Implementazione completa con monitoraggio continuo e miglioramenti iterativi.

Durante l'implementazione nei loro consueti servizi di marketing, la collaborazione con i loro team di telemarketing è stata essenziale per allineare gli script di interazione dell'IA e i criteri di classificazione.



In questo modo, sono passati in modo efficiente da quello che era un primo contatto sistematico e di routine a concentrarsi su attività puramente commerciali o di back office.

4. Risultati e impatto

Il sistema di IA ha gestito la qualificazione iniziale di oltre l'80% dei lead in entrata, riducendo il carico di lavoro degli agenti di telemarketing di circa il 40%. L'accuratezza della classificazione dei lead ha superato l'85%, garantendo un instradamento dei lead di alta qualità. Questa automazione ha accelerato i tempi di risposta, portando a un aumento del 20% dei tassi di conversione dei lead qualificati e a una significativa riduzione dei costi operativi associati alle chiamate manuali.

5. Lezioni apprese

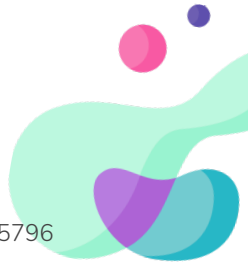
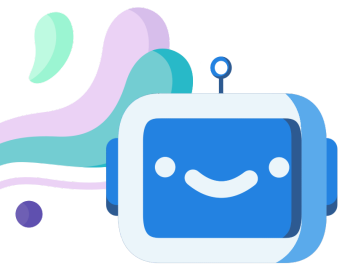
Tra le intuizioni chiave vi era l'importanza di allineare strettamente gli script delle chiamate AI ai flussi di lavoro del telemarketing e di aggiornare continuamente i modelli AI con nuovi dati di interazione. Sono emerse alcune sfide nella gestione delle diverse risposte dei clienti e nella garanzia dell'adattabilità dell'AI, che sono state affrontate attraverso una formazione incrementale e meccanismi di feedback human-in-the-loop. La collaborazione iniziale con i team di vendita si è rivelata fondamentale per l'accettazione e l'uso efficace del sistema AI.

6. Direzioni future

Bootcamp prevede di scalare la soluzione AI espandendo le sue capacità linguistiche e integrando l'analisi predittiva per dare priorità ai lead con una maggiore probabilità di conversione. L'ulteriore sviluppo si concentrerà sull'automazione end-to-end del funnel di coinvolgimento dei clienti, trasformando potenzialmente le operazioni di telemarketing a livello di settore e stabilendo un nuovo standard per l'efficienza della qualificazione dei lead e l'esperienza dei clienti.

PMI n.3	TITOLO DEL CASO:	Innovazione basata sull'intelligenza artificiale nell'industria tessile spagnola		
	Nome della PMI:	Máquinas de Coser Salamanca S.L. (Entre máquinas de coser)		
	Numero di dipendenti:	5	Anni di attività:	27
	Settore:	E-commerce / Vendita al dettaglio specializzata		





1. Panoramica e contenuti

Questo caso di studio esplora come la PMI spagnola "Entre Máquinas de Coser" abbia integrato con successo le tecnologie di intelligenza artificiale (AI) nelle proprie attività, trasformando il proprio approccio alla cucitura industriale e stabilendo un punto di riferimento per l'innovazione nel settore tessile in Spagna e Portogallo.

2. Contesto

"Entre Máquinas de Coser" è una PMI con sede a Salamanca fondata sei anni fa come negozio online specializzato in macchine da cucire industriali. Nel corso del tempo, l'azienda è cresciuta costantemente e recentemente ha aperto il suo primo punto vendita fisico per offrire dimostrazioni dal vivo e assistenza personalizzata. Il settore tessile spagnolo è altamente competitivo e tradizionalmente resistente alla trasformazione digitale.

Tuttavia, la crescente domanda di precisione, velocità e adattabilità nella produzione tessile ha creato nuove opportunità di innovazione. Per rimanere all'avanguardia, l'azienda ha investito in tecnologie intelligenti per aumentare il valore della sua offerta senza aumentare i costi operativi. L'integrazione dell'IA è diventata una strategia chiave per mantenere la qualità, espandere le capacità produttive e aumentare la soddisfazione dei clienti.

3. Approccio e implementazione

L'uso dell'IA da parte dell'azienda si concentra sull'integrazione di chip intelligenti nelle macchine da cucire industriali. Questi chip analizzano i tessuti in tempo reale e regolano automaticamente le impostazioni della macchina per ottimizzare la qualità e l'uniformità delle cuciture. In collaborazione con il produttore cinese leader Jack Technology, l'azienda distribuisce e presenta modelli avanzati basati sull'IA, come la Jack A5e-amh e la macchina tagliacuci Jack Urus C7, progettata in collaborazione con Porsche.

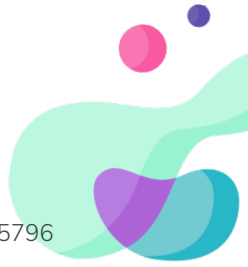
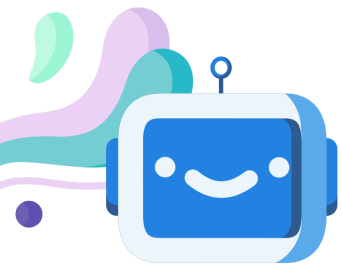
Queste implementazioni sono state rese possibili grazie alla stretta collaborazione e allo scambio di conoscenze tra le aziende. Il processo ha incluso anche la formazione del personale e l'adattamento dei flussi di lavoro per integrare queste nuove funzionalità nelle operazioni quotidiane.

4. Risultati e impatto

L'adozione dell'intelligenza artificiale ha prodotto risultati tangibili. Le macchine offrono ora una maggiore precisione e tassi di errore ridotti, migliorando significativamente la qualità del prodotto finale. Anche il tempo necessario per le regolazioni e i test è diminuito, aumentando la produttività complessiva.

Di conseguenza, "Entre Máquinas de Coser" è stata riconosciuta come il principale distributore dei prodotti Jack nella penisola iberica per due anni consecutivi. Ciò non solo dimostra il successo dell'adozione della tecnologia, ma consolida anche la leadership





dell'azienda nella sua nicchia di mercato, in particolare tra le aziende che cercano soluzioni tessili efficienti e intelligenti.

5. Lezioni apprese

Durante questa transizione sono emerse diverse lezioni importanti.

In primo luogo, le partnership strategiche sono state fondamentali: la collaborazione con produttori tecnologici esperti ha accelerato lo sviluppo e l'implementazione di strumenti avanzati.

In secondo luogo, il successo dell'integrazione dell'IA dipende dalla preparazione del personale e dalla formazione continua, poiché lo scetticismo iniziale può essere ridotto con risultati concreti e il coinvolgimento nell'innovazione.

Infine, l'adozione di sistemi modulari sin dall'inizio si è rivelata una scelta saggia, poiché supporta la scalabilità e la compatibilità futura, in particolare in un ambiente tecnologico in rapida evoluzione.

6. Direzioni future

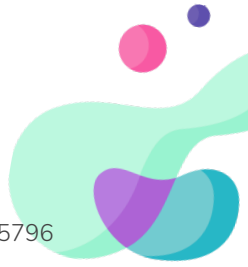
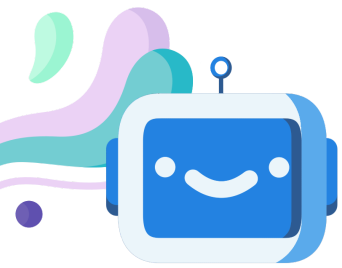
L'azienda mira ad espandere ulteriormente l'uso dell'IA nei nuovi modelli di macchine, ad aumentare la sua gamma di prodotti e a mantenere il suo vantaggio competitivo attraverso l'innovazione continua. I piani includono il potenziamento dell'intelligenza dei chip per supportare una gamma più ampia di tessuti e l'automazione di più aspetti del processo di cucitura.

"Entre Máquinas de Coser" intende inoltre rafforzare le proprie partnership strategiche ed esplorare opportunità negli ecosistemi di produzione intelligente. Si prevede che questi sviluppi non solo miglioreranno le sue operazioni, ma ispireranno anche le migliori pratiche nell'adozione dell'IA per altre PMI nei settori creativi e manifatturieri spagnoli.

PMI n. 4	TITOLO DEL CASO:	Come snapADDY utilizza l'IA per migliorare la qualità dei dati CRM e l'efficienza delle vendite		
	Nome della PMI:	snapADDY GmbH		
	Numero di dipendenti:	100	Anni di attività:	10
	Settore:	Tecnologia di vendita B2B / Software-as-a-Service (SaaS)		

1. Panoramica e contenuti





Questo caso di studio esplora come l'azienda tedesca di software snapADDY abbia integrato con successo l'intelligenza artificiale nella sua suite di strumenti di automazione CRM, aiutando migliaia di team di vendita in tutta Europa a migliorare la qualità dei dati dei lead, ridurre il lavoro manuale e ottimizzare i processi commerciali.

2. Contesto

snapADDY è una PMI tedesca con sede a Würzburg, fondata nel 2015, che si occupa di fornire strumenti software intelligenti per i team di vendita. Negli ultimi anni, le aziende di tutta Europa, in particolare nel settore B2B, hanno dovuto affrontare problemi legati alla scarsa qualità dei dati CRM e all'inefficienza dei processi di acquisizione dei lead, che spesso comportano opportunità mancate e perdite di tempo. Consapevole di questo problema diffuso, snapADDY ha puntato a modernizzare i flussi di lavoro di vendita automatizzando l'inserimento dei dati, l'arricchimento e la reportistica attraverso strumenti basati sull'intelligenza artificiale.

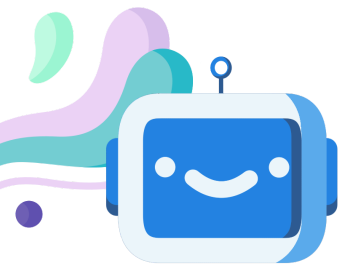
La visione dell'azienda era quella di consentire ai team di vendita snelli di lavorare in modo più rapido e intelligente, mantenendo il controllo sull'accuratezza e la conformità dei dati, una sfida particolarmente rilevante nel panorama imprenditoriale europeo, dove le PMI sono predominanti ma spesso non hanno la capacità di implementare soluzioni tecnologiche complesse.

3. Approccio e implementazione

Per affrontare queste sfide, snapADDY ha integrato le tecnologie di intelligenza artificiale nel suo ecosistema di prodotti principali. Al centro di questo sforzo c'è lo strumento basato sull'intelligenza artificiale "snapADDY DataQuality", che acquisisce, convalida e arricchisce in modo intelligente i dati di contatto provenienti da varie fonti, garantendo che i team di vendita lavorino sempre con informazioni aggiornate e accurate. Un altro prodotto chiave, "VisitReport", aiuta i rappresentanti sul campo a registrare i loro incontri e a generare report strutturati direttamente collegati ai loro sistemi CRM, mentre "BusinessCards" utilizza la visione artificiale e l'elaborazione del linguaggio naturale per digitalizzare istantaneamente i dettagli di contatto dai biglietti da visita fisici.

Il processo di implementazione è stato graduale e iterativo. Anziché tentare una trasformazione completa fin dall'inizio, snapADDY ha introdotto l'intelligenza artificiale in aree specifiche in cui era possibile ottenere chiari miglioramenti in termini di efficienza. Il feedback dei clienti pilota è stato utilizzato per addestrare e perfezionare gli algoritmi, in particolare nelle attività di analisi, deduplicazione e arricchimento. Il team dell'azienda ha garantito una stretta integrazione con piattaforme CRM ampiamente utilizzate come Salesforce e Microsoft Dynamics, offrendo un'immediata usabilità e una bassa barriera all'adozione. Parallelamente allo sviluppo del prodotto, snapADDY ha anche dato priorità alla





sicurezza e alla trasparenza dei dati, ottenendo la certificazione ISO 27001 per garantire ai clienti il proprio impegno alla conformità e alla gestione sicura dei dati.

4. Risultati e impatto

L'impatto di queste integrazioni di IA è stato notevole. Oggi snapADDY supporta oltre 3.800 aziende, tra cui clienti importanti come Siemens e Bosch. I clienti segnalano un notevole risparmio di tempo nell'inserimento dei dati e nella gestione dei contatti, nonché un miglioramento nel targeting delle campagne e una riduzione degli errori amministrativi. L'automazione dell'acquisizione e dell'arricchimento dei lead non solo migliora la produttività, ma contribuisce anche a una pipeline di vendita più affidabile e a un miglior stato di salute complessivo del CRM. Il mercato ha riconosciuto questo successo: snapADDY è stata inserita tra le migliori startup tedesche nel settore delle vendite per l'IA applicata e inclusa nella Technology Fast 50 di Deloitte per l'innovazione e la crescita.

5. Lezioni apprese

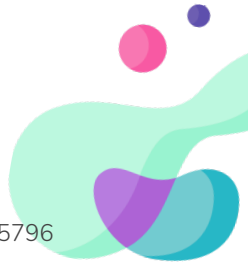
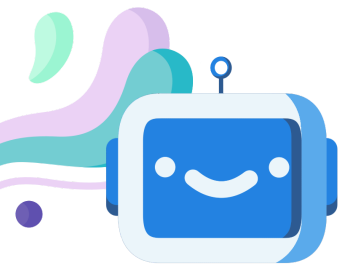
Durante il suo percorso nell'IA, snapADDY ha acquisito diverse preziose conoscenze. In primo luogo, affrontare un punto dolente ben definito e comune, ovvero la scarsa qualità dei dati CRM, è stato essenziale per l'adozione e la rilevanza. In secondo luogo, il team ha imparato che i componenti IA disponibili in commercio raramente sono sufficienti; sono necessarie un'attenta personalizzazione e integrazione per far sì che forniscano un vero valore aziendale.

Il personale e i clienti erano più propensi ad adottare nuovi strumenti quando lo scopo dell'IA era chiaramente dimostrato e i suoi limiti compresi. L'azienda ha anche capito che la creazione di strumenti modulari tenendo conto dell'interoperabilità garantisce flessibilità e scalabilità a lungo termine, che si sono rivelate essenziali con l'evoluzione delle esigenze dei clienti.

6. Direzioni future

Guardando al futuro, snapADDY sta lavorando per espandere le capacità dei suoi strumenti di IA incorporando più fonti di dati contestuali, come i segnali sociali e le intenzioni comportamentali, nei profili dei lead. L'azienda mira inoltre a offrire funzionalità predittive che aiutino i rappresentanti di vendita a dare priorità ai lead in base alla loro probabilità di conversione. L'azienda sta esplorando ulteriori partnership in tutta Europa per aumentare la propria portata e localizzare i propri strumenti per i diversi mercati. La sua visione a lungo termine include lo sviluppo di un flusso di lavoro di vendita completamente potenziato dall'intelligenza artificiale che combini automazione, generazione di insight e processo decisionale umano, un'ambizione che riflette le tendenze più ampie nella trasformazione digitale delle PMI europee.



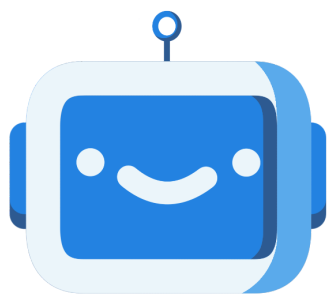


3. Conclusione

L'analisi dell'implementazione dell'IA nelle PMI spagnole rivela un panorama di adozione in crescita ma disomogeneo, caratterizzato da un forte interesse, ma anche da lacune di conoscenza, capacità interne limitate e vincoli finanziari. Nonostante queste sfide, gli esempi esaminati dimostrano che un'adozione strategica e ben definita dell'IA può avere un impatto significativo anche per le piccole organizzazioni.

Clitic illustra come un'azienda di servizi digitali possa migliorare la produzione creativa e la competitività dei prodotti integrando strumenti di IA modulari e personalizzabili, soprattutto quando questi strumenti sono sviluppati internamente e in modo iterativo. Bootcamp, invece, mostra come l'IA possa semplificare la gestione dei lead in contesti ad alta intensità di marketing, riducendo il carico di lavoro umano e aumentando il potenziale di conversione attraverso sistemi intelligenti di classificazione e instradamento. Entre Máquinas de Coser rappresenta un caso di microimpresa in cui l'IA viene utilizzata in modo pragmatico per arricchire l'esperienza dell'utente e personalizzare i contenuti, dimostrando che anche le aziende molto piccole possono trarre vantaggio da un'integrazione dell'IA leggera ed economica quando è legata a un obiettivo aziendale chiaro. Infine, sebbene snapADDY abbia sede in Germania, la sua rilevanza sta nel mostrare come le PMI possano diventare riferimenti settoriali nell'adozione dell'IA attraverso uno sviluppo mirato dei prodotti e un forte allineamento con i punti deboli dei clienti.

Insieme, questi casi confermano che la chiave per il successo dell'adozione dell'IA non è la scala, ma la chiarezza di intenti, la flessibilità e l'impegno nell'apprendimento interno. Essi riflettono anche una tendenza più ampia in cui strumenti modulari, low-code/no-code e API aperte consentono alle PMI di trarre vantaggio dall'IA anche senza grandi team tecnici. Per la Spagna in particolare, ciò indica il potenziale di promuovere ecosistemi collaborativi, rafforzare le competenze digitali e sostenere la sperimentazione per accelerare l'adozione dell'IA tra le piccole imprese, in particolare quelle con l'agilità necessaria per trasformare rapidamente l'innovazione in valore.



Bots4Business



Co-funded by
the European Union

Cofinanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i pareri espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o della Commissione Europea. Né l'Unione Europea né la Commissione Europea possono essere ritenute responsabili per essi.