

Fattori (Iab Italia): â??Il 48% dei consumatori acquista su suggerimento Intelligenza artificialeâ?•

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? â??Quando parliamo di intelligenza artificiale, il fenomeno Ã¨ ormai molto maturo: tra chi utilizza lâ??Ia, il 48% dei consumatori dichiara di aver effettuato un acquisto o una prenotazione basandosi proprio sulle sue raccomandazioni. In questo contesto dobbiamo per forza ragionare in unâ??ottica di agent marketing. Prima parlavamo di consumer marketing e business marketing, oggi abbiamo un altro segmento da indirizzare. Tuttavia, questo non basta, perchÃ© se lâ??Ia ci consente di farci trovare, ciÃ² che determina la singola scelta, quel singolo secondo che ci spinge a cliccare in una direzione o persino a recarci in un negozio fisico, Ã¨ dato dalla â??magiaâ?? e dal valore che il brand riesce a trasferire. Questa scelta si basa sul ricordo delle esperienze precedenti o sulla prefigurazione di ciÃ² che sarÃ . Ã? proprio lÃ¬ che dobbiamo lavorare seriamente, comprendendo che non si tratta soltanto di razionalitÃ , ma spesso del suo contrarioâ?•. Ã? quanto affermato da Erika Fattori, presidente di Iab Italia, lâ??associazione di riferimento per la pubblicitÃ digitale, intervenuta a Intersections, lâ??evento dedicato a marketing, comunicazione, creativitÃ e tecnologia, in corso allâ??Allianz MiCo di Milano.

Quindi, nel concreto, quali sono i fattori che determinano la scelta? â??Giocano un ruolo fondamentale tutte quelle componenti soft collegate al brand, che devono tuttavia rimanere in perfetto equilibrio con la strategia aziendale â?? approfondisce â?? Questa ricetta Ã¨ complessa, ma abbiamo la fortuna di vivere in Italia: siamo circondati da arte, poesia, letteratura e cultura, tutti elementi da riscoprire per generare, migliorare e creare quella magia del contenuto. Per la scelta, la sola razionalitÃ non Ã¨ sufficiente. â??La maggior parte degli acquisti che facciamo non Ã¨ propriamente essenziale â?? osserva â?? CiÃ² significa che nella logica e nella psicologia dei consumi esiste uno spazio estremamente importante in cui entrano in gioco componenti prevalentemente emotive, piÃ¹ che puramente razionali. Altrimenti, molti dei prodotti dei brand che acquistiamo tutti i giorni rimarrebbero sugli scaffali, invece sappiamo bene che non Ã¨ cosÃ¬â?•, conclude.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Ottobre 29, 2026
Autore
redazione

default watermark