

SOMMARIO

Introduzione	4
Capitolo 1 - Applicare l'intelligenza artificiale al lancio di un'attività	5
1.1 Principali applicazioni dell'intelligenza artificiale.....	6
1.2 Intelligenza artificiale ed aziende italiane.....	8
Capitolo 2 - L'IA nell'identificazione dell'idea di business perfetta	11
2.1 Business Generator	15
2.2 Trasformare ChatGPT in un Business Assistant.....	18
Capitolo 3 - L'Intelligenza artificiale nella realizzazione del business plan	25
3.1 Come l'intelligenza artificiale può aiutare a redigere un business plan.....	27
3.2 Programmi gratis per redigere un Business Plan.....	28
3.3 Creare con ChatGPT un Business Plan	29
Capitolo 4 - L'IA nella creazione e nello sviluppo del marchio e del brand	36
4.1 Utilizzo di intelligenza artificiale di tipo generativo linguistica	39
4.2 Utilizzo di intelligenza artificiale di tipo generativo grafica	49
Capitolo 5 - L'IA nella creazione naming aziendale	51
5.1 Siti gratuiti per generare nomi aziendali	54
5.2 L'Intelligenza artificiale generativa linguistica per trovare il nome aziendale	58
Capitolo 6 - L'IA nella creazione del logo	60
6.1 Intelligenza artificiale generativa grafica da testo ad immagine per la creazione del logo	63
6.2 Principali tools AI per la creazione del logo.....	65
6.3 LogoLab per testare il logo	68
Capitolo 7 - Personalizzazione del branding attraverso l'IA	69
7.1 Generazione di contenuti per creare messaggistica di marketing.....	71
7.2 Personalità del brand	77
7.3 Storia del brand.....	79
7.4 Canali di comunicazione.....	81

Introduzione

Il fondatore di Stability ha dichiarato "AI won't replace people, but the folks who use it will replace the folks who don't." tradotto: "l'intelligenza artificiale non sostituirà le persone, ma chi la usa sostituirà chi non lo fa." Questa citazione è valida anche per le aziende, siamo dinanzi ad una rivoluzione la cui portata forse ancora non è ben chiara, ma che potrebbe cambiare il modo di lavorare come fu per l'introduzione del pc negli studi professionali agli inizi degli anni novanta. Oggi come allora, ma come lo fu pochi anni fa anche per la fatturazione elettronica, ci sarà un fronte favorevole e chi si opporrà al cambiamento. La rivoluzione è già in atto e manderà fuori mercato del lavoro chi rimarrà indietro. A parità di competenze chi saprà utilizzare l'intelligenza artificiale produrrà meglio ed in minor tempo. Col tempo succederà che, anche se in presenza di competenze inferiori, una persona utilizzatrice dell'intelligenza artificiale sarà superiore nella produzione e nella precisione, proprio come oggi succede a chi è ferratissimo in dattilografia e pecca nell'uso del pc che viene battuto da chi non sa digitare e trattare i testi, ma è uno smanettone. Quando ciò succederà avremmo perso skills molto preziose perché sarà come parlare e scrivere senza conoscere l'alfabeto o la grammatica. Tuttavia, già dovremmo riflettere quando si leggono notizie come "ChatGPT batte 17 medici" nel caso del bambino che finalmente ha ottenuto una diagnosi corretta grazie all'intelligenza artificiale, dopo aver incontrato ben 17 medici senza ottenere una soluzione. La madre del bambino ha utilizzato ChatGPT per ricevere un parere che ha permesso di identificare la patologia del piccolo. Questa diagnosi ha aiutato la madre a rivolgersi allo specialista medico appropriato che ha confermato la diagnosi e ha avviato il trattamento del bambino. La domanda da professionista utilizzatore dell'intelligenza artificiale che mi sono posto è stata: com'è stato possibile che ben 17 medici negli USA non abbiano pensato di utilizzare l'intelligenza artificiale come strumento per il proprio lavoro?

L'intelligenza artificiale nel mio settore, quello tributario, è ancora molto indietro come strumenti professionali specifici. Viviamo in uno stato piccolo, con una lingua non molto diffusa nel mondo e con norme e burocrazia più uniche che rare. Le grandi multinazionali tecnologiche straniere difficilmente avranno interesse a fare investimenti su alcuni settori della nostra società. Incuriosito da un articolo di giornale e dalle notizie in TV ho provato ChatGPT ed è stato subito "amore-odio" per questa tecnologia. "Amore" perché ho subito avvertito le enormi potenzialità per la mia azienda, "odio" per i limiti palesi che ha nel mio settore e per le censure con cui è stata programmata. Grazie all'intelligenza artificiale però oggi posso dire di avere guadagnato tempo togliendolo ad attività per me non redditizie e dedicando ad attività ad alta marginalità, scusate se è poco!

In questa fase l'importante è sperimentare i vari comandi, provare e riprovare senza abbattersi per risultati negativi. L'evoluzione tecnologica è così veloce che lo stesso comando utilizzato oggi a distanza di una settimana porterà a risultati diversi. Nella stesura di questo testo i comandi proposti sono stati riscritti varie volte perché tra la bozza originaria, l'impaginazione e le correzioni ci sono state varie innovazioni.

Opporsi al cambiamento è assolutamente da evitare e rimanere indietro potrebbe essere un autogoal per la propria azienda. Lo scopo di questo testo è essere un aiuto per avviare un upload lavorativo che non si limiti agli strumenti indicati nelle prossime pagine, ma che sia il trampolino di lancio per una formazione costante nel campo digitale fuori dagli ordinari schemi. Rammentiamo sempre che il migliore professionista, imprenditore o lavoratore di oggi, che non si aggiorna, domani sarà sicuramente superato dalla concorrenza. Usare l'intelligenza artificiale fin da ora potrebbe sia mantenere lo status acquisito che conquistare posizioni migliorando la qualità della propria vita lavorativa.

Capitolo 1

**APPLICARE
L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE
AL LANCIO
DI UN'ATTIVITÀ**

1.1 Principali applicazioni dell'intelligenza artificiale

L'intelligenza artificiale (IA) mira a replicare o simulare il pensiero umano razionalizzandolo ovvero togliendo la fallace della parte emotiva, attraverso l'utilizzo di macchine o di software. L'obiettivo viene perseguito e raggiunto anche quando l'IA viene sviluppata per comprendere e rispondere alle emozioni umane. Proprio in base alla capacità di replicare il pensiero umano i sistemi di intelligenza artificiale vengono divisi principalmente in 3 categorie.

1. **Artificial Narrow Intelligence (ANI) ovvero Intelligenza Artificiale Stretta.** Si tratta di sistemi il cui utilizzo è limitato in ambito specializzato con compiti specifici. Il suo utilizzo garantisce velocità e precisione ed in alcuni settori automatizzati può persino superare le capacità umane. L'ANI, tuttavia, è incapace di apprendere nuove abilità e competenze, pertanto, può svolgere solo i compiti per i quali è stata progettata.

Alcuni esempi di comune utilizzo di questo tipo di intelligenza artificiale	
Filtri Spam	Servizi web come Gmail utilizzano l'intelligenza artificiale per filtrare i messaggi e bloccare la posta indesiderata. L'indirizzo del mittente, il contenuto delle e-mail ed altri fattori servono al sistema per determinare cosa è da considerare spam.
Assistenti vocali	Come Siri o Alexa il cui compito è rispondere a domande specifiche dell'utente.
Sistemi di traduzione automatica	Come Google Translate la cui missione è tradurre testi tra lingue diverse.

Attenzione a non confondere come ANI le applicazioni evolute e sofisticate anche se potrebbero apparire come forme di intelligenza. Il caso emblematico è il GPS (Global Positioning System) che è "solamente" un sistema programmato per fornire informazioni sulla posizione geografica e il tempo in virtù di segnali provenienti dai satelliti. Il GPS non è considerato ANI perché non possiede nessuna delle caratteristiche di intelligenza artificiale: apprendimento automatico, adattamento o comprensione del linguaggio.

Altro errore è sottovalutare la tecnologia ANI. Infatti, tra questi strumenti troviamo ChatGPT che potrebbe sembrare essere un sistema AGI, ma non lo è. ChatGPT-3,5 è creato per comprendere il linguaggio umano e rispondere, tuttavia, ha ancora limitazioni e non è in grado di svolgere compiti al di fuori del suo dominio o comprendere contesti complessi e sfumature come possono fare gli esseri umani.

2. **Artificial General Intelligence (AGI) ovvero Intelligenza Generale Artificiale.** Si tratta di sistemi che possiedono una vasta gamma di abilità simili a quelle umane. Ai ricercatori ed agli sviluppatori di questo tipo di intelligenza artificiale viene richiesto di superare diverse sfide, tra cui la capacità del sistema di ragionare, comprendere il linguaggio naturale e imparare dall'esperienza. I sistemi AGI possono potenzialmente svolgere qualsiasi compito e le loro abilità spaziano per l'appunto tra più aree della conoscenza o attività umana. Ad esempio, un AGI potrebbe essere in grado di eseguire compiti relativi a traduzione di lingue, riconoscimento di oggetti, diagnosi medica, creazione di opere d'arte e molto altro. L'obiettivo è avere un'IA che possa apprendere, comprendere e adattarsi autonomamente a una vasta gamma di contesti e attività, simile alla flessibilità intellettuale umana.

Visto che questi sistemi non sono ancora completamente sviluppati e sono attualmente al centro di molte ricerche e sviluppi nel campo dell'intelligenza artificiale possiamo trovare esempi nel mondo della cinematografia come HAL 9000 del film "2001, Odissea nello spa-

zio". HAL 9000 è un'intelligenza artificiale in grado di gestire la nave spaziale Discovery One. Il sistema mostra una vasta gamma di abilità cognitive.

3. **Artificial Super Intelligence (ASI) ovvero Superintelligenza Artificiale.** Rappresenta un livello avanzato, superando l'intelligenza umana in tutte le attività intellettuali. Se l'AGI è ancora in fase di sviluppo, trattare l'ASI ora equivale a discutere di fantascienza.

Appurato che la stragrande maggioranza delle aziende oggi ha accesso all'intelligenza artificiale di tipo ANI è importante affrontare il tema delle principali tecnologie alla base degli algoritmi utilizzati.

1. **Machine Learning in italiano "apprendimento automatico"**, è una tecnologia che permette ai sistemi di identificare pattern nei dati e trarre le relative conclusioni. Ovvero significa creare sistemi che propongono previsioni (o decisioni) dopo essere stati in grado di riconoscere e analizzare sequenze, comportamenti, o elementi ricorrenti e significativi all'interno di un insieme di dati o di situazioni. I due esempi più famosi di Machine Learning sono:

- **ChatGPT** che è un modello di linguaggio il cui tipo di modello chiamato "trasformatore" può generare una risposta coerente e complessa ad input testuali immessi dall'utente. La definizione di "machine learning" è riferita all'abilità del sistema di apprendere dai dati in proprio possesso, senza essere esplicitamente programmato, per creare risposte significative ed appropriate alle conversazioni;
- **il motore di ricerca Google** che oltre ad essere una deep learning è una machine learning in quanto migliora i risultati di ricerca in base al comportamento degli utenti e al contesto della ricerca. L'obiettivo è fornire agli utenti i risultati più rilevanti e utili possibili.

2. **Reti Neurali**, sono rappresentazioni matematiche ispirate dalla complessità e dalla dinamica del cervello umano. Ogni elemento, definito nodo, in questo sistema esegue elaborazioni sui dati inseriti, imitando così il comportamento dei neuroni umani. Queste elaborazioni portano a risultati ponderati sulla base di algoritmi prestabiliti che vengono ulteriormente analizzati nel successivo strato della rete. Questo processo continua fino a raggiungere l'ultimo nodo, il quale fornisce l'output finale, rappresentando la sintesi intelligente dell'intera rete. Esempi di reti neurali sono ampiamente presenti nel settore della programmazione, con software come FANN o Matlab.

3. **Deep Learning**, che tradotto in italiano significa "apprendimento in profondità", è una tecnologia multilivello di reti neurali capace di imparare direttamente dai dati forniti, senza bisogno di regole specifiche programmate. La differenza tra i sistemi Deep Learning e le Reti Neurali sta nella complessità e nell'architettura multilivello dei primi rispetto alla semplicità ed al monolivello delle seconde. Si possono trovare applicazioni della tecnologia deep learning nei settori quali per esempio la traduzione simultanea, la diagnostica medica, la guida automatica, l'automazione industriale ed il mercato finanziario.

Trappole dell'utilizzo dell'intelligenza artificiale

Un uomo ha citato in giudizio una compagnia aerea dopo essere stato colpito a un ginocchio da un carrello di metallo durante un volo. I legali dell'accusa hanno presentato un fascicolo contenente diversi casi analoghi avvenuti in passato con sentenze a loro favorevoli. Peccato che i casi citati non sono mai esistiti. Il dossier è stato creato attraverso l'intelligenza artificiale la quale si è inventata tutto.

Dalla disamina fin qui perpetrata si evince chiaramente come l'intelligenza artificiale rappresenta una sfida e un'opportunità per il mondo contemporaneo e di come siamo solo all'inizio di questa nuova era per l'umanità. Tuttavia, è bene evidenziare e sottolineare le principali problematiche con cui ci si trova a fare i conti utilizzando l'intelligenza artificiale.

1. **Fonti di Dati:** l'intelligenza artificiale attinge le informazioni da immense banche dati principalmente reperite online. La qualità e la diversità di queste fonti possono dunque influenzare fortemente il funzionamento perché potrebbe elaborare dati con fake news o utilizzare informazioni distorte, obsolete o parziali. Inoltre, potrebbero esserci delle limitazioni come per ChatGPT-3,5 la cui conoscenza si ferma a settembre 2021 e quindi le informazioni non sono aggiornate oltre quella data.
2. **Input Utente:** il famoso fattore umano, anche quando si tratta di intelligenza artificiale, influenza il risultato. Due utenti possono ottenere risultati anche opposti a prompt (input) apparentemente simili. Fornire input ambigui, non chiari o fuorvianti può portare "la macchina" ad interpretare erroneamente queste informazioni con la conseguenza di risultati imprevisti o errati.
3. **Bias:** ovvero errori sistematici umani nella programmazione. L'errore può verificarsi durante il processo di raccolta, analisi o interpretazione dei dati. Questo errore può influenzare la rappresentazione o l'interpretazione dei dati in modo non rappresentativo o distorto, deviando dalla realtà oggettiva o dalla verità.
4. **Sopravalutare l'intelligenza artificiale:** ancora una volta si tratta di errore umano, ma questa volta non è di interazione, ma è di valutazione dei risultati. L'errore sta nell'attribuire una comprensione e una capacità decisionale simili a quelle umane quando, come dimostrato dalla disamina effettuata fin qui, siamo ancora molto lontani dall'obiettivo.

In breve

L'Intelligenza Artificiale (IA) cerca di emulare il pensiero umano razionalizzandolo ed eliminando l'aspetto emotivo. Gli strumenti oggi disponibili sono di tipo ANI ovvero si limitano ad ambiti specifici in cui svolgere compiti precisi. I problemi della tecnologia attuale sono 2: a) le fonti dei dati b) errori umani.

1.2 Intelligenza artificiale ed aziende italiane

Nel mondo aziendale acquisire e affinare competenze specifiche è una necessità costante soprattutto in un periodo storico altamente dinamico ed imprevedibile come quello attuale. Il processo di innovazione in un'azienda può avvenire attraverso tre soluzioni: l'utilizzo di risorse già skillate presenti nell'organizzazione, l'acquisizione di nuove competenze tramite formazione e apprendimento, o infine, l'acquisto di competenze esterne attraverso l'assunzione di personale già qualificato ovvero l'outsourcing.

SFRUTTARE LE RISORSE AZIENDALI

L'intelligenza artificiale offre alle aziende l'opportunità di massimizzare l'utilizzo delle risorse interne. In un contesto storico caratterizzato da scarsità di personale, da ritmi di lavoro sempre più asfissianti e da marginalità sempre ridotte a causa dell'aumento costante dei prezzi, l'in-

telligenza artificiale potrebbe rappresentare un valido aiuto. Il suo ruolo è di complementare e non sostituire l'organico perché l'IA può migliorare l'efficienza e l'automazione, ma non può sostituire, almeno per ora, completamente il lavoro umano. È possibile eliminare azioni ridondanti e di poco valore, ma molte operazioni richiedono ancora l'intervento umano, soprattutto per quanto riguarda la valutazione e monitoraggio costante dei risultati. L'intelligenza artificiale, infatti, richiede monitoraggio costante per assicurare l'accuratezza e l'efficacia delle sue operazioni.

Le Chatbot per l'Assistenza Clienti sono un classico esempio di come l'intelligenza artificiale possa integrare l'operato di un addetto al servizio clienti. Le chatbot rappresentano, già per molte aziende, la prima risposta ai clienti. Quando però l'intelligenza artificiale non è sufficiente è fondamentale l'intervento del personale umano. Se, infatti, da un lato i consumatori preferiscono i chatbot perché offrono supporto costantemente, hanno tempi di risposta immediati e consentono di trovare ciò di cui si ha bisogno, dall'altro lato il 50% degli avventori è scontento dell'interazione col sistema (fonte: *Forbes - The Good, The Bad And The Bot: How Chatbot Experiences Can Make Or Break Your Business*). Una corretta calibrazione della chatbot che faccia intervenire l'addetto all'assistenza clienti nel momento giusto evita o almeno limita la possibile scontentezza dell'utenza. Questo è un chiaro esempio di come grazie all'intelligenza artificiale lo stesso numero di addetti al servizio clienti potrà assistere un maggiore numero di persone in modo più efficiente.

FORMAZIONE E APPRENDIMENTO ASSISTITI DALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

L'intelligenza artificiale può aiutare le persone ad apprendere nuove skills in maniera più rapida e focalizzata alle necessità aziendali. Strumenti di e-learning alimentati dall'intelligenza artificiale possono personalizzare i percorsi di formazione per ciascuna persona, basandosi sulle loro competenze attuali e sugli obiettivi di sviluppo. Questi sistemi possono anche fornire feedback immediati e valutazioni oggettive, consentendo ai lavoratori di migliorare rapidamente le loro abilità.

In Italia troviamo essenzialmente tre macroaree per lo sviluppo personale:

- aziende che offrono servizi di formazione integrati con l'intelligenza artificiale;
- software con integrate chatbot che forniscono agli utenti informazioni su come utilizzare il programma stesso;
- utilizzare modelli di linguaggio alimentati da intelligenza artificiale progettati per generare risposte e dialoghi in modo coerente e significativo, rendendoli adatti all'interazione umano-macchina. Attraverso questa interazione è possibile espandere le proprie conoscenze. L'esempio classico è ChatGPT. Ovviamente quest'ultima soluzione è da utilizzare con le giuste premesse riguardanti le fonti per cui appresa un'informazione questa dovrà essere sempre confutata.

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE COME COMPETENZA ACQUISITA

La possibilità di acquisire tramite l'intelligenza artificiale una competenza o meglio un servizio

potrebbe sembrare smentire quanto indicato nella sezione “sfruttare le risorse aziendali”. Nella succitata sezione si è detto, infatti, che le “macchine” non possono sostituire l’essere umano e sono solo uno strumento al servizio delle persone. Premesso il dogma che l’intelligenza attuale non è in grado di sostituire le persone, la sua utilità può essere sfruttata per quel target di aziende senza idonea forza economica finanziaria per remunerare professionisti del settore: “Meglio poco che nulla” (*proverbio*).

L’intelligenza artificiale di larga diffusione è USA centrica e quindi le PMI italiane, che non hanno capacità economiche e finanziarie di fare ricerca e sviluppo autonoma in questo ambito, utilizzeranno quello che il mercato offre con la conseguenza che ci saranno aree con più opportunità rispetto che ad altre. Le aree dove è maggiormente sfruttabile l’intelligenza artificiale sono quelle relative alla comunicazione, archiviazione ed automazione dei processi, quelle più svantaggiate sono, invece, quelle riguardanti il nostro sistema burocratico, tributario e legale in quanto siamo un unicum nel panorama internazionale e troppo poco numerosi per attrarre investimenti. L’agenda digitale del governo ha, tuttavia, tracciato una road map per lo sviluppo dell’intelligenza artificiale per la burocrazia italiana.

In breve

L’Intelligenza Artificiale (IA) è un utile strumento per migliorare l’efficienza aziendale e sviluppare competenze personali. Per le PMI può rappresentare un’opportunità preziosa per accedere a competenze e servizi altrimenti non accessibili. I settori di maggiore interesse, in Italia attualmente, per l’utilizzo dell’IA sono il marketing, l’analisi dei dati e l’elaborazione di strategie.

Nota bene

Dal 8.02.2024 Bard, lo strumento AI di Google, ha cambiato nome diventato Gemini.

Capitolo 2

**L'IA NELL'IDENTIFICAZIONE
DELL'IDEA
DI BUSINESS PERFETTA**

Tutte le aziende di successo nascono per soddisfare un bisogno specifico del mercato e questa è la loro mission. Il come intendono soddisfare tale bisogno viene definito vision ed infine il perché i clienti dovrebbero scegliere l'azienda è values. Gli step di questo percorso possono essere riassunti in forma molto sintetica.

Step		
1.	Identificazione del bisogno	Il primo passo è individuare il bisogno che l'azienda vuole soddisfare. L'azienda potrà quindi andare a riempire un vuoto esistente, ad entrare in competizione con altre realtà o creare un nuovo bisogno nelle persone. Saltare questo step potrebbe significare immettere nel mercato prodotti o servizi che a nessuno interessa.
2.	Sviluppo di soluzioni	Individuato il bisogno l'azienda dovrà sviluppare soluzioni da proporre sul mercato idonee, per l'appunto, a raggiungere l'obiettivo prefissato. Anche offrire un prezzo più competitivo sul mercato, per esempio, può essere una soluzione e richiederà l'abbattimento dei costi da parte dell'azienda.
3.	Proposta di valore	L'altra grande domanda che si deve fare in fase di lancio di un'azienda è perché mai i clienti dovrebbero acquistare i prodotti e servizi proposti? Se il pubblico non comprenderà la proposta aziendale non si trasformerà mai in cliente o la valuterà di poco interesse ovvero sarà disposto a pagare poco i servizi o prodotti offerti.
4.	Adozione e successo	A seguito dell'allineamento dei precedenti tre cardini aziendali non resterà che creare una struttura aziendale idonea e capace di immettere sul mercato il bene/servizio pensato. Un'azienda pensata per prodotti di alta qualità non potrà, per esempio, avere un pessimo servizio clienti.
5.	Adattamento e innovazione	La frase "ho sempre fatto così" è la tomba di tutte le aziende. La società in cui l'azienda opera è altamente dinamica per cui pensare che quello fatto ieri porti al successo oggi è un errore che può costare il fallimento. I bisogni delle persone cambiano e variano anche i modi in cui soddisfare i bisogni e l'azienda o si evolve o si estingue. Il cambio dei tempi ha spazzato via aziende come Kodak, Nokia, ecc. leader di mercati spariti.

COME L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PUÒ AIUTARE QUESTO PROCESSO?

L'Intelligenza Artificiale (IA) può essere un prezioso alleato nell'identificare l'idea di business fornendo preziose informazioni e prospettive agli imprenditori o aspiranti tali, le sue applicazioni possono essere molteplici.

Analisi dei Dati di Mercato

L'IA può analizzare enormi quantità di dati di mercato per identificare tendenze, preferenze dei consumatori e bisogni non soddisfatti, aiutando a definire il bisogno da colmare. La "macchina" può aiutare l'essere umano nell'elaborare i dati raccolti e creare proiezioni future.

Esempio

Una torrefazione di caffè nel mantovano vuole prevedere l'andamento del consumo del prodotto che tratta per il 2024. Attraverso Google Trends (che non è un'intelligenza artificiale!) farà una ricerca sul territorio italiano per raccogliere i dati e poi esporterà il file cvs della sottocategoria "città" su bard utilizzando un prompt come: *"Come sarà il consumo di caffè nel 2024 nella Provincia di Mantova?"* L'intelligenza artificiale fornirà che è previsto un aumento del consumo di caffè ed i motivi per i quali ciò dovrebbe avvenire. L'azienda potrebbe volere espandersi e cercare quindi di capire in quali aree geografiche italiane sono in crescita (Campania, Sicilia e Lazio) e quali in calo (Lombardia, Piemonte, Trentino Alto Adige).

Questa è una rappresentazione molto semplicistica di cosa si può fare, in realtà un'indagine di mercato deve essere molto più approfondita ed avere un numero maggiore di dati e fonti da elaborare. Tuttavia, più aumenta la mole di data da analizzare e migliore sarà l'apporto fornito dall'IA.

Creare modelli di bussiness

L'intelligenza artificiale in questo settore è molto ben addestrata. Ci sono Chatbot che praticamente forniscono le istruzioni passo per passo del percorso da seguire come ChatGPT.

Più il prompt sarà preciso e migliore sarà l'aiuto fornito all'utente.

Altre chatbot come Bard, allo stesso prompt risponderanno fornendo già un esempio concreto.

Default (GPT-3,5)

DA

Crea modello di bussiness



Creare un modello di business richiede un approccio strutturato e ben definito. Ecco una guida passo dopo passo per creare un modello di business:



1. Introduzione e Descrizione del Business:

- **Nome dell'azienda:** Scegli un nome accattivante e rappresentativo per il tuo business.
- **Missione e Visione:** Definisci la missione e la visione dell'azienda, cioè lo scopo fondamentale e l'obiettivo a lungo termine.

2. Analisi del Mercato:

- **Ricerca di Mercato:** Analizza il mercato in cui opererai, identificando il segmento di clientela, la concorrenza, le tendenze di mercato e le opportunità.
- **Analisi SWOT:** Elenca i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce relative al tuo business.

3. Modello di Entrate:

- **Fonti di Entrata:** Identifica come guadagnerai soldi, ad esempio attraverso vendite dirette, licenze, abbonamenti, pubblicità, ecc.

4. Proposta di Valore:

- **Definizione della Proposta di Valore:** Descrivi chiaramente cosa offre il tuo business ai clienti che lo rende unico e prezioso.
- **Segmenti di Clientela:** Identifica i diversi segmenti di clientela a cui si rivolge la tua

Bard

Crearmi modello di bussiness

Modello di business per un'azienda di e-commerce che vende prodotti di abbigliamento

Obiettivo

L'obiettivo dell'azienda è quello di vendere prodotti di abbigliamento online a un pubblico globale.

Settore

Il settore in cui opera l'azienda è quello dell'e-commerce.

Prodotti e servizi

Scelta ponderata autonomamente dalla "macchina" in quanto se interrogata anche con un semplice comando quale: "Come mai mi hai elaborato questo tipo di business?" fornirà adeguate motivazioni.