



Il manifesto dell'intelligenza artificiale

Nove principi guida per servirsi dell'intelligenza artificiale in modo responsabile, affidabile ed efficace

AUTORE: PETER VAN DER PUTTEN



L'intelligenza artificiale è una moda o una strategia aziendale?

In che modo è possibile mantenere il controllo, sfruttando al contempo tutti i vantaggi che questa tecnologia offre alle aziende e ai clienti?

In seguito all'animata discussione che divide l'opinione pubblica tra tecno-utopisti e catastrofisti, abbiamo pensato di realizzare un manifesto sull'intelligenza artificiale a beneficio delle imprese. Grazie ai principi delineati, sarà possibile comprendere appieno tutte le sfumature del problema e tracciare una strategia di adozione in grado di generare risultati di business concreti.

PETER VAN DER PUTTEN



SOMMARIO

01. **Obiettivi aziendali** | Il perché

Un utilizzo tangibile dell'intelligenza artificiale è la chiave per sbloccare tutto il suo potenziale. Impiegala in processi e interazioni per ottenere velocemente risultati significativi, che agevoleranno il tuo percorso verso la creazione di un'impresa autonoma.

03. **Strategia IA** | Il cosa e come

Per essere completa, attuabile e di successo, una solida strategia IA deve tenere conto di tutte le diverse forme di intelligenza artificiale. Crea la tua strategia approfondendo tutti gli aspetti dell'intelligenza artificiale, sfruttando le potenzialità creative e analitiche di questa tecnologia e utilizzando l'IA pubblica e i dati privati.

07. **IA etica, responsabile e affidabile** | Il modo giusto

Quando si tratta di bilanciare gli obiettivi aziendali e le esigenze dei clienti, qual è il modo giusto di procedere? Scopri in che modo stiamo trasformando i principi etici in risorse di intelligence e best practice per fare ciò che è giusto, non solo ciò che è consentito.

01.

Non mettere a frutto l'intelligenza artificiale è come condurre un esperimento scientifico senza una direzione definita

L'intelligenza è inutile se non viene impiegata nei processi aziendali o nelle interazioni con i clienti. Un buon punto di partenza è definire gli obiettivi aziendali che si vuole raggiungere per capire quali decisioni prendere e individuare i modelli di IA generativa che apportino il maggior valore. A quel punto, si identificano i flussi di lavoro specifici e le interazioni con i clienti in cui si vuole ottenere il maggior impatto. Interazioni, flussi di lavoro e case management ben strutturati consentono di generare dati e cicli di feedback essenziali per massimizzare l'ottimizzazione grazie all'intelligenza artificiale.



L'intelligenza è inutile se non viene impiegata nei processi aziendali o nelle interazioni con i clienti.



02.

L'intelligenza artificiale e l'automazione sono il carburante dell'ottimizzazione automatica delle imprese

Grazie all'IA e all'automazione, l'impresa autonoma è quella che si ottimizza da sé in funzione degli obiettivi, pur mantenendo il pieno controllo del business. Ciò richiede un'intelligenza artificiale di tipo closed-loop che viene eseguita in tempo reale, propone azioni da intraprendere e le mette in atto, per poi apprendere immediatamente dal feedback. Esiste un percorso verso l'autonomia, un'evoluzione che supera la gestione manuale, l'automazione e la business intelligence. Le organizzazioni devono creare una roadmap che porti i flussi di lavoro chiave e le interazioni con i clienti a ottimizzarsi da soli in modo autonomo: solo così l'intelligenza artificiale diventa anche intelligenza autonoma.





...l'intelligenza artificiale è uno strumento progettato dagli esseri umani e produce i risultati migliori se usato come supporto...



03.

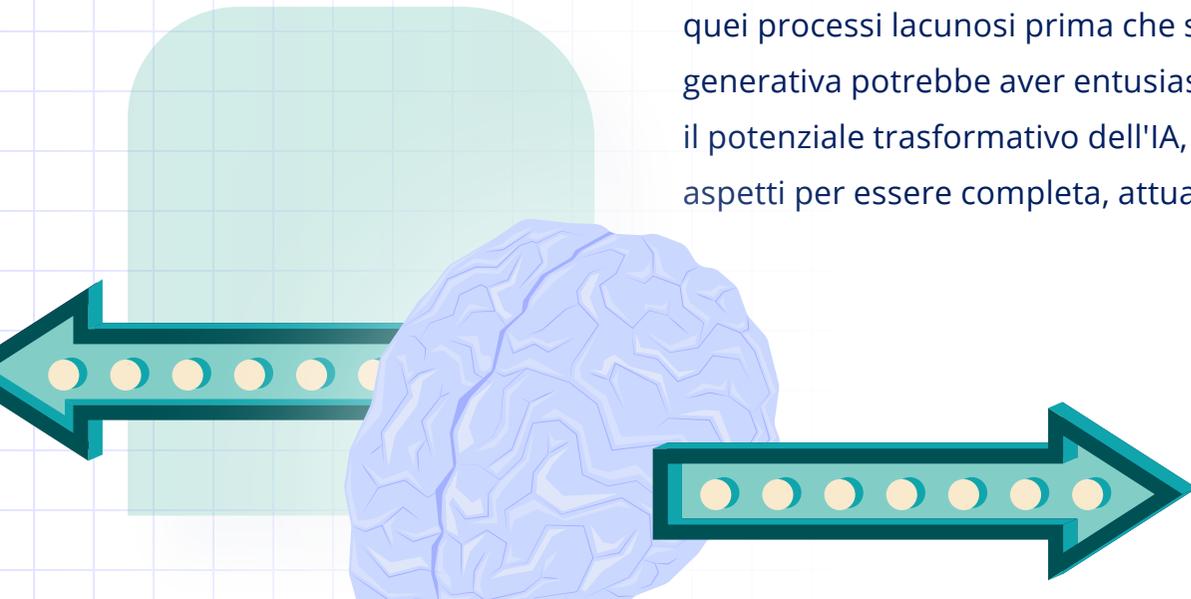
L'intelligenza artificiale è anche un'intelligenza aumentata: **funziona meglio se sottoposta al controllo umano**

I film di Hollywood e i blog che trattano l'IA in termini catastrofisti vogliono farti credere che lo scopo dell'intelligenza artificiale sia assumere il controllo dell'umanità. La realtà è che l'intelligenza artificiale è uno strumento progettato dagli esseri umani ed è molto utile nei casi in cui si occupa di assistere operatori, dipendenti, sviluppatori, professionisti del marketing o clienti fornendo indicazioni e svolgendo attività per loro. Per ridurre al minimo i rischi, una strategia di intelligenza artificiale dovrebbe dare priorità al controllo umano prendendo in considerazione casi d'uso in cui le persone restano al comando, monitorano e guidano l'intelligenza artificiale autonoma.

04.

L'intelligenza artificiale non è solo intelligenza artificiale generativa: **è come doversi servire dell'emisfero destro e sinistro di un cervello artificiale**

Come avviene nell'emisfero destro del nostro cervello, l'intelligenza artificiale generativa infonde creatività nel modo in cui facciamo impresa e progettiamo le applicazioni. Tuttavia, molte decisioni automatizzate nei flussi di lavoro e nelle interazioni basate sull'IA generativa richiedono l'intervento dell'emisfero sinistro, quella parte analitica e razionale che guida il processo decisionale automatizzato in tempo reale, consiglia la next best action in tutti i canali e individua proattivamente quei processi lacunosi prima che si trasformino in problemi. L'intelligenza artificiale generativa potrebbe aver entusiasmato la dirigenza della tua azienda, perché vede il potenziale trasformativo dell'IA, ma la tua strategia deve abbracciare tutti gli aspetti per essere completa, attuabile e di successo.





05.

Parti da risultati e decisioni e non da dati e modelli

È facile perdersi nei meandri dei dati o rimanere sorpresi da tutti i tipi di modelli di machine learning che si possono creare. Una strategia di dati solida e sicura è importante, ma è necessario saper guardare al quadro completo. Quali risultati aziendali vuoi ottimizzare con l'intelligenza artificiale? E quali customer experience vuoi migliorare? Quali sono le decisioni automatizzate e le informazioni generate che possono portare a quei risultati? Quali modelli automatizzano le decisioni? Rispondere a questi interrogativi permette di definire quali sono i dati più importanti per un'organizzazione.





06.

Avrai bisogno di un ecosistema di modelli **aperto e all'avanguardia**

Il dibattito tra intelligenza artificiale "pubblica" e "privata" è un fattore di distrazione. Le organizzazioni dovranno eseguire modelli privati, formati sui propri dati, per casi d'uso differenziati, come il customer engagement e l'ottimizzazione dei processi. In altri casi, i modelli disponibili pubblicamente possono fornire un percorso sicuro, rapido e scalabile per valutare casi d'uso meno specializzati e più generici, come il riconoscimento ottico dei caratteri (OCR) e il riconoscimento delle immagini. Esistono molti modelli e servizi di base per l'intelligenza artificiale generativa. La creazione di un'architettura di intelligenza artificiale che protegge e supporta dati e modelli privati, perfeziona modelli pubblici e open source e utilizza servizi di intelligenza artificiale pubblica offre la flessibilità e la sicurezza necessarie per adottare e scalare l'intelligenza artificiale giusta, per i casi d'uso giusti, nei tempi richiesti dai mercati.

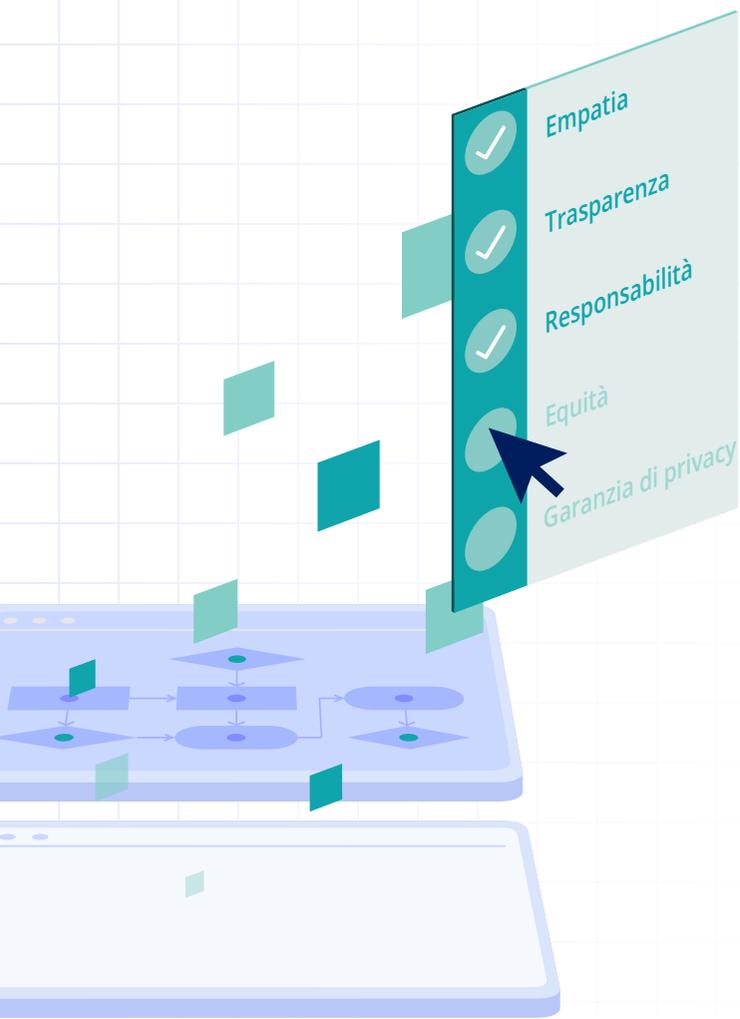
07.

L'intelligenza artificiale deve mostrare empatia verso tutti gli stakeholder

Essere empatici vuol dire mettersi nei panni degli altri e fare quello che è giusto non solo per noi, ma per tutti. Questa è la chiave per garantire che l'intelligenza artificiale sia affidabile, responsabile, accettabile, voluta e conforme. Dipendenti e clienti temono che le organizzazioni possano utilizzare l'intelligenza artificiale per aumentare i profitti a loro spese. Per garantire un'adozione ottimale, la tua proposta di IA deve offrire valore ai clienti e ai dipendenti. La ricerca del giusto equilibrio dovrà essere radicata a tutti i livelli del processo decisionale automatizzato e dell'IA.



Per garantire la corretta adozione di questa tecnologia, le iniziative di intelligenza artificiale devono offrire valore sia ai clienti che ai dipendenti.



08.

Integra principi etici in strumenti e processi

Tutti dichiareranno che l'intelligenza artificiale deve essere equa, trasparente, sicura, precisa, robusta, conforme alle normative sulla privacy, controllabile, gestita e responsabile, nonché in grado di promuovere benefici organizzativi, benessere sociale e ambientale. Gli stessi principi devono essere applicati ai tuoi strumenti e alle best practice. È necessario comprendere e regolare quali decisioni e casi d'uso richiedono l'impiego di un'intelligenza artificiale trasparente e in quali è possibile ricorrere a modelli meno accurati. La trasparenza non deve solo arrivare dai data scientist, ma deve tenere conto anche di utenti finali come operatori e clienti. Crea processi che controllano continuamente la presenza di pregiudizi nascosti nei modelli e nelle decisioni automatizzate. Assicurati che tutte le decisioni automatizzate e le interazioni con l'intelligenza artificiale generativa siano controllate, sia per te sia per i tuoi clienti.



La vera domanda è:

nell'ambito di ciò che è consentito, cosa è giusto fare?

09.

L'etica dell'intelligenza artificiale va oltre **la conformità normativa**

Stati Uniti, UE e altri governi di tutto il mondo si stanno muovendo rapidamente per creare linee guida e leggi per l'uso dell'intelligenza artificiale, ma è sbagliato pensare a un'intelligenza artificiale etica e responsabile esclusivamente in termini di ciò che è consentito fare e di ciò che non lo è. Nell'ambito di ciò che è consentito, la vera domanda: "cosa è giusto fare?" Ad esempio, l'utilizzo dell'intelligenza artificiale per favorire conversazioni vantaggiose per i clienti e rilevanti per le loro esigenze consentirà di ottenere maggior profitto a lungo termine anziché promuovere opportunità di vendita nel breve termine. Il cliente deve essere al centro della tua strategia di intelligenza artificiale: oggi puoi offrire una customer experience superiore e garantire maggiori profitti trasformando un approccio etico ed empatico in vantaggio competitivo per il tuo business.



Pega offre una potente piattaforma low-code che aiuta i marchi leader a livello mondiale ad adattarsi ai rapidi cambiamenti del mercato. I clienti utilizzano l'automazione del processo decisionale e del flusso di lavoro, sulla base dell'intelligenza artificiale, per risolvere le sfide aziendali più pressanti: da un maggiore coinvolgimento dei dipendenti all'automazione dei servizi, fino alla semplificazione delle operazioni. A partire dal 1983, offriamo un'architettura scalabile e flessibile per aiutare le persone a concentrarsi su ciò che conta di più, in modo da soddisfare le esigenze dei clienti e restare al passo con le innovazioni.