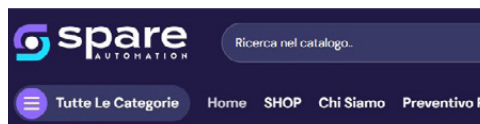
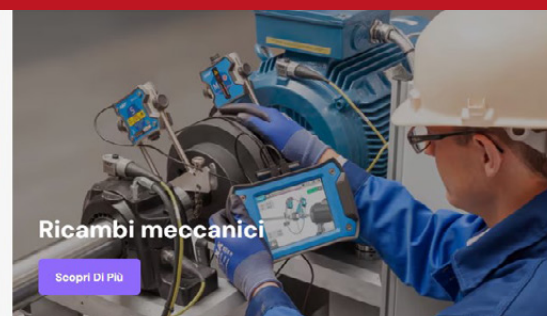
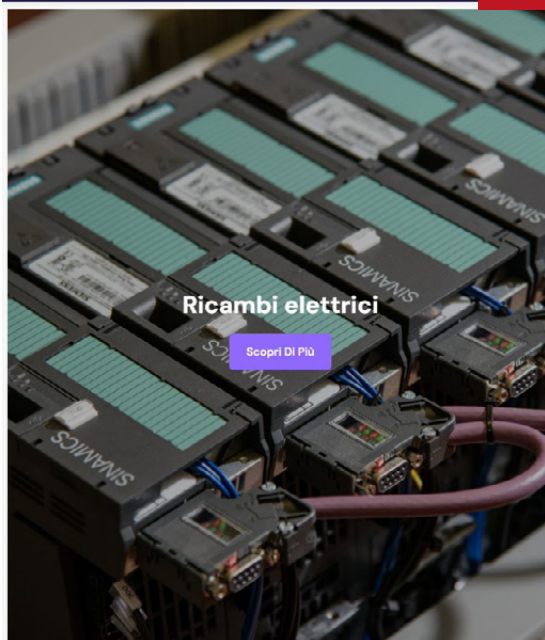


SpareAutomation ha introdotto l'intelligenza artificiale partendo da un problema concreto. Oggi agenti AI gestiscono attività ripetitive e supportano il business, lasciando alle persone tempo e spazio per ciò che conta davvero



In SpareAutomation hanno riscritto le schede e le pagine dei marchi pensando alle domande vere poste dai clienti, non a quello che piace agli algoritmi



Ai colleghi digitali le attività ripetitive

L'intelligenza artificiale viene spesso raccontata come una rivoluzione tecnologica fatta di algoritmi, modelli e scenari futuristici. Ma nelle aziende, molto più spesso, nasce da qualcosa di decisamente meno epico: una scocciatura. Per Vincenzo Iacovone, CTO di SpareAutomation, tutto è partito da una constatazione tanto semplice quanto frustrante: spendere budget pubblicitario per promuovere prodotti che in magazzino non c'erano più. Un errore che si ripeteva, una perdita di tempo e risorse che nessuno aveva voglia di controllare manualmente ogni giorno. Da lì la domanda: perché non lasciare questo lavoro a una macchina?

La risposta ha dato vita a un percorso che oggi vede l'intelligenza artificiale al lavoro in diversi angoli dell'azienda, senza grandi effetti speciali, ma creando una squadra di 'colleghi digitali' che

durante la notte legge ordini, interpreta listini di fornitori dai formati più improbabili, prepara dati per il gestionale e gestisce le prime risposte ai clienti. Al mattino il risultato è semplice: meno attività meccaniche e più tempo da dedicare ai problemi che richiedono davvero esperienza, intuito e competenze umane. In un settore come quello dei ricambi industriali, dove affidabilità e fiducia pesano più di qualsiasi slogan, la tecnologia non sostituisce le persone ma le aiuta a mantenere le promesse. E lo fa anche in modi inattesi, dalla gestione intelligente delle campagne pubblicitarie alla riscrittura dei contenuti del sito per rispondere alle nuove logiche di ricerca di strumenti come ChatGPT e Perplexity. In questa intervista, Vincenzo Iacovone racconta un approccio all'AI lontano dalle mode del momento e molto vicino alla realtà delle PMI: partire da un problema concreto, risolverlo bene e costruire il resto un

passo alla volta. Con una conclusione che farà riflettere chi teme l'automazione: in SpareAutomation nessuno è stato sostituito da una macchina. Semmai, le macchine si sono prese il lavoro che nessuno aveva voglia di fare.

Spesso si parla di intelligenza artificiale in termini molto teorici. Nel vostro caso, qual è stato il momento in cui avete capito che poteva diventare uno strumento concreto?

Iacovone: Le racconto il momento preciso. Era sera, e stavamo analizzando a mano l'elenco dei prodotti da spingere nelle campagne pubblicitarie, come facevamo ogni settimana. A un certo punto mi accorgo che diversi articoli su cui stavamo investendo erano esauriti da giorni: pagavamo Google per vendere cose che non avevamo in magazzino. Lì mi è scattato qualcosa. Mi sono detto: questo è esattamente il tipo di lavoro

che una macchina può fare al posto mio, e probabilmente meglio. Non sono partito dalla tecnologia per curiosità o per moda. Sono partito da una scocciatura concreta che avevo sotto gli occhi tutte le settimane. Secondo me è così che dovrebbe nascere ogni progetto di questo tipo: da un fastidio reale, non da un articolo letto su una rivista.

Avete sviluppato un sistema che decide autonomamente quali prodotti promuovere. C'è stato un risultato che vi ha sorpreso?

Iacovone: Mi aspettavo di guadagnare tempo, e quello era scontato. Quello che non avevo previsto è che il sistema avrebbe deciso meglio di me. Quando facevo io quella lista, la aggiornavo magari ogni due settimane e nel frattempo invecchiava: prezzi cambiati, scorte finite, articoli che non avevano più senso da pubblicizzare. La macchina invece ogni notte rilegge tutto da capo, marginalità e disponibilità reali, e tiene in campagna solo ciò che conviene davvero in quel momento. Il bello è che non si stanca e non si distrae. Il risultato è che spendiamo lo stesso budget ma su prodotti giusti, e questo si vede sui numeri.

Un aspetto interessante riguarda la visibilità nei motori di ricerca basati sull'AI. Cosa avete cambiato, e cosa consiglia a chi vuole essere considerato autorevole da ChatGPT o Perplexity?

Iacovone: Qui abbiamo dovuto cambiare testa. Per anni si è ragionato in termini di posizionamento su Google, di parole chiave. Ma oggi un manutentore non sempre digita una ricerca: spesso apre ChatGPT o Perplexity e fa una domanda diretta, come la farebbe a un collega esperto. Volevamo che, quando qualcuno chiede dove trovare un certo ricambio originale, il nostro nome saltasse fuori. Così abbiamo riscritto le schede e le pagine dei marchi pensando alle domande vere che ci fanno i clienti, non a quello che piace agli algoritmi. E ha funzionato prima di quanto credessi: nel giro di poche settimane Perplexity ha iniziato a citarci tra i fornitori affidabili. Il consiglio? Smettetela di pensare ai trucchi. Se sul vostro sito spiegate con onestà e competenza quello che vendete, vi trovano. Se cercate di imbrogliarle, prima o poi vi ignorano.

Avete creato diversi agenti AI con compiti specifici. Com'è una vostra giornata tipo con questi 'collaboratori digitali'?

Iacovone: Li abbiamo chiamati per nome, ed



Vincenzo Iacovone, CTO di SpareAutomation

è diventato naturale parlarne come di colleghi. C'è chi si occupa di leggere gli ordini che arrivano e prepararli per il gestionale, chi spulcia i listini dei fornitori, che arrivano nei formati più disparati, per tirarne fuori codici e prezzi, chi dà la prima risposta alle email dei clienti riconoscendo anche la lingua. La mattina, una buona parte di queste cose è già stata fatta durante la notte. Quando i commerciali arrivano, non trovano più la pila di lavoro meccanico che li aspettava un tempo: trovano le eccezioni, i casi particolari, le cose che richiedono davvero una testa umana. Non lavorano meno ore, ma le passano su problemi che ne valgono la pena. Ed è anche molto più soddisfacente.

L'AI sarà un vantaggio per le grandi aziende o un'opportunità anche per le PMI? E quali errori evitare?

Iacovone: Sono convintissimo che sia un'occasione per le piccole imprese, forse più che per le grandi. Noi non siamo una multinazionale: siamo una realtà snella, e proprio per questo possiamo muoverci in fretta e sperimentare. Gli strumenti costano poco e sono alla portata di chiunque abbia voglia di rimboccarsi le maniche. Quello che conta non è il budget, è conoscere bene il proprio lavoro. L'errore da non fare? Buttarsi sull'AI perché 'va di moda', senza avere in mente un problema preciso da risolvere. Questi sistemi sono come un mega-

fono: se quello che ci dite dentro è confuso, vi restituiscono confusione più forte. Partite da una cosa sola, concreta, che vi dà fastidio ogni giorno. Risolvete quella. Poi il resto viene da sé.

Molti temono che l'AI tolga lavoro alle persone. Lei cosa ha visto, in concreto, nella sua azienda?

Iacovone: Ho visto l'esatto contrario di quello che si teme. Nessuno qui ha perso il posto: è cambiato cosa facciamo durante la giornata. I compiti che abbiamo dato in pasto alle macchine erano quelli che nessuno faceva volentieri, ripetitivi e noiosi. Le persone adesso stanno al telefono con i clienti, risolvono problemi tecnici veri, decidono le strategie. Tutte cose dove un algoritmo non ci arriva nemmeno lontanamente. Le faccio una battuta: l'AI ci ha tolto i compiti che ci annoiavano e ci ha lasciato quelli per cui valeva la pena studiare. Non mi sembra un cattivo affare.

Nel vostro settore la fiducia è tutto. Come si tiene insieme l'automazione con la garanzia che il cliente si aspetta?

Iacovone: Sono due cose che si aiutano, non che si ostacolano. Un sistema che controlla le scorte in tempo reale fa sì che io non prometta mai un pezzo che non ho: è un favore alla fiducia, non un rischio. Però c'è una regola che nessuna macchina può toccare, ed è scolpita nella pietra: noi vendiamo solo ricambi nuovi e originali, con l'imballo del costruttore. Niente usato, niente rigenerato spacciato per nuovo. La tecnologia ci rende più precisi e veloci, ma la promessa sull'originalità la fanno le persone e resta una scelta nostra, non dell'algoritmo.

Se dovesse dare un solo consiglio a un imprenditore che vuole partire domani mattina, quale sarebbe?

Iacovone: Cominci dalla cosa più noiosa che fa ogni giorno. Non dal progetto più ambizioso: da quello più fastidioso e ripetitivo. Provi ad automatizzare quello e basta. Non serve un grande piano, serve un primo piccolo risultato che le faccia dire 'funziona davvero'. Da lì in poi cresce tutto da solo, la fiducia e anche le competenze. Quelli che aspettano di avere tutto chiaro prima di iniziare, di solito non iniziano mai.

SpareAutomation
www.spareautomation.com