

## Il 2019 di Nuance è all'insegna di un utilizzo di Intelligenza Artificiale più consapevole e smart

Milano, 21 gennaio 2019 – Il 2018 è stato l'anno della grande corsa all'Intelligenza Artificiale (IA) in ambito aziendale – e non solo – con un aumento esponenziale delle piattaforme, degli strumenti e delle applicazioni dedicate che sono progressivamente entrate nelle aziende e nelle case di tutto il mondo. Secondo i [dati](#) dell'Osservatorio Artificial Intelligence della School of Management del Politecnico di Milano il 56% delle aziende italiane, infatti, ha già avviato progetti riguardanti l'Intelligenza Artificiale. Di questi, il 35% riguarda l'Intelligent Data Processing – con soluzioni che utilizzano algoritmi di IA per ottenere informazioni e avviare, sulla base di queste, azioni specifiche e contestuali – e il 25% i Virtual Assistant o Chatbot (25%). [Nuance Communications, Inc.](#) – principale fornitore di soluzioni vocali e di imaging – ha fatto il punto sull'evoluzione e la pervasività dell'Intelligenza Artificiale (IA) nell'ultimo anno per delineare i principali trend che caratterizzeranno il 2019 appena iniziato.

- Nel 2019 i bot aziendali diventeranno assistenti virtuali smart

C'è molta differenza tra un bot che può programmare un viaggio o ordinare la pizza e un assistente virtuale in grado di rispondere a una domanda complessa o gestire un problema che può essere risolto solo con un dialogo bidirezionale – ad esempio, "qual è il miglior investimento per i miei genitori?". Nel 2019 si assisterà a un cambio di paradigma: dai bot con capacità conversazionali limitate e frustranti si passerà ad assistenti virtuali intelligenti che sfruttano l'IA di livello enterprise per supportare conversazioni significative e contestuali. Nel 2019 crescerà, quindi, il ricorso ad assistenti virtuali smart in grado di gestire totalmente la vita degli utenti finali, nonché di prevederne comportamenti e abitudini per supportarli al meglio.

- Le aziende investiranno in soluzioni di IA in grado di generare ROI (Return on Investment)

Conclusa la prima fase iniziale che ha visto le aziende di qualsiasi dimensione correre verso l'implementazione di soluzioni di IA nel proprio business per rimanere competitive nel mercato, oggi l'attenzione è più focalizzata sulla volontà di conoscere il ROI generato dai loro investimenti. Le aziende, infatti, sono alla ricerca di modalità più precise per misurare e provare l'impatto dell'IA sul proprio business e sull'esperienza del cliente a partire dall'acquisizione dei dati. Inoltre, nell'anno a venire, cercheranno nuovi modi per sfruttare ulteriormente il loro attuale investimento combinando l'Intelligenza Artificiale e l'esperienza umana, identificando i casi in cui l'Intelligenza Artificiale può supportare l'uomo nelle attività quotidiane e quelli in cui l'interazione con una persona porterebbe a un risultato migliore.

- IA come tool aziendale

Il 2018 ha indubbiamente segnato il momentum dell'Intelligenza Artificiale in ambito aziendale che ha visto quasi tutti i brand del mondo implementare questa tecnologia. Le aziende hanno investito molto con la promessa di usare le macchine per offrire esperienze migliori ai propri clienti come per esempio in bot in grado di fissare il prossimo appuntamento al salone di bellezza o di prenotare un taxi, nonché in applicazioni in grado di offrire consigli sui prodotti. Durante questo processo hanno imparato che l'Intelligenza Artificiale non è una strategia, bensì un tool intelligente che consente alle macchine di interagire con gli umani in un modo naturale e contestuale.

“I trend attesi per il nuovo anno confermano la centralità dell'Intelligenza Artificiale nello sviluppo dell'ecosistema aziendale e nella definizione del futuro di servizi e di una quotidianità sempre più smart, già registrata nel 2018. Il nuovo anno sarà cruciale per l'ulteriore evoluzione di IA che vedrà maggiore

consapevolezza e attenzione da parte delle aziende che vogliono misurarne concretamente i risultati,” ha dichiarato Thomas Hebner, Head of Product Innovation, Nuance Communications. “A partire dall’esperienza diretta dei clienti, Nuance è costantemente impegnata a offrire soluzioni all’avanguardia per aiutare le aziende a rimanere competitive sul mercato indirizzando e anticipando in modo proattivo le nuove esigenze dei consumatori.”

Nuance Communications, Inc.

Nuance Communications, Inc. (NASDAQ: NUAN) è pioniera e leader nelle innovazioni di intelligenza artificiale conversazionale che portano l'intelligenza nel lavoro e nella vita di tutti i giorni. L'azienda offre soluzioni in grado di comprendere, analizzare e rispondere al linguaggio umano per aumentare la produttività e potenziare l'intelligenza umana. Grazie a competenze ed esperienza pluridecennali nell'ambito dell'intelligenza artificiale, Nuance collabora con migliaia di organizzazioni - in settori globali che includono assistenza sanitaria, telecomunicazioni, automotive, servizi finanziari e vendita al dettaglio - per creare relazioni più solide e migliori esperienze per i propri clienti e per la propria forza lavoro. Per ulteriori informazioni, visitare il sito [Nuance.it](https://www.nuance.com)

Informazioni sui marchi: Nuance e il logo Nuance sono marchi o marchi registrati di Nuance Communications, Inc. o delle società affiliate negli Stati Uniti e/o in altri paesi. Tutti gli altri nomi di società o nomi di prodotti menzionati possono essere marchi dei rispettivi proprietari.

Contatti per la stampa

EMEA

Vanessa Richter

Nuance Communications

Tel: + 32 9 2398031

Email: [Vanessa.richter@nuance.com](mailto:Vanessa.richter@nuance.com)

Hotwire PR

Sara Tetti

Tel: +39 02 7729968

Email: [sara.tetti@hotwireglobal.com](mailto:sara.tetti@hotwireglobal.com)

---

<https://news.nuance.com/2019-01-21-II-2019-di-Nuance-e-allinsegna-di-un-utilizzo-di-Intelligenza-Artificiale-piu-consapevole-e-smart>