

NRF 2024

L'analisi di Avanade evidenzia perché i retailer non siano ancora del tutto pronti per l'intelligenza artificiale

Il 98% delle organizzazioni nel settore retail e dei beni di consumo a livello globale prevede che l'IA favorirà una crescita del 20% dei loro ricavi annuali nei prossimi 18-24 mesi.

Ricavi che potrebbero essere messi a rischio da una certa impreparazione del settore in specifici ambiti di utilizzo dell'intelligenza artificiale.

Milano, 18 gennaio 2023 – A seguito della conferenza *NRF 2024: Retail's Big Show*, organizzata dalla National Retail Federation, [Avanade](#), leader di innovazione nell'ecosistema tecnologico Microsoft, mette in evidenza le sfide che i retailer, in un contesto guidato dall'intelligenza artificiale, devono affrontare per guadagnare vantaggio competitivo. Se da un lato l'introduzione delle nuove soluzioni di AI per il retail risolverà molte difficoltà del settore, dall'altro la [ricerca](#) realizzata da Avanade sottolinea importanti ostacoli nell'adozione di questa tecnologia, a causa dell'assenza di linee guida etiche e della mancanza di adeguata formazione dei dipendenti.

I retailer sono pienamente consapevoli dell'importanza di adottare l'IA, anche in risposta alle sempre più crescenti richieste ed esigenze dei clienti. Secondo la ricerca di Avanade, circa il 90% delle aziende del settore ritiene che i propri clienti siano pronti a svolgere tutte o la maggior parte delle interazioni e dei processi attraverso l'IA. Inoltre, riconoscono il potenziale di trasformazione dei propri dati in combinazione con l'IA, tanto che gli investimenti in piattaforme dati rappresentano la massima priorità per il 2024. Per molti, tuttavia, la sfida consiste nell'implementare misure strategiche a supporto dei dipendenti e nello sfruttare in modo efficace le informazioni fornite dall'IA.

Le nuove soluzioni di Microsoft si prospettano come un punto di riferimento per l'intelligenza artificiale generativa e le capacità specifiche del settore dei dati. Tra cui:

1. Copilot su Azure OpenAI Service per le operazioni di negozio
2. Copilot su Azure OpenAI Service per lo shopping personalizzato
3. Soluzioni relative ai dati di vendita a disposizione su Microsoft Fabric.

“Grazie a queste soluzioni, Microsoft offre funzionalità di intelligenza artificiale in grado di trasformare radicalmente il settore retail”, dichiara **Roberto Chinelli, Data and AI Solution Area lead, Avanade ICEG**. “Ma per trarre il massimo vantaggio dall'integrazione dell'AI nel business, i leader del settore devono essere pronti ad affrontare sfide legate alle competenze, alla conformità normativa e all'uso responsabile di questa tecnologia. Il nostro approccio, che mira tanto all'efficacia tecnica quanto agli aspetti etici, si propone di plasmare un futuro in cui l'AI sia un alleato potente nel migliorare l'efficienza operativa, creare esperienze di acquisto personalizzate e garantire al contempo la fiducia e la sicurezza dei clienti e delle persone in azienda.”

I principali risultati della ricerca realizzata da Avanade:

Prospettive ottimistiche e realtà: sebbene il 94% delle aziende retail ritenga che le proprie organizzazioni siano pronte a trarre vantaggio dall'IA più rapidamente rispetto ai concorrenti, soltanto la metà ha avviato processi di pianificazione del capitale umano, che salvaguardino e facciano evolvere i ruoli e le persone in azienda durante l'adozione dell'IA generativa.



Aspettative dei clienti e realtà: secondo i retailer, i clienti sono pronti per l'IA, superando addirittura la media di altri settori, che si attesta all'85%. L'analisi dimostra, però, che tutti i leader del settore (98%) ritengono necessario un sostegno significativo per la formazione dei dipendenti sull'uso degli strumenti di IA generativa.

Lacune nella governance: solo la metà dei retailer intervistati dichiara di aver implementato una serie completa di linee guida e policy specifiche per garantire un uso responsabile dell'IA. Questa percentuale evidenzia la necessità critica di un quadro di governance solido e scalabile, aspetto di fondamentale importanza, considerando la responsabilità che deriva dall'utilizzo dell'IA in modo etico.

Avanade

Avanade, fondata nel 2000 da Accenture LLP e Microsoft Corporation, è leader mondiale nella fornitura di servizi digitali innovativi, cloud, business solution ed experience design, che fanno leva sull'ecosistema Microsoft. Ogni giorno, 60.000 professionisti in 26 paesi creano un vero impatto umano per i clienti, i loro dipendenti e i rispettivi utenti. Avanade è stata riconosciuta Global SI Partner of the Year di Microsoft più di qualsiasi altra azienda. Con il maggior numero di certificazioni Microsoft (60.000+) e 18 (su 18) competenze Microsoft di livello Gold, l'azienda si posiziona in modo unico per aiutare le società a crescere e risolvere le sfide più difficili. Avanade mette al primo posto le persone, ed è impegnata a fornire un luogo di lavoro inclusivo dove i dipendenti si sentono a proprio agio nell'essere se stessi. Come azienda responsabile, sta costruendo un mondo sostenibile e aiuta i giovani delle comunità sottorappresentate a realizzare il proprio potenziale. Per maggiori informazioni, visitare il sito: <http://www.avanade.com/>

CONTATTI MEDIA AVANADE ITALIA

Avanade: Vanessa Nardone, vanessa.nardone@avanade.com

Tyto PR: Deanna Brasolin – Deanna.Brasolin@tytopr.com – Tel. +39 331 5204116