



# **Corso per Chief of AI in Comunicazione e Marketing**

**By Kahuna**

## **Diventare un Chief of AI (Chief Artificial Intelligence Officer - CAIO) in Comunicazione e Marketing: Strategie, strumenti e leadership**

### **Durata:**

7 lezioni con incontri settimanali online + progetto finale.

### **Obiettivi del Corso:**

- Fornire una comprensione approfondita dell'AI e del suo impatto nel marketing e nella comunicazione.
- Sviluppare le competenze pratiche necessarie per implementare strategie di marketing AI-driven.
- Preparare i professionisti a diventare leader innovativi nel campo della comunicazione e del marketing, capaci di guidare la trasformazione digitale nelle loro organizzazioni.
- Applicare conoscenze tecniche per migliorare le strategie di marketing.
- Guidare l'innovazione e la trasformazione digitale all'interno delle loro organizzazioni.
- Gestire team interdisciplinari e navigare nelle sfide etiche e di regolamentazione legate all'uso dell'AI.

Questo corso mira a equipaggiare i futuri Chief of AI con le competenze necessarie per sfruttare le opportunità offerte dall'intelligenza artificiale, migliorando al contempo le strategie di marketing e comunicazione delle loro aziende.

### **Metodologia:**

- **Lezioni teoriche:** Fornire una solida base teorica attraverso webinar e materiali di studio.
- **Laboratori pratici:** Utilizzo di strumenti di AI nel marketing e nella comunicazione per progetti pratici.
- **Casi di studio:** Analisi di casi di studio reali per comprendere l'applicazione e l'impatto dell'AI.
- **Progetto finale:** Sviluppo di una strategia di marketing AI-driven per un'azienda reale, con la guida di tutor esperti.

### **Destinatari:**

Professionisti del marketing, manager, e chiunque sia interessato a specializzarsi nel ruolo di Chief of AI nel settore della comunicazione e marketing, con l'obiettivo di guidare la trasformazione digitale e innovare all'interno delle proprie organizzazioni.

### **Prospettive di carriera:**

I partecipanti al corso "Chief of AI in Comunicazione e Marketing" acquisiscono competenze avanzate che li preparano per una vasta gamma di ruoli di leadership e specialistici tra intelligenza artificiale, marketing e comunicazione. Questo corso fornisce le basi per comprendere e applicare l'AI in modi innovativi, aprendo numerose opportunità di carriera in diversi settori. Alcuni esempi di possibili carriere per i partecipanti:

## **1. Chief AI Marketing Officer**

Ruolo di leadership responsabile della strategia di marketing AI-driven di un'azienda. Questa posizione prevede l'oversight dell'integrazione dell'AI nelle strategie di marketing e comunicazione per migliorare l'engagement dei clienti, personalizzare l'esperienza utente e ottimizzare le performance delle campagne.

## **2. Chief Digital Transformation**

Professionista che guida l'adozione di nuove tecnologie, come l'AI, per creare campagne innovative e migliorare la comunicazione e il marketing. Questo ruolo implica la sperimentazione e l'implementazione di soluzioni all'avanguardia per mantenere l'azienda competitiva.

## **3. Chief Digital Officer**

Professionisti indipendenti o assunti che forniscono expertise specialistica su come le aziende possono integrare l'AI nelle loro strategie di marketing e comunicazione per ottenere un vantaggio competitivo.

### **Cosa imparerai:**

#### **Modulo 1: Fondamenti dell'Intelligenza Artificiale per il Marketing:**

- Introduzione all'AI e al Machine Learning.
- Panoramica delle applicazioni dell'AI nel marketing digitale.
- Etica e responsabilità nell'uso dell'AI.

#### **Modulo 2: Data Science e Analisi dei Dati per Decisioni di Marketing:**

- Fondamenti di data science per i marketer.
- Strumenti e tecniche di analisi dei dati.
- Interpretazione dei dati per decisioni strategiche.

#### **Modulo 3: Big Data e Analisi Predittiva:**

- Fondamenti di big data applicati al marketing.
- Introduzione all'analisi predittiva e al data mining.
- Utilizzo di strumenti di analisi per informare le decisioni di marketing.

#### **Modulo 4: Personalizzazione e Customer Experience con l'AI:**

- Tecniche di personalizzazione basate sull'AI.
- Ottimizzazione del customer journey attraverso l'AI.
- Metriche e KPIs per valutare l'esperienza cliente

#### **Modulo 5: Automazione del Marketing e Chatbots:**

- Implementazione di soluzioni di automazione del marketing.
- Creazione e ottimizzazione di chatbots per il servizio clienti e la vendita.

- Best practices per l'integrazione di chatbots nelle strategie di comunicazione.

#### **Modulo 6: Automazione e Ottimizzazione delle Campagne di Marketing:**

- Strumenti di automazione per il marketing supportati dall'AI.
- Ottimizzazione delle campagne PPC e SEO con l'AI.
- Misurazione e analisi del ROI delle campagne AI-driven.

#### **Modulo 7: Content Marketing e AI:**

- Strumenti di AI per la creazione di contenuto.
- Strategie per la distribuzione di contenuti AI-optimized.
- Analisi dell'efficacia del contenuto tramite AI.

#### **Progetto Finale e Implementazione Strategica:**

- Sviluppo di un progetto finale che integri l'AI nelle strategie di comunicazione e marketing di un'azienda reale.
- Feedback e valutazione basati su criteri di innovazione, fattibilità e impatto.

#### **Certificazione:**

Alla fine del corso, i partecipanti riceveranno una certificazione di "Leader in Intelligenza Artificiale", attestante la loro preparazione a guidare progetti di AI e a contribuire alla trasformazione digitale delle loro aziende.

#### **Date:**

- Venerdì 10 maggio ore 9.30 – 13.00
- Venerdì 17 maggio ore 9.30 – 13.00
- Venerdì 24 maggio ore 9.30 – 13.00
- Venerdì 31 maggio ore 9.30 – 13.00
- Venerdì 07 giugno ore 9.30 – 13.00
- Venerdì 14 giugno ore 9.30 – 13.00
- Venerdì 21 giugno ore 9.30 – 13.00
- Venerdì 28 giugno ore 9.30 – 13.00

#### **Costo:**

€299

#### **Come partecipare:**

- Iscriviti seguendo le istruzioni nella pagina
- Formula 100% in live-streaming: Gli iscritti riceveranno via email il link per seguire le lezioni online.

#### **Modulo 1: Fondamenti dell'Intelligenza Artificiale per il marketing**

## **Obiettivi di apprendimento:**

- Comprendere cosa si intende per intelligenza artificiale e machine learning e come si applicano al marketing.
- Identificare le principali categorie di applicazioni AI nel marketing.
- Esaminare i casi di successo dell'uso dell'AI nel marketing per migliorare la comprensione e l'ispirazione.

## **Struttura del modulo:**

### **Parte 1: Introduzione all'Intelligenza Artificiale**

- **Definizione e storia dell'AI:** Breve panoramica sulla nascita dell'AI, le sue evoluzioni e lo stato attuale.
- **Principi di base dell'AI e del machine learning:** Spiegazione dei concetti chiave, inclusi algoritmi, apprendimento supervisionato e non supervisionato, e deep learning.
- **AI vs. machine learning vs. deep learning:** Differenze e relazioni tra questi termini comunemente usati.

### **Parte 2: AI nel contesto del marketing**

- **Panoramica delle applicazioni AI nel marketing:** Introduzione a come l'AI sta trasformando le strategie di marketing, dalla personalizzazione alla previsione delle tendenze di consumo.
- **Esempi di strumenti AI per il marketing:** Panoramica su strumenti e piattaforme che utilizzano l'AI per ottimizzare le campagne pubblicitarie, la gestione dei social media, e la creazione di contenuti.

### **Parte 3: Case study e best practices**

- **Analisi dei case study:** Discussione di studi di caso reali dove l'AI ha portato a successi significativi nel marketing.
- **Lezioni apprese e best practices:** Estrazione di insegnamenti chiave e migliori pratiche dall'uso dell'AI nel marketing.

### **Parte 4: Workshop interattivo**

- **Attività pratica:** I partecipanti lavoreranno in piccoli gruppi per identificare opportunità di applicazione dell'AI in scenari di marketing fittizi o reali.
- **Presentazione e feedback:** Breve presentazione delle idee di gruppo.

## **Modulo 2: Data science e analisi dei dati per decisioni di marketing**

### **Obiettivi di apprendimento:**

- Comprendere il ruolo della data science nel marketing moderno.
- Acquisire le competenze di base per raccogliere, analizzare e interpretare i dati relativi al marketing.

- Imparare a prendere decisioni di marketing basate sui dati per ottimizzare le strategie e migliorare il ROI.

## **Struttura del modulo:**

### **Parte 1: Introduzione alla data science nel marketing**

- **Concetti base di data science:** Introduzione ai principi della data science, inclusi raccolta dati, analisi, modellazione e interpretazione.
- **Importanza dei dati nel marketing:** Esplorazione del ruolo critico che i dati giocano nel definire e ottimizzare le strategie di marketing.

### **Parte 2: Raccolta e gestione dei dati di marketing**

- **Fonti di dati nel marketing:** Panoramica delle diverse fonti di dati disponibili per i marketer, inclusi dati primari, secondari, interni ed esterni.
- **Strumenti e tecnologie per la raccolta dati:** Introduzione agli strumenti per la raccolta dati, come CRM, piattaforme di analisi web, social media analytics e altri software di marketing.
- **Pulizia e preparazione dei dati:** Concetti di base su come pulire e preparare i dati per l'analisi.

### **Parte 3: Analisi dei dati per insight di marketing**

- **Tecniche di analisi dei dati:** Introduzione a tecniche di analisi quali analisi descrittiva, inferenziale, predittiva e prescrittiva.
- **Visualizzazione dei dati:** Importanza della visualizzazione per interpretare i dati e comunicare insight. Panoramica di strumenti di visualizzazione come Tableau, Power BI e Google Looker.
- **Case study:** Esempi pratici di come l'analisi dei dati ha guidato decisioni di marketing di successo.

### **Parte 4: Laboratorio pratico e applicazione**

- **Workshop interattivo:** I partecipanti lavorano su un set di dati di marketing, applicando le tecniche di analisi imparate per estrarre insight utili.
- **Esercizio di visualizzazione dei dati:** Creazione di dashboard o infografiche che riassumano gli insight ottenuti dall'analisi dei dati.
- **Discussione e feedback:** Presentazione dei risultati del laboratorio, con feedback costruttivo da parte dei colleghi.

## **Modulo 3: Big data e analisi predittiva**

### **Obiettivi di apprendimento:**

- Introdurre i concetti di Big Data e le sue applicazioni nel marketing.
- Comprendere le basi dell'analisi predittiva e il suo ruolo nel prevedere comportamenti e tendenze dei consumatori.

- Imparare a implementare modelli predittivi per guidare decisioni di marketing proattive e basate sui dati.

## **Struttura del modulo:**

### **Parte 1: Introduzione al big data nel marketing**

- **Definizione e dimensioni del big data:** Esplorazione delle caratteristiche del Big Data: Volume, Velocità, Varietà, Veridicità e Valore.
- **Importanza del big data nel marketing:** Discussione su come il Big Data può trasformare il marketing, migliorando la segmentazione del pubblico, la personalizzazione e la misurazione delle performance.
- **Case study:** Analisi di esempi reali di aziende che hanno utilizzato il Big Data per ottenere vantaggi competitivi nel marketing.

### **Parte 2: Fondamenti dell'analisi predittiva**

- **Principi di analisi predittiva:** Introduzione ai concetti chiave dell'analisi predittiva, inclusi algoritmi di machine learning e modelli statistici.
- **Processo di analisi predittiva:** Panoramica delle fasi dell'analisi predittiva: definizione del problema, raccolta dei dati, pulizia dei dati, selezione del modello, addestramento del modello e valutazione.
- **Strumenti e software:** Breve introduzione agli strumenti utilizzati per l'analisi predittiva.

### **Parte 3: Applicazioni dell'analisi predittiva nel marketing**

- **Previsione della domanda e del comportamento dei consumatori:** Come utilizzare l'analisi predittiva per prevedere le tendenze di acquisto e adattare le strategie di marketing.
- **Ottimizzazione delle campagne:** Uso di modelli predittivi per migliorare il targeting delle campagne, la personalizzazione delle comunicazioni e la gestione del budget.
- **Fidelizzazione dei clienti e previsione del churn:** Implementazione di modelli predittivi per identificare i clienti a rischio di churn e sviluppare strategie di retention.

### **Parte 4: Laboratorio di analisi predittiva**

- **Esercizio pratico:** I partecipanti applicheranno l'analisi predittiva utilizzando un set di dati di marketing, con l'obiettivo di risolvere un problema specifico, come la previsione del churn dei clienti o l'ottimizzazione delle campagne.
- **Visualizzazione e presentazione dei risultati:** Utilizzo di strumenti di visualizzazione dei dati per presentare gli insight ottenuti dai modelli predittivi.
- **Discussione e condivisione:** Presentazione dei progetti ai colleghi per la discussione e il feedback.

## Modulo 4: Personalizzazione e customer experience con l'AI

### Obiettivi di apprendimento:

- Capire come l'intelligenza artificiale può essere utilizzata per personalizzare l'esperienza del cliente e migliorare il customer journey nel marketing digitale.
- Imparare a implementare soluzioni di AI per la personalizzazione in tempo reale e la gestione dell'esperienza cliente.
- Esaminare le best practices e i casi di studio per la creazione di esperienze cliente ottimizzate tramite l'AI.

### Struttura del modulo:

#### Parte 1: Fondamenti della personalizzazione con l'AI

- **Introduzione alla personalizzazione:** Panoramica dell'importanza della personalizzazione nel marketing moderno e di come l'AI sta trasformando questa pratica.
- **Tecnologie di AI per la personalizzazione:** Esplorazione delle tecnologie e degli algoritmi di AI più comuni utilizzati per personalizzare l'esperienza cliente, inclusi sistemi di raccomandazione, personalizzazione basata sul comportamento e chatbot intelligenti.

#### Parte 2: Implementazione dell'AI per la customer experience

- **Mappatura del customer journey con l'AI:** Utilizzo dell'AI per analizzare e ottimizzare il percorso del cliente, identificando punti di contatto chiave per la personalizzazione.
- **Strumenti e piattaforme di AI:** Panoramica degli strumenti e delle piattaforme disponibili per implementare soluzioni di personalizzazione, con focus su CRM AI-driven, piattaforme di marketing automation e soluzioni di analisi del sentiment.

#### Parte 3: Case study e best practices

- **Analisi di case study di successo:** Discussione approfondita su come le aziende leader nel settore hanno utilizzato l'AI per migliorare la customer experience e i risultati ottenuti.
- **Best practices per la personalizzazione con l'AI:** Linee guida su come avviare e gestire progetti di personalizzazione, inclusa la gestione dei dati dei clienti, la misurazione dell'efficacia e il mantenimento dell'etica e della privacy.

#### Parte 4: Workshop pratico - Progettazione di un'esperienza cliente personalizzata con l'AI

- **Esercizio di progettazione:** I partecipanti lavoreranno per progettare una soluzione di personalizzazione per un'esperienza cliente, utilizzando gli strumenti e le tecniche di AI discussi nel modulo.
- **Presentazione e feedback:** Ognuno presenterà la propria soluzione, ricevendo feedback da parte dei colleghi.
- **Discussione:** Condivisione delle sfide incontrate durante l'esercizio e delle soluzioni proposte, promuovendo la discussione e lo scambio di idee.



## Modulo 5: Automazione del marketing e chatbots

### Obiettivi di apprendimento:

- Comprendere il ruolo e l'importanza dell'automazione del marketing e dei chatbots nell'ottimizzare le strategie di marketing digitale.
- Imparare a progettare e implementare campagne di marketing automatizzate che migliorino l'efficienza e l'efficacia delle comunicazioni di marketing.
- Acquisire conoscenze pratiche su come sviluppare e integrare chatbots AI-driven per migliorare l'engagement dei clienti e fornire un supporto immediato.

### Struttura del modulo:

#### Parte 1: Introduzione all'automazione del marketing

- **Principi fondamentali dell'automazione del marketing:** Esplorazione dei concetti di base, dei vantaggi e delle strategie di automazione del marketing.
- **Strumenti e piattaforme:** Panoramica degli strumenti di automazione del marketing più diffusi, con un focus su come possono essere utilizzati per creare e gestire campagne efficaci.

#### Parte 2: Creazione di campagne di marketing automatizzate

- **Progettazione di campagne:** Guida alla progettazione di campagne di marketing automatizzate, dalla segmentazione del pubblico alla creazione di workflow personalizzati.
- **Best practices e ottimizzazione:** Discussione sulle migliori pratiche per l'automazione del marketing, inclusa la personalizzazione dei contenuti, il testing A/B e l'analisi dei risultati delle campagne.

#### Parte 3: Introduzione ai chatbots nel marketing

- **Ruolo dei chatbots nel marketing:** Comprendere come i chatbots possono migliorare l'engagement dei clienti, fornire supporto in tempo reale e raccogliere dati preziosi.
- **Progettazione e sviluppo di chatbots:** Panoramica sul processo di progettazione e sviluppo di chatbots AI-driven, inclusi gli strumenti e le piattaforme per la creazione di chatbots.

#### Parte 4: Workshop pratico - Implementazione di automazioni e chatbots

- **Esercizio di automazione:** I partecipanti lavoreranno in piccoli gruppi per creare un piano di automazione per una campagna di marketing fittizia, definendo segmenti di pubblico, trigger e messaggi personalizzati.
- **Costruzione di un chatbot demo:** Utilizzo di una piattaforma di sviluppo chatbot per creare un prototipo di chatbot con scenari di interazione base.
- **Presentazione e feedback:** I gruppi presenteranno i loro piani di automazione e demo di chatbot alla classe.

## Modulo 6: Automazione e ottimizzazione delle campagne di marketing

### Obiettivi di apprendimento:

- Approfondire la comprensione dell'automazione delle campagne di marketing e del suo impatto sull'efficacia delle campagne.
- Imparare a utilizzare strumenti e tecniche avanzate per l'ottimizzazione delle campagne di marketing, migliorando il targeting, la personalizzazione e il ROI.
- Sviluppare competenze pratiche per l'analisi delle performance delle campagne e l'uso di insight basati sui dati per l'ottimizzazione continua.

### Struttura del modulo:

#### Parte 1: Concetti avanzati di automazione del marketing

- **Automazione oltre l'email:** Esplorazione di come l'automazione può essere applicata oltre le email marketing, inclusi i social media, la pubblicità online e il marketing dei contenuti.
- **Integrazione dei sistemi:** Discussione sull'importanza dell'integrazione tra CRM, piattaforme di automazione del marketing e altri strumenti digitali per una gestione delle campagne più fluida e automatizzata.

#### Parte 2: Targeting e personalizzazione con l'AI

- **Uso dell'AI per il targeting avanzato:** Come l'intelligenza artificiale può aiutare a identificare e segmentare il pubblico in modo più preciso per campagne altamente mirate.
- **Personalizzazione dinamica del contenuto:** Tecniche per l'uso dell'AI nella creazione di contenuti personalizzati che si adattano in tempo reale ai comportamenti e alle preferenze degli utenti.

#### Parte 3: Misurazione e ottimizzazione delle performance delle campagne

- **KPI e metriche per le campagne di marketing:** Identificazione e monitoraggio dei KPI critici per valutare l'efficacia delle campagne di marketing.
- **Analisi dei dati e ottimizzazione continua:** Approcci per l'analisi delle performance delle campagne e l'uso di tecniche di ottimizzazione continua per migliorare i risultati.

#### Parte 4: Workshop pratico - Pianificazione e ottimizzazione di una campagna

- **Simulazione di campagna di marketing:** I partecipanti, divisi in gruppi, utilizzeranno una piattaforma di automazione del marketing per pianificare e configurare una campagna di marketing fittizia, impostando segmenti di pubblico, trigger, e messaggi personalizzati.
- **Analisi e ottimizzazione:** Utilizzando dati fittizi di performance della campagna, i gruppi analizzeranno i risultati e proporranno modifiche per ottimizzare la campagna.
- **Presentazione e feedback:** Ogni gruppo presenterà la propria strategia di campagna e le proposte di ottimizzazione.

## Modulo 7: Content marketing e AI

### Obiettivi di apprendimento:

- Comprendere l'importanza del content marketing nell'era digitale e come l'intelligenza artificiale (AI) può elevare le strategie di content marketing.
- Imparare a utilizzare strumenti di AI per la generazione, la distribuzione e l'ottimizzazione del contenuto.
- Acquisire la capacità di analizzare e misurare l'efficacia del contenuto utilizzando l'AI per migliorare l'engagement e il ritorno sull'investimento (ROI).

### Struttura del modulo:

#### Parte 1: Introduzione al content marketing nell'era dell'AI

- **Panoramica del content marketing:** Concetti fondamentali e l'importanza del content marketing nel costruire relazioni con i clienti e migliorare la visibilità del brand.
- **Ruolo dell'AI nel content marketing:** Introduzione a come l'AI sta trasformando il content marketing, dalla generazione automatica di contenuti alla personalizzazione e alla previsione delle tendenze.

#### Parte 2: Generazione e personalizzazione del contenuto con l'AI

- **Strumenti di AI per la generazione di contenuti:** Panoramica degli strumenti di AI che possono aiutare a creare contenuti, come articoli di blog, post sui social media e descrizioni di prodotti.
- **Personalizzazione del contenuto con l'AI:** Tecniche per utilizzare l'AI per personalizzare il contenuto in base alle preferenze e al comportamento del pubblico, migliorando così l'engagement.

#### Parte 3: Distribuzione e ottimizzazione del contenuto con l'AI

- **Automazione della distribuzione del contenuto:** Imparare a utilizzare piattaforme di automazione supportate dall'AI per la programmazione e la pubblicazione di contenuti su vari canali.
- **Ottimizzazione del contenuto per i motori di ricerca (SEO) con l'AI:** Utilizzo di strumenti di AI per la ricerca di parole chiave, l'ottimizzazione dei contenuti e il miglioramento della visibilità online.

#### Parte 4: Workshop Pratico - Creazione e ottimizzazione di una strategia di content marketing con l'AI

- **Esercizio di creazione di contenuti:** I partecipanti utilizzeranno strumenti di AI per generare idee di contenuto e creare un pezzo di contenuto breve per un target specifico.
- **Attività di personalizzazione e distribuzione:** Utilizzo di una piattaforma di automazione per pianificare la distribuzione del contenuto creato e configurare la personalizzazione per diversi segmenti di pubblico.

- **Analisi dei dati e ottimizzazione:** Discussione su come utilizzare l'AI per analizzare l'efficacia del contenuto e tecniche per l'ottimizzazione basata sui dati raccolti.

## **Progetto finale e implementazione strategica**

### **Obiettivi di apprendimento:**

- Applicare le competenze e le conoscenze acquisite durante il corso in un progetto finale che affronti una sfida reale o ipotetica nel campo della comunicazione e marketing con l'uso dell'intelligenza artificiale.
- Sviluppare una strategia di implementazione che includa analisi del problema, definizione degli obiettivi, selezione delle tecnologie di AI, pianificazione dell'esecuzione e misurazione dei risultati.
- Dimostrare capacità di pensiero critico, innovazione e leadership strategica nell'applicazione dell'AI al marketing e alla comunicazione.

### **Struttura del modulo:**

#### **Parte 1: Definizione del progetto**

- **Scelta della sfida:** I partecipanti sceglieranno una sfida specifica nel campo della comunicazione e del marketing da affrontare con l'uso dell'AI.
- **Definizione degli obiettivi:** Stabilire obiettivi chiari e misurabili per il progetto, inclusi gli outcome desiderati e gli indicatori chiave di performance (KPI) per valutare il successo.

#### **Parte 2: Pianificazione strategica**

- **Selezione delle tecnologie di AI:** Sulla base della sfida scelta, i partecipanti selezioneranno le tecnologie e gli strumenti di AI più adatti per sviluppare la soluzione.
- **Progettazione dell'implementazione:** Creazione di un piano di implementazione dettagliato che includa timeline, assegnazione delle risorse, fasi di sviluppo e strategie di mitigazione dei rischi.

#### **Parte 3: Sviluppo e presentazione del progetto**

- **Sviluppo del progetto:** I partecipanti lavoreranno individualmente o in piccoli gruppi per sviluppare la loro soluzione, applicando le tecniche e gli strumenti di AI discussi durante il corso.
- **Presentazione:** Ogni partecipante o gruppo presenterà il proprio progetto, illustrando la sfida, la soluzione proposta, il piano di implementazione e come i risultati saranno misurati e valutati.

### **Feedback e valutazione:**

- **Sessione di feedback:** Dopo ogni presentazione, i formatori e i compagni di corso forniranno feedback, valutando l'approccio strategico, l'innovazione e la fattibilità della soluzione proposta.

- **Valutazione del progetto:** La valutazione finale del progetto sarà basata sulla chiarezza degli obiettivi, l'efficacia della soluzione AI proposta, la completezza del piano di implementazione e la presentazione del progetto.

### **Requisiti per il progetto finale:**

- Il progetto dovrà affrontare una sfida concreta nel campo della comunicazione e del marketing, dimostrando un uso innovativo dell'AI.
- La soluzione proposta dovrà essere basata su concetti e strumenti di AI discussi durante il corso.
- Il piano di implementazione dovrà essere realistico, con una chiara roadmap e strategie per la misurazione del successo.

### **Fatturazione:**

Per chi desidera la fattura scrivere a [info@kahuna.guru](mailto:info@kahuna.guru)

### **KAHUNA AI MARKETING AGENCY**

Kahuna AI Marketing Agency un'agenzia all'avanguardia che ridefinisce il marketing digitale attraverso l'uso innovativo dell'intelligenza artificiale.

Siamo un team di esperti appassionati, dedicati a trasformare il panorama digitale e a offrire soluzioni di marketing rivoluzionarie ai nostri clienti.

### **KAHUNA ACADEMY**

Kahuna Academy un'istituzione all'avanguardia specializzata nell'offerta di corsi esclusivi per aziende, associazioni e università desiderose di ampliare le proprie competenze nel campo dell'intelligenza artificiale applicata al Digital Marketing.

La nostra accademia è stata fondata con l'obiettivo di soddisfare le esigenze formative di organizzazioni che mirano ad arricchire il proprio personale, associati o studenti con le più innovative strategie di marketing digitale supportate dall'AI. Con un focus chiaro sulle applicazioni pratiche, i nostri corsi sono progettati per integrare in modo efficace le ultime tecnologie di intelligenza artificiale nel panorama del marketing digitale.

Kahuna Media s.r.l

Via Filippo Argelati 10

20143 Milano (MI)