



Descriviamo la realtà di tutti i giorni con occhi sempre nuovi: i tuoi

Il quotidiano che più ti somiglia
A Milano - Torino - Roma
metro
www.metronews.it

L'intelligenza circolare e il marketing dell'ascolto

di Gianni Bientinesi

L'umanità nell'emergenza pandemia da Covid19 si trova a dover prendere delle decisioni importanti e il ruolo dell'utilizzo del Big Data e dei sistemi di Intelligenza artificiale è fondamentale.

Per la prima volta nella storia dell'umanità, la tecnologia consente di monitorare tutti in ogni momento.

Nella battaglia contro l'epidemia di Coronavirus, diversi governi hanno già implementato i nuovi strumenti di sorveglianza: monitorando attentamente gli smartphone delle persone, utilizzando centinaia di milioni di fotocamere con riconoscimento facciale e misurando la temperatura corporea e le condizioni mediche delle persone, è possibile non solo identificare rapidamente i sospetti affetti da Coronavirus, ma anche tenere traccia del loro movimento e identificare i soggetti con cui sono entrati in contatto.

La tecnologia sta diventando vitale nel processo di globalizzazione. Quello che sembrava fantascienza dieci anni fa oggi sta diventando la quotidianità. Proprio per l'importanza ricoperta dai sistemi di ascolto, l'autore con questo saggio intende avvicinare il lettore alla comprensione di quelle che sono le principali tecniche di ascolto-monitoraggio e far comprendere come queste possano essere efficacemente utilizzate nel business.

Grazie anche al contributo di studiosi, esperti e professionisti del settore

che hanno scritto in questo volume, Gianni Bientinesi propone un interessante e originale viaggio alla scoperta di quelle che sono le principali e innovative tecniche e gli approcci metodologici che ora più che mai stanno cambiando per sempre il genere umano.

CON SAGGI DI:

Carolina Guertini
Professor In Marketing
LIUC e SDA Bocconi

Marcello Sasso
Vice President at
Altopoint Research

Giovanni DeCarli
CEO e Co-Founder
Optimist

Alessandro Glaume
Innovation Director Ars
et Inventio - Business
Integration Partners

Gianpaolo Perego
CEO - Aethia e
Co-Founder Business
Intelligence Group

L'AUTORE

Gianni Bientinesi è esperto in Business Intelligence, studi e ricerche di mercato a livello internazionale.

Si laurea presso la facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli studi di Torino nel 1999 e si specializza in Sociologia della Comunicazione e Metodologia della Ricerca Sociale con menzione al premio Migliore tesi di laurea, che viene depositata presso la Biblioteca nazionale universitaria e al Centro Unesco di Torino.

Durante il percorso di studi inizia le sue prime esperienze lavorative nel campo della ricerca pres-

so AC Nielsen Customized, specializzandosi in indagini continuative su utenza consumer e business della telefonia fissa, mobile e Internet. Nel 2002 inizia la sua collaborazione presso Ipsos come ricercatore dell'indagine nazionale Auditpress e nel 2005 presso Tns si occupa della progettazione e implementazione delle indagini di mercato legate al settore mobile e Internet. Nel 2009 entra in Leroy Mer-

lin Italia e nel 2013 lancia l'Osservatorio sulla Casa, il progetto che mette al centro i bisogni degli abitanti italiani, diventando punto di riferimento per la conoscenza del mercato del mondo casa in Italia. È da qui che è chiamato a tenere corsi di formazione su marketing, comunicazione e ricerche di mercato nelle principali università di design e architettura italiane. Grazie a queste esperienze, sperimenta e sviluppa

nuovi metodi di ricerca mettendo al centro le persone e proponendo un nuovo approccio alla Business Intelligence. Fondatore di Business Intelligence Group dove ricopre il ruolo di Presidente e Amministratore Delegato. Svolge attività di consulenza, formazione e divulgazione sulle tematiche relative a innovazione, salute e sostenibilità. È autore del saggio *Le persone oltre i numeri*, edito da Minerva nel 2018.

GIANNI BIENTINESI

L'INTELLIGENZA
CIRCOLARE E
IL MARKETING
DELL'ASCOLTO

MINERVA

"L'istinto detta il dovere
e l'intelligenza fornisce
i pretesti per eluderlo"

Marcel Proust