**Piattaforme di AI generativa a confronto**

Nonostante i continui aggiornamenti settimanali delle piattaforme AI generative, la strategia più efficace resta quella di padroneggiarne profondamente una sola, scegliendo quella più vicina alle proprie reali esigenze operative e strategiche. Un utilizzo superficiale o dispersivo di molteplici strumenti non porta vantaggi concreti, bensì una frammentazione improduttiva di energie. Investire nella conoscenza approfondita di una piattaforma, che risponda in modo specifico ai bisogni aziendali, che siano creativi, analitici, di produttività personale o strategici, garantisce risultati misurabili nel tempo. L'obiettivo, pertanto, è individuare l'AI con la più ampia e coerente copertura funzionale rispetto al proprio contesto lavorativo, e sfruttarne appieno le capacità, integrandola stabilmente nei flussi quotidiani.

**Alla fine la mia scelta. Paolo Serra, Kahuna AI Agency www.kahuna.guru**

**Perplexity AI**

| **Criterio** | **Pro** | **Contro** | **Casi d’uso ideali** | **Tipologia di azienda consigliata** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Generazione di contenuti | Ricerca in tempo reale con citazioni; output sintetici e referenziati. | Formattazione limitata; personalizzazione tono meno profonda. | Email informative rapide, articoli “fact‑check”. | Media online, agenzie che privilegiano velocità e fonti. |
| Produttività personale | Chat rapida, link diretti alle fonti; utile per briefing veloci. | Mancano funzioni di task management native. | Ricerca preliminare, sintesi report. | Consulenza, studi legali, R&D. |
| Strategia marketing | Buona per benchmark di mercato grazie a link; insights rapidi. | Non genera asset visuali; limitata co‑creazione di slide. | Competitive intelligence. | PMI tech‑driven. |
| Advertising | Suggerisce keyword e copy basati su trend attuali. | Non integra piattaforme adv; no A/B automatico. | Draft annunci search. | Agenzie SEM. |
| Dashboard & dati | Restituisce spiegazioni testuali; nessun builder nativo. | Non crea dashboard; serve integrazione esterna. | Interpretazione rapida di metriche. | Team analytics con strumenti propri. |

**Claude (Anthropic)**

| **Criterio** | **Pro** | **Contro** | **Casi d’uso ideali** | **Tipologia di azienda consigliata** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Generazione di contenuti | Contesto lungo (fino a 200k token); stile naturale; ottimo per long‑form. | Meno specializzato in SEO; citazioni non sempre incluse. | White paper, manuali, policy. | Enterprise con documentazione estesa. |
| Produttività personale | Riepiloghi di meeting lunghi, analisi contratti. | UI ancora essenziale; poche integrazioni native. | Resoconti, due diligence. | Legal, compliance. |
| Strategia marketing | Analisi etica dei messaggi, coerenza brand. | Output più “conservativo”; meno creativo su naming. | Valutazioni reputazionali. | Corporate comunicazione. |
| Advertising | Valuta rischi di claim ingannevoli. | Non genera asset multimediali. | Controllo compliance adv. | Pharma, finance. |
| Dashboard & dati | Spiega dataset complessi; ottimo per SWOT testuale. | Non genera grafici interattivi. | Analisi di rischio, scenario planning. | Settori regolamentati. |

**Gemini (Google)**

| **Criterio** | **Pro** | **Contro** | **Casi d’uso ideali** | **Tipologia di azienda consigliata** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Generazione di contenuti | Forte integrazione con Search e YouTube; multilingua avanzata. | Output talvolta generico; dipende da Google Workspace. | Script video, blog SEO‑friendly. | Brand consumer, content creator. |
| Produttività personale | Nativa in Gmail/Docs; suggerimenti contestuali. | Richiede ecosistema Google; privacy da valutare. | Draft email, note meeting. | Startup su Google Workspace. |
| Strategia marketing | Insight da Google Trends; cluster di audience. | Report visuali limitati fuori da Looker. | Pianificazione campagne stagionali. | E‑commerce, retail. |
| Advertising | Collegamento a Google Ads; suggerisce keyword, budget. | Bias verso piattaforme Google. | Ottimizzazione CPC, display. | Agenzie performance. |
| Dashboard & dati | Sinergia con BigQuery e Looker; query SQL assistite. | Necessita stack Google Cloud. | Dashboard marketing in Looker. | Data‑driven enterprise. |

**Microsoft Copilot**

| **Criterio** | **Pro** | **Contro** | **Casi d’uso ideali** | **Tipologia di azienda consigliata** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Generazione di contenuti | Integrato in Word, Outlook; formattazione automatica. | A volte prolisso; dipende da licenze 365. | Report, email corporate. | Aziende Microsoft 365. |
| Produttività personale | Automazione meeting (Teams), to‑do, recap. | Costi licenza; rollout graduale. | Verbali, task list. | Large enterprise. |
| Strategia marketing | PowerPoint con slide auto‑generate; dati da Excel. | Design slide standard; creatività limitata. | Pitch deck, business case. | Consulenza, sales. |
| Advertising | Connessione a Dynamics 365 Marketing; segmenti AI. | Meno diffuso rispetto ad Ads/Meta. | Campagne B2B. | Settori industriali. |
| Dashboard & dati | Power BI + Copilot: query in linguaggio naturale. | Necessita setup Power BI. | KPI dashboard, analisi finanziaria. | Finance, operations. |

**Cohere**

| **Criterio** | **Pro** | **Contro** | **Casi d’uso ideali** | **Tipologia di azienda consigliata** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Generazione di contenuti | API flessibili, embedding potenti; personalizzazione tone. | UI limitata; richiede sviluppo. | Brand voice custom, chatbot. | SaaS, piattaforme digitali. |
| Produttività personale | Modelli comando per estrazione info; tagging automatico. | Non plug‑and‑play; serve coding. | Classificazione ticket, FAQ. | Customer service tech. |
| Strategia marketing | Segmentazione semantica audience; analisi sentiment. | Output grezzo da rifinire. | Social listening. | Martech provider. |
| Advertising | Rileva intenti, cluster keyword. | Non crea annunci completi. | Pre‑targeting, negative keyword. | Ad‑tech. |
| Dashboard & dati | Embedding per ricerca semantica su dataset. | Nessun builder visuale. | Motori di ricerca interni. | Enterprise data‑heavy. |

**ChatGPT PRO + Plugin Copilot**

| **Criterio** | **Pro** | **Contro** | **Casi d’uso ideali** | **Tipologia di azienda consigliata** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Generazione di contenuti | Alta creatività; plugin per SEO, immagini, video; personalizzazione stile. | Rischio allucinazioni; controllo fonti necessario. | Naming, headline, storytelling. | Agenzie creative, brand lifestyle. |
| Produttività personale | Code Interpreter, browsing, file upload; automazione script. | Richiede abbonamento; limiti di upload. | Analisi Excel, generazione codice. | Freelance, small business. |
| Strategia marketing | Plugin per analisi competitor, generazione brief integrato. | Dipendenza da plugin terzi. | Campagne omnicanale, pitch. | Boutique marketing. |
| Advertising | Plugin per Meta/Google Ads; A/B suggestion. | Alcuni plugin instabili. | Copy varianti, analisi CTR. | Performance marketing. |
| Dashboard & dati | Code Interpreter crea grafici, esegue Python; SWOT automatica. | Non live‑sync con BI tool. | Report ad hoc, analisi scenario. | PMI senza BI dedicata. |

**Tabella riepilogativa (punteggi 1–5)**

| **Criterio** | **Perplexity** | **Claude** | **Gemini** | **Microsoft Copilot** | **Cohere** | **ChatGPT PRO + Plugin** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Generazione contenuti | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | **5** |
| Produttività personale | 3 | 4 | 4 | **5** | 3 | 4 |
| Strategia marketing | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | **5** |
| Supporto Advertising | 3 | 3 | **5** | 4 | 3 | 4 |
| Dashboard & dati | 2 | 3 | 4 | **5** | 3 | 4 |

*(5 = eccellente, 1 = insufficiente)*

## Generazione di contenuti

(Email, testi SEO, titoli, naming, articoli, post social, ecc.)

### **Perplexity**

* **Vantaggi:** risposte informative con fonti attendibili e aggiornate, grazie a un approccio di answer engine con ricerca in tempo reale. Utile per contenuti che richiedono dati recenti o fact-checking (es. statistiche per blog post SEO).
* **Svantaggi:** capacità creativa limitata: tende a fornire testi brevi e asciutti, meno adatti a storytelling o copy emozionali. Meno conversazionale rispetto ad altri chatbot (come ChatGPT) e dunque meno efficace nel brainstorming creativo.

### **Claude (Anthropic)**

* **Vantaggi:** eccellente nella **generazione di testi lunghi e strutturati** (es. report, articoli tecnici), potendo integrare nell’output grandi quantità di input forniti dall’utente (contesto fino a ~75.000 parole). Rispetto ad altri modelli, privilegia **sicurezza e accuratezza**: produce output tendenzialmente affidabili e non offensivi, qualità apprezzata in contesti aziendali regolamentati.
* **Svantaggi:** l’enfasi sulla sicurezza può renderlo conservativo: a volte genera testi molto neutrali o evita posizioni controverse. Meno diffuso di ChatGPT, offre integrazioni di terze parti più limitate e potrebbe risultare meno brillante in contenuti che richiedono tono creativo non convenzionale.
* **Esempio d’uso:** una società finanziaria impiega Claude per redigere relazioni trimestrali e white paper complessi. Il team fornisce al modello un dossier corposo di dati e note; Claude sintetizza il tutto in un testo coeso, mantenendo un registro professionale conforme alle linee guida di compliance.
* **Ideale per:** aziende in settori **regolamentati** (finanza, sanità, assicurazioni) o con stringenti requisiti di tono e accuratezza. Claude è adatto a team che trattano documentazione estesa – legali, consulenti, R&D – e necessitano di un AI in grado di **incorporare molti dati di input** per produrre contenuti lunghi, precisi e “sicuri” nel linguaggio.

### **Gemini (Google)**

* **Vantaggi:** modello di ultima generazione **nativamente multimodale**, addestrato su testo e immagini per generare contenuti ricchi e versatili. Eccelle in **qualità linguistica e conoscenza**: Gemini Ultra ha superato GPT-4 in alcuni benchmark di comprensione e ragionamento. Supporta nativamente molte lingue e può sfruttare l’ecosistema Google (es. integrazione con Google Workspace e Knowledge Graph) per assicurare coerenza su diversi canali di contenuto.
* **Svantaggi:** tecnologia relativamente **nuova** – lanciata a fine 2023 – con documentazione e comunità di supporto ancora in crescita. L’accesso a Gemini Pro/Ultra avviene via Google Cloud o piani Workspace Enterprise, implicando costi elevati e competenze tecniche per sfruttarlo appieno. In alcuni casi può risultare meno testato sul campo rispetto a soluzioni già mature come GPT-4.

### **Microsoft Copilot**

* **Vantaggi:** strettamente integrato nelle **app Office 365** – Word, Outlook, PowerPoint – consente di generare contenuti direttamente negli strumenti di produttività quotidiana. Eccelle nella **creazione di documenti aziendali**: ad esempio, può elaborare email professionali in Outlook o produrre draft di presentazioni PowerPoint a partire da istruzioni testuali. Sfrutta il modello GPT-4 con accesso ai dati e al contesto aziendale del tenant Microsoft, garantendo coerenza con documenti e stile interni.
* **Svantaggi:** focus soprattutto sui contenuti di business (memo, email, slide) – meno adatto a copy creativi per social o campagne emotive fuori dal contesto corporate standard. L’adozione richiede licenze aggiuntive (circa 30$/utente/mese) e l’uso dell’ecosistema Microsoft; per PMI o team creativi che non usano Office potrebbe risultare poco accessibile.
* **Ideale per:** aziende **Microsoft-centriche** (in particolare medio-grandi) che producono volumi elevati di documentazione interna ed esterna. Eccellente per team corporate (HR, legal, finance, consulenza) che necessitano di **contenuti formali e formattati** in poco tempo. Meno indicato per agenzie creative o realtà che operano principalmente su piattaforme diverse, dove l’integrazione nativa di Copilot non può essere sfruttata appieno.

### **Cohere**

* **Vantaggi:** piattaforma **orientata all’enterprise** che permette di addestrare modelli linguistici sul proprio dataset, ottenendo contenuti adeguati al dominio e al tono aziendale. Ideale per testi con **linguaggio specifico** (tecnico o di settore) grazie alla possibilità di fine-tuning. Inoltre, Cohere garantisce elevata privacy dei dati: i testi forniti dall’azienda non vengono utilizzati per il training esterno, aspetto cruciale per realtà con dati sensibili.
* **Svantaggi:** meno specializzato nella **generazione creativa libera** rispetto a GPT-4. I suoi modelli (es. Command) tendono a performance inferiori sui testi lunghi o narrativi, a meno di addestramenti dedicati. Inoltre non offre un’interfaccia end-user immediata: richiede che sviluppatori integrino l’API nelle applicazioni – un ostacolo per team senza competenze tecniche specifiche.
* **Esempio d’uso:** una banca internazionale utilizza Cohere addestrando il modello sul proprio archivio di documenti finanziari e glossari interni. Così facendo l’AI genera autonomamente report e comunicati su nuovi prodotti conformi allo stile istituzionale e alle norme di compliance. Un’altra applicazione: un’azienda farmaceutica crea con Cohere uno strumento interno che assiste i medical writer nel produrre schede informative, attingendo al linguaggio tecnico validato dai propri esperti.
* **Ideale per:** **grandi imprese con forti esigenze di personalizzazione e riservatezza**, ad esempio nei settori finanziario, medico, assicurativo. Team dotati di **data scientist/ML engineer** possono sfruttare Cohere per costruire un “copilota” su misura, allenato sul proprio dominio (es. per contenuti altamente tecnici o regolamentati). Meno adatto a piccole aziende o agenzie creative generiche, che beneficiano di più da soluzioni pronte all’uso e focalizzate sulla creatività out-of-the-box.

### **ChatGPT Pro (plugin Copilot)**

* **Vantaggi:** basato su GPT-4, **eccelle in creatività e versatilità** di generazione testi. Produce facilmente email, post social, articoli o headline pubblicitarie con tono e stile differenti a seconda delle richieste. L’aggiunta di plugin (es. navigazione web, codice Python) amplia le capacità: può cercare informazioni aggiornate online e anche generare immagini o eseguire codice per creare contenuti data-driven. La community estesa e l’esperienza maturata (ChatGPT è stato tra i primi AI writer diffusi) garantiscono molte guide e prompt ottimizzati per ottenere praticamente qualsiasi tipo di testo.
* **Svantaggi:** possibile tendenza a generare contenuti **troppo generici** se non guidato con prompt specifici – richiede supervisione editoriale per assicurare originalità e factual correctness. L’uso con dati aziendali sensibili è limitato: bisogna fare attenzione a non inserire informazioni riservate, poiché il servizio è cloud-based (a differenza di soluzioni on-premise come Cohere). Infine, costi di abbonamento e limiti di utilizzo (nel 2025, GPT-4 via ChatGPT Pro ha ancora restrizioni sul numero di richieste ogni 3 ore) possono influire in contesti di produzione massiccia di contenuti.
* **Esempio d’uso:** un’agenzia creativa adotta ChatGPT Pro per il brainstorming: in pochi secondi ottiene 20 proposte di nomi per un nuovo brand, o varianti di headline pubblicitarie da sottoporre al cliente. In ambito editoriale, un CMO di startup usa ChatGPT per stendere velocemente il draft di un articolo LinkedIn del CEO, impostando il tono desiderato e lasciando poi alla revisione umana i dettagli finali.
* **Ideale per:** **team marketing e comunicazione di qualsiasi dimensione** che necessitano di un assistente poliedrico per testi creativi e persuasivi. Startup e piccole imprese traggono vantaggio da uno strumento immediato che copre molteplici esigenze (dai post sui social ai pitch per investitori). Anche reparti di aziende maggiori lo utilizzano per sperimentare campagne e messaggi innovativi, affiancandolo però a revisori umani per il controllo di qualità.

## Produttività personale

(Sintesi di testi o meeting, gestione agenda e note, velocità operativa)

### **Perplexity**

* **Svantaggi:** non è integrato con calendari, email o file personali – dunque non può, ad esempio, preparare il riepilogo automatico di una riunione interna a meno che i verbali non siano pubblicati online. La sintesi che offre è spesso stringata e priva di contestualizzazione aziendale. Inoltre, **non supporta input molto lunghi**: per riassumere un documento interno bisogna fornirglielo in forma di query o link pubblico, con possibili limiti di dimensione.
* **Ideale per:** professionisti che hanno bisogno di **informazioni rapide e aggiornate** durante il lavoro – ad esempio consulenti, giornalisti, analisti di mercato. In assenza di un assistente personale, Perplexity funge da **ricercatore on-demand**, ottimo per chi dedica molto tempo a ricerche sul web e vuole ridurre il carico. Meno cruciale per team strutturati che già dispongono di knowledge base interne o strumenti di sintesi integrati nei flussi (in questi casi, altre soluzioni più focalizzate sui dati interni risultano migliori).

### **Claude (Anthropic)**

* **Vantaggi:** grazie al contesto esteso (100k token), **può elaborare e riassumere documenti molto lunghi** in un’unica sessione. Ciò permette, ad esempio, di ottenere in pochi secondi il riassunto di un intero manuale o di trascrizioni di meeting pluriorari, compito che umanamente richiederebbe ore. Claude eccelle nel mantenere il filo logico: produce sintesi strutturate (con sezioni, elenchi) che aiutano a cogliere rapidamente i punti chiave. Inoltre, mostra una certa “consapevolezza” dei propri limiti: tende a indicare quando l’informazione non è presente nel testo dato, aumentando la fiducia nell’output.
* **Svantaggi:** non offre integrazioni native con strumenti di produttività individuale (calendari, to-do list, ecc.) – l’utente deve fornirgli manualmente il materiale da elaborare. Rispetto a Microsoft Copilot o Google Duet, manca l’automazione di trigger (es. riassunto automatico alla fine di ogni riunione). Inoltre, l’accesso a Claude come assistente personale richiede l’uso di interfacce dedicate (ad es. l’app o API Anthropic) che non sono diffuse quanto ChatGPT, il che potrebbe rallentare leggermente l’adozione da parte di utenti non tecnici.
* **Esempio d’uso:** un legale carica l’intero testo di un contratto di 120 pagine in Claude e gli chiede un riassunto delle clausole principali: in pochi secondi ottiene una panoramica organizzata per sezioni, con evidenza di obblighi e rischi. Allo stesso modo, un project manager fornisce a Claude la trascrizione integrale di una lunga riunione tecnica: il modello restituisce un verbale sintetico con le decisioni prese e le azioni assegnate, facilitando il follow-up.
* **Ideale per:** figure che devono **digerire grandi quantità di testo** e contenuti complessi come parte del loro lavoro quotidiano – ad esempio avvocati, ricercatori, consulenti strategici. In aziende dove si producono lunghi report o dove le riunioni generano molta documentazione, Claude funge da super-assistente in grado di **condensare ore di informazione** in conoscenza utilizzabile. Particolarmente utile in organizzazioni enterprise che possono integrarlo via API in intranet o sistemi documentali interni.

### **Gemini (Google)**

* **Vantaggi:** integrato nell’ecosistema Google, **automatizza attività personali su Gmail, Documenti, Meet** ecc. tramite Duet AI. Ad esempio, può riassumere istantaneamente una lunga conversazione email su Gmail o generare note di riunione in Meet senza intervento umano. Grazie alle sue capacità di ragionamento avanzato, l’assistente può non solo estrarre punti chiave ma anche evidenziare informazioni anomale o pattern nei dati personali (es. identificare conflitti di agenda, suggerire priorità). Inoltre Gemini supporta **comandi in linguaggio naturale** in Google Workspace: un dirigente può “chiedere” in italiano o inglese di preparare un documento basato su appunti sparsi, e ottenere un risultato coerente in Drive.
* **Svantaggi:** come parte dei servizi Google, il pieno potenziale richiede l’utilizzo di Google Workspace Business/Enterprise con Duet AI.
* **Esempio d’uso:** un sales manager riceve ogni giorno decine di email dai clienti: Duet AI (alimentato da Gemini) genera per ciascuna un breve sommario e persino bozze di risposta prioritarie, facendogli risparmiare ore. Altrove, un team lead utilizza l’AI in Google Docs: detta a voce una serie di idee sconnesse e chiede al sistema di organizzarle in una sintesi strutturata per la riunione – Gemini produce un documento ordinato con elenco di azioni e scadenze.

### **Microsoft Copilot**

* **Vantaggi:** progettato espressamente per incrementare la **produttività individuale nel lavoro d’ufficio**, si integra con Outlook, Teams, Word, Excel e altre app 365. Può generare in automatico il **resoconto di una riunione Teams** (con elenco decisioni e action items) appena conclusa, o preparare la scaletta di un evento partendo dalle email ricevute. Offre assistenza proattiva: ad esempio, in Outlook può evidenziare i punti salienti di una lunga email e suggerire risposte pronte. In Excel, Copilot aiuta a creare tabelle pivot o grafici su comando vocale. Il tutto mantenendo i **dati aziendali confinati nel tenant**: usa il Graph Microsoft per contestualizzare le risposte con informazioni dai file e dal calendario interni, senza esporre a cloud esterni non autorizzati.
* **Svantaggi:** disponibile principalmente per clienti Microsoft 365 con licenza Copilot attiva, il che richiede investimenti e adozione IT coordinata. Le funzionalità sono tarate sul **mondo Office**: un creativo che lavora fuori da queste applicazioni ne trae meno giovamento. Inoltre, trattandosi di un layer AI sopra i dati aziendali, occasionalmente potrebbe mancare di insight se le informazioni non sono ben organizzate nei sistemi: ad esempio, se i verbali non sono salvati correttamente in OneDrive, il riepilogo della riunione potrebbe risultare incompleto.
* **Esempio d’uso:** un dirigente perde una call su Teams; Copilot genera per lui un briefing riassuntivo di ciò che è stato discusso, includendo richieste e prossimi passi per il suo reparto. Contemporaneamente, nel suo Outlook Copilot ha già raccolto le email urgenti della mattina proponendo un elenco di priorità e bozze di risposta formale. In Excel, un analista chiede in linguaggio naturale “mostrami in un grafico l’andamento delle vendite per regione negli ultimi 6 mesi”: Copilot crea il grafico corretto, inserendolo nel report mensile automaticamente.

### **Cohere**

* **Vantaggi:** più che un’applicazione stand-alone, Cohere può essere **integrato in chatbot o sistemi interni** per aiutare i dipendenti a trovare informazioni e riassunti. Ad esempio, i suoi modelli di embedding permettono ricerche semantiche efficaci nei documenti aziendali: un dipendente può porre domande in linguaggio naturale e ottenere risposte estratte dai manuali interni. In termini di sintesi, con opportuno fine-tuning Cohere può riassumere report specifici con un’accuratezza tarata sul contesto aziendale (p. es. usando la terminologia interna corretta). Offre inoltre flessibilità di deployment: per aziende con forti vincoli di sicurezza, i modelli Cohere possono girare in cloud privati o ambienti controllati, fungendo da “assistente in-house” senza condivisione esterna di dati.
* **Svantaggi:** **assenza di un’interfaccia pronta all’uso** per l’utente finale – a differenza di Copilot o ChatGPT, un dipendente non “chiacchiera” direttamente con Cohere se non tramite un’app costruita ad hoc dall’IT aziendale. Ciò significa che, nell’immediato, l’impatto sulla produttività individuale dipende da quanto l’azienda investe nello sviluppo di tool interni basati su Cohere. Inoltre, la capacità di sintesi di Cohere su contenuti arbitrari potrebbe non eguagliare quella di modelli più grandi a meno di addestramenti specifici: out-of-the-box, è più tagliato per comprendere e classificare testi che per creare narrazioni personali o suggerire task.

### **ChatGPT Pro (plugin Copilot)**

* **Vantaggi:** estremamente **flessibile nell’assistenza personale**: grazie ai plugin, un utente avanzato può collegare ChatGPT a molte fonti e strumenti. Ad esempio, con il plugin appropriato l’AI può interagire con Google Calendar per gestire impegni, oppure con un gestore di note per archiviare riassunti. La funzione Advanced Data Analysis (ex Code Interpreter) consente persino di caricare file personali (es. un PDF o un estratto conto in CSV) e chiederne l’analisi o la sintesi automatica: ChatGPT esegue codice Python dietro le quinte per restituire insight personalizzati. Il tutto con l’interfaccia conversazionale user-friendly che ha reso ChatGPT popolare: l’utente può dialogare e iterare le richieste, ottenendo risultati su misura in pochi turni.
* **Svantaggi:** richiede **iniziativa e competenze digitali** da parte dell’utente per configurare e usare efficacemente i plugin. Non essendo integrato “di default” nelle applicazioni di lavoro, l’utente deve fare copia-e-incolla di testi o dati nel chatbot – operazione meno fluida rispetto a un Copilot nativo in Outlook o Teams. Inoltre, l’uso di plugin terze parti può sollevare dubbi di sicurezza (es. collegare ChatGPT a strumenti interni via plugin comporta autorizzazioni e rischi da valutare attentamente dall’IT). Infine, dal punto di vista operativo c’è un limite di contesto (anche GPT-4 fatica oltre ~30 pagine di input se non spezzato) e possibili downtime se il servizio è sovraccarico, elementi da considerare per affidamenti critici.
* **Esempio d’uso:** un analista di business carica in ChatGPT (modalità data analysis) il verbale in PDF di una riunione e chiede di estrarne le attività assegnate a ciascun team: l’AI legge il file e genera una tabella di to-do organizzata per reparto, che poi l’analista importa nel task manager aziendale. Un altro scenario: un project manager “conversa” con ChatGPT per pianificare la settimana, fornendo l’elenco dei progetti in corso; il chatbot – grazie al plugin calendario – propone un’agenda ottimizzata distribuendo le attività e persino inserendo promemoria per le scadenze.

## Strategia marketing

(Dall’ideazione di brief e campagne pubblicitarie, a pitch creativi e slide per proposte)

### **Perplexity**

* **Vantaggi:** eccellente come **strumento di ricerca rapida** a supporto della pianificazione strategica. Può raccogliere casi di studio, trend di mercato e best practice da fonti affidabili, fornendo ai marketer insight aggiornati su cui basare campagne e brief. Le risposte con citazioni permettono di reperire dati e riferimenti (es. “quota di mercato di un certo segmento” o “risultati di una campagna X”) da includere direttamente nelle presentazioni strategiche.
* **Svantaggi:** non crea in autonomia un piano di marketing completo – offre informazioni, ma la coesione della strategia deve essere elaborata dal team umano. Manca di visione creativa: se interrogato su concept innovativi, tende a restituire idee già note o generiche trovate online. Inoltre, l’output è testuale e puntuale, non in formato presentazione: i marketer dovranno comunque tradurre gli spunti in **slide o documenti** manualmente (Perplexity non genera PowerPoint, ad esempio).

### **Claude (Anthropic)**

* **Vantaggi:** capace di **analizzare documenti strategici voluminosi** (es. ricerche di mercato, report di brand audit) e distillarne i punti salienti da usare come base per la strategia. Claude può facilitare la preparazione di un marketing brief riassumendo ad esempio un report Nielsen di 300 pagine in pochi paragrafi chiave. Inoltre, la sua natura prudente riduce il rischio di idee improponibili o offensive: per campagne in settori sensibili (farmaceutico, finanza) fornisce spunti creativi **entro i limiti di conformità** e buon gusto. Può anche generare testi strutturati utili per la strategia, ad esempio paragrafi per un documento di brand positioning o uno schema SWOT se gli vengono dati gli elementi base.
* **Svantaggi:** meno dotato di “pensiero laterale” rispetto ad alcune alternative – i concept generati possono risultare sicuri ma poco originali quando serve una campagna rompente. Manca l’aggancio a dati esterni aggiornati, quindi se non alimentato dall’utente potrebbe non cogliere un cambiamento recente nel comportamento dei consumatori o nuove mosse della concorrenza. Infine, l’assenza di integrazioni dirette con strumenti di presentazione significa che, sebbene possa produrre testi per slide, va comunque gestito manualmente nel flusso (copia-incolla nelle diapositive, etc.).
* **Esempio d’uso:** un’agenzia pubblicitaria ha raccolto in un lungo documento i risultati di una ricerca qualitativa (focus group) sulla percezione del brand del cliente. Invece di leggere tutte le 80 pagine, il team strategico le fornisce a Claude chiedendo una sintesi focalizzata su insight utili e possibili direzioni creative. Claude restituisce un elenco di key findings (es. “il brand è percepito come affidabile ma poco innovativo dai giovani”) che vengono direttamente utilizzati nel brief di campagna. Un altro esempio: un marketing manager chiede a Claude di generare opzioni per la unique selling proposition di un prodotto, fornendo alcuni punti di forza; ottiene così 4–5 proposte di USP formalizzate, tutte moderate e realistiche, da affinare poi col team.

### **Gemini (Google)**

* **Vantaggi:** pensato anche per **supportare il marketing end-to-end** nelle soluzioni Google. Può alimentare la strategia con insight di big data: integrato con Google Cloud e Analytics, è in grado (potenzialmente) di analizzare segmenti di pubblico, cronistoria di campagne e mercato in tempo reale, offrendo raccomandazioni data-driven per la pianificazione. La sua natura multimodale consente di generare concept che combinano testo e visual: ad esempio, suggerire uno storyboard di campagna partendo sia da uno script testuale sia da immagini di riferimento. Inoltre, con la suite Duet AI, può aiutare a creare direttamente gli artefatti strategici – es. produrre **bozze di slide** per un pitch marketing su Google Presentazioni, includendo testo, immagini stock e persino grafici (attingendo a Fogli/Looker Studio per dati aggiornati).

### **Microsoft Copilot**

* **Vantaggi:** aiuta a **trasformare idee strategiche in deliverable concreti** in modo molto rapido. Ad esempio, integrando Copilot in PowerPoint, un team può generare la bozza di una presentazione per un marketing pitch in pochi minuti: basta fornire gli obiettivi e i punti chiave, e l’AI crea l’agenda, suggerisce titoli per le slide e compone testi riassuntivi. In Word, può aiutare a scrivere un documento di **marketing brief** completo partendo da appunti sparsi: l’utente elenca gli elementi (target, obiettivi, budget) e Copilot li articola in sezioni coerenti. Inoltre, se l’azienda utilizza Dynamics 365 Marketing, Copilot può interagire con Customer Insights per segmentare il pubblico e addirittura proporre idee di campagne mirate a segmenti specifici (ad esempio, “clienti inattivi da 6 mesi” – Copilot suggerisce un’iniziativa di riattivazione con messaggi e canali consigliati). Il tutto con accesso ai dati interni: Copilot può attingere alle **conoscenze proprietarie** (dati CRM, storici campagne) durante la stesura, conferendo alla strategia un fondamento personalizzato sulla realtà dell’azienda.
* **Esempio d’uso:** un’agenzia di comunicazione prepara un pitch per un nuovo cliente. Il direttore marketing scrive in Word: “Brief: Lancio nuovo snack bio, target Millennials urbani, budget 100K€. Obiettivo: brand awareness. Key message: salute divertente.” – e chiede a Copilot di espandere. L’AI produce un documento strutturato: scenario di mercato basato su dati (attingendo magari a report interni se disponibili), proposta di posizionamento, canali consigliati, KPI di massima. Nel frattempo, i designer importano quel contenuto in PowerPoint con Copilot: ottengono un set di slide pre-compilate con testi e segnaposto per immagini, che poi rifiniscono graficamente. Altro esempio: il team CRM di un retailer usa Copilot in Dynamics per segmentare i clienti e ricevere suggerimenti sulle prossime campagne stagionali per ciascun segmento, velocizzando la pianificazione annuale di marketing.

### **ChatGPT Pro (plugin Copilot)**

* **Vantaggi:** particolarmente efficace nel **brainstorming creativo** e nella generazione di concept di marketing in fase iniziale. Può proporre decine di idee per una campagna, nominativi di prodotti, titoli per pitch o angoli narrativi diversi, stimolando la creatività del team umano. Grazie ai plugin, colma anche il gap informativo: si può chiedere a ChatGPT di fare ricerche su un mercato (tramite web browsing plugin) e poi di sintetizzare una strategia basata su trend attuali. Inoltre, ChatGPT è in grado di simulare **tonalità diverse**: utile per preparare varianti di messaggi per target differenti (es. formale vs colloquiale) e per creare storytelling attorno a un brand. Per presentazioni, non genera slide grafiche ma può produrre rapidamente la struttura di un pitch: elenco di slide consigliate, tagline per ciascuna sezione, spunti narrativi – una sorta di scheletro su cui costruire la proposta finale.
* **Svantaggi:** richiede un **prompt design accurato** per ottenere output strategici coerenti. Se interrogato in modo generico (“crea una strategia marketing per X”), potrebbe restituire un piano superficiale o standard, senza considerare dettagli specifici del contesto – quindi il team deve fornirgli input ricchi (brief dettagliato, informazioni sull’azienda) per massimizzare la qualità. Inoltre, mentre è eccellente nel suggerire idee, **non garantisce che funzionino**: manca la componente fattuale dei dati, quindi una campagna pensata con ChatGPT va sempre validata con ricerche reali. Dal lato formale, essendo un modello di lingua tende a articolare testi molto fluenti: in ambito strategico bisogna fare attenzione a non prendere per buono ogni passaggio solo perché ben formulato. Infine, per l’uso professionale in azienda è necessario gestire possibili rischi di compliance (non inserire segreti commerciali, ecc.), come già notato in contesti precedenti.
* **Esempio d’uso:** in fase di gara creativa, un’agenzia convoca una sessione di brainstorming con ChatGPT in chat condivisa: forniscono il brief e chiedono all’AI di proporre 5 concept di campagna “non convenzionali”. Ottengono spunti interessanti – alcuni vengono scartati, ma uno fornisce l’idea base che il team svilupperà per il pitch. Un altro esempio: un brand manager vuole posizionare un nuovo prodotto e chiede a ChatGPT una bozza di brand story e messaggi chiave per diversi canali (TV, social, stampa); l’AI restituisce paragrafi per ciascun canale, con tono adattato, che il manager rifinisce e include nel documento strategico.

## Advertising

(Creazione, analisi e ottimizzazione di campagne pubblicitarie)

### **Claude (Anthropic)**

* **Svantaggi:** non avendo strumenti computazionali o di integrazione nativa, **non effettua analisi numeriche approfondite**: se gli forniamo metriche di campagna, le sue osservazioni saranno descrittive ma non calcolerà metriche derivate o test statistici (a differenza di ChatGPT con plugin che potrebbe). Inoltre, per ottimizzare creativamente, manca di feedback loop: Claude può suggerire idee nuove, ma non ha un meccanismo di apprendimento dai risultati in tempo reale – è l’utente che dovrebbe iterare manualmente fornenendo i nuovi dati. Sul fronte advertising, potrebbe essere un po’ troppo “cauto”: ad esempio, per policy evita affermazioni potenzialmente sensazionalistiche; se il team volesse messaggi più aggressivi o audaci, l’AI potrebbe tendere a smorzarli.

### **Gemini (Google)**

* **Vantaggi:** in ambito advertising, Gemini (integrato nei prodotti Google) offre un ventaglio di funzioni che coprono **creazione automatica di asset e ottimizzazione algoritmica**. Ad esempio, Google Ads con AI può generare automaticamente varianti di creatività testuali (headline, descrizioni) e grafiche partendo dal contenuto del sito web dell’inserzionista – queste funzionalità, potenziate da Gemini, consentono di scalare le campagne multi-versione senza intervento manuale. Inoltre, Gemini può analizzare le performance in tempo reale sulle piattaforme Google: incrociando dati di impression, click, conversioni, può segnalare opportunità di ottimizzazione (es. “la campagna A rende meglio presso il segmento donne 25-34, suggerito aumentare budget su quel segmento”). La sua **integrazione nativa in Google Marketing Platform** significa che può agire come un vero copilota per il media buyer: rispondere a domande in linguaggio naturale tipo “come sta andando la nostra campagna search rispetto al benchmark di settore?” e fornire risposte data-driven immediatamente.
* **Svantaggi:** la piena potenza si manifesta quasi esclusivamente all’interno dell’ecosistema Google Ads/Marketing Platform. Per campagne off-platform (es. social media ads su Meta, o campagne offline) Gemini non ha visibilità diretta, quindi è meno utile a meno di non esportare manualmente i dati. C’è poi un tema di **controllo creativo**: lasciare che l’AI generi e ottimizzi gli asset automaticamente può portare ad annunci efficaci sul breve termine, ma forse poco distintivi; alcuni brand potrebbero esitare a cedere troppo controllo creativo all’algoritmo. Inoltre, come tecnologia in evoluzione, i consigli forniti vanno comunque validati: ad esempio, il suggerimento di spostare budget su un certo target deve essere valutato nel contesto strategico più ampio noto al team umano.
* **Esempio d’uso:** un e-commerce attiva una nuova campagna display su Google. Sfruttando le funzionalità AI, carica semplicemente il testo base dell’offerta e alcune immagini prodotto: Gemini genera automaticamente diversi formati di banner e copy alternativi ottimizzati per audience differenti. Dopo il lancio, il marketing team chiede via interfaccia (tipo Chat in Google Ads): “Qual è l’ora del giorno con migliore conversion rate finora?” – il sistema (grazie a Gemini) risponde che le 21-23 hanno il 30% in più di conversioni, suggerendo di alzare la presenza in quella fascia oraria. Contemporaneamente, nota che un certo visual generato ha un CTR nettamente sopra media e autonomamente sposta più budget sugli annunci con quella creatività, migliorando le performance complessive.
* **Ideale per:** **inserzionisti che usano intensivamente Google Ads/GMP** e vogliono portare l’automazione al livello successivo. Grandi e-commerce, aziende retail con tanti prodotti o brand con budget pubblicitari consistenti beneficeranno di un AI che non solo crea varianti ma anche le ottimizza live su base dati. Indicato anche per **team marketing snelli**: un piccolo team può competere in efficacia con grandi strutture grazie al copilota Google che svolge analisi e ottimizzazioni h24. Meno utile per chi investe principalmente su altri canali (social, programmatic fuori Google) o non dispone di conversioni tracciate in modo adeguato – in questi casi l’AI avrebbe poco materiale su cui lavorare. Inoltre, brand con identità creativa molto delineata potrebbero preferire un controllo manuale sugli asset, usando l’AI più come supporto che come generatore principale.

### **Microsoft Copilot**

* **Vantaggi:** Microsoft offre funzionalità di copilot AI anche nel campo del **CRM e customer experience** (Dynamics 365 Copilot per Marketing e Advertising). Questo significa poter chiedere all’AI analisi incrociate tra dati delle campagne e dati dei clienti: ad esempio, “Copilot, quali segmenti hanno risposto meglio alla nostra ultima email promo?” e ottenere un report che incrocia tassi di apertura con profili cliente da Customer Insights. Per la creazione, Copilot può aiutare nella **stesura di annunci email o testi promozionali** all’interno di strumenti come Dynamics Marketing, adattandoli automaticamente allo stile del brand (può usare il contenuto del sito web dell’azienda come riferimento di tono). Inoltre, integrato con Power BI, consente al campaign analyst di interrogare i dati di advertising in linguaggio naturale (“mostra CPA per canale questo mese”) ottenendo visualizzazioni immediate: ciò velocizza l’**analisi delle performance**. Per l’ottimizzazione, se l’azienda usa ad esempio LinkedIn Ads (parte di Microsoft), Copilot potrebbe fornire suggerimenti su target e contenuti basati su dati LinkedIn e su modelli di AI.
* **Svantaggi:** la portata è più **limitata alle soluzioni Microsoft**. Se un’azienda non utilizza Dynamics 365 Marketing o LinkedIn Ads, il contributo di Copilot sull’advertising è minore rispetto a Google sul suo ecosistema. Inoltre, molte funzioni di AI in Dynamics sono relativamente nuove: i suggerimenti potrebbero essere basici finché non maturano (es. “prova a inviare a questo segmento” – indicazione utile ma che un marketer esperto avrebbe già valutato). In generale, sul fronte advertising puro (soprattutto digital ads esterni), Microsoft è meno dominante del duopolio Google/Facebook, quindi il suo AI copilot potrebbe non essere “imbottito” di dati di performance advertising cross-platform come altri strumenti specializzati.

### **ChatGPT Pro (plugin Copilot)**

* **Vantaggi:** offre un supporto a 360° al campaign manager combinando **creatività, analisi e scripting**. Per la creazione, ChatGPT può generare testi per annunci in qualsiasi stile (dal tono entusiasta per Facebook ad uno professionale per email B2B) e persino brevi script video. Con plugin di generazione immagini, può proporre bozzetti di visual per banner. Ma soprattutto, con il plugin di Advanced Data Analysis, consente di **caricare i dati di performance** (CSV di campagne, report di Google Analytics) e chiederne analisi immediata: calcolare CPC medio, conversion rate, segmentare per canale, identificare trend temporali, il tutto in linguaggio naturale con output sia testuale sia grafico (grafici generati via Python) – una capacità unica rispetto agli altri strumenti in elenco. Questo significa che un marketer può fare analisi esplorativa sui risultati della propria campagna dentro ChatGPT, ottenere tabelle e grafici con commenti esplicativi, e addirittura chiedere all’AI di suggerire azioni (“vedi opportunità di miglioramento?”) basate sui dati caricati. Inoltre, ChatGPT può anche produrre codice: per ottimizzazione avanzata, può scrivere snippet di script (es. script per Google Ads tramite API, o query SQL su un database di campagne) velocizzando attività tecniche di supporto all’advertising.
* **Esempio d’uso:** un digital marketer esporta i risultati della sua campagna Google Ads in CSV e li carica in ChatGPT (modalità data analysis). Chiede: “Analizza questi dati e dimmi quali annunci hanno la migliore e peggiore performance e perché”. L’AI calcola metriche come CTR e CPA per annuncio, genera un grafico comparativo e spiega: ad esempio “L’annuncio 3 ha il miglior CTR (5,2%) e CPA più basso, probabilmente perché il copy contiene un’offerta chiara (‘-20% oggi’) che incentiva il click. L’annuncio 1 ha performance peggiori: CTR 1,0%, potrebbe dipendere da un titolo meno rilevante rispetto alle query”. Sulla base di ciò, il marketer usa ChatGPT per **brainstorming su nuove varianti**: “Proponimi 5 nuovi testi per annuncio puntando sull’offerta -20% e senso urgenza”. Ottiene i copy, che poi verifica e implementa nella campagna. In parallelo, nota che la conversione mobile è bassa e chiede all’AI se trova differenze tra utenti mobile e desktop nei dati: ChatGPT segmenta e scopre che il bounce rate mobile è più alto; suggerisce allora di ottimizzare la landing mobile o fare campagne separate – insight che il marketer può immediatamente portare al team web.
* **Ideale per:** **performance marketer e growth hacker** che vogliono uno strumento unico per creatività e analisi. È perfetto per chi ha dimestichezza con i dati e desidera velocizzare i cicli di ottimizzazione facendo analisi “al volo” e testando idee creative continuamente. Anche team di marketing digitali in PMI, privi magari di analisti dedicati, possono usarlo come analyst+copywriter virtuale, ottenendo sia l’interpretazione dei numeri sia nuovi spunti di campagna. Deve però esserci una cultura di sperimentazione e competenze interne per applicare i consigli e maneggiare i plugin in sicurezza. Per aziende molto formali o con restrizioni sui dati, l’approccio ChatGPT+plugin potrebbe risultare meno adottabile; in tali contesti più regolati, soluzioni integrate (Microsoft/Google) o con più controllo (Claude/Cohere on-prem) sarebbero preferite, ma a scapito forse della rapidità e varietà di insight che ChatGPT Pro è in grado di offrire ad un utente esperto.

## Analisi dati, dashboard, SWOT e programmazione

(Creazione di dashboard, analisi di dati aziendali, analisi SWOT, supporto alla programmazione software)

### **Claude (Anthropic)**

* **Vantaggi:** grazie alla **finestra di contesto ampia**, Claude può ingurgitare dataset di testo molto estesi o codice sorgente di interi programmi per analizzarli. Per esempio, si può fornirgli log di sistema di migliaia di righe: Claude li leggerà tutti e potrà individuare anomalie o riassumere pattern ricorrenti (cosa utile in debug o monitoraggio applicazioni). Allo stesso modo, può leggere un codice sorgente molto lungo (anche di più file concatenati) e spiegare cosa fa, individuare potenziali bug o proporre miglioramenti – una funzionalità preziosa in **code review** su grandi basi di codice. In ambito data analysis, se i dati vengono trasformati in testo strutturato (JSON, CSV incollato come testo), Claude può sintetizzare osservazioni, anche su dataset più grandi di quelli gestibili da GPT-4 standard. Per analisi SWOT, Claude può prendere un documento lungo (es. un rapporto interno sull’azienda) e da quello estrarre autonomamente punti chiave per ciascuna delle quattro aree SWOT, velocizzando il lavoro dell’analista strategico.
* **Svantaggi:** **non esegue calcoli matematici complessi** né genera grafici: sebbene possa ragionare sui numeri presenti in un testo, non è un motore computazionale. Fornirgli un grosso CSV e chiedere medie o correlazioni complesse non funzionerà altrettanto bene che con uno strumento che esegue codice. Anche nel coding, mentre può leggere tanto codice e commentarlo, non può eseguire il codice né testare effettivamente le soluzioni – rimane un’analisi statica. Richiede inoltre di formattare i dati come testo; grandi tabelle numeriche pure non sono il suo punto forte, meglio dargli dati misti o già aggregati con descrizioni. Infine, per **programmazione**, GPT-4 ha dimostrato un tasso di precisione nelle soluzioni spesso superiore a Claude, specialmente in problemi algoritmici: Claude talvolta fornisce pseudo-codice corretto a grandi linee ma che può necessitare aggiustamenti in fase di implementazione.
* **Esempio d’uso:** un team DevOps copia l’intero log di errore generato da un sistema complesso (50.000 token) e lo passa a Claude chiedendo: “riassumi gli errori principali e le possibili cause”. In pochi istanti Claude restituisce un elenco: es. “Errore di timeout nel modulo X, verificatosi 120 volte, probabile congestione di rete; Errore di null pointer in funzione Y, linea 45 del file Z, suggerisce input mancante”. Ciò fa risparmiare ore di scanning manuale. In campo programmazione, uno sviluppatore inserisce in Claude l’intero contenuto di 5 file di un progetto open source e chiede una spiegazione di come funziona quel componente: Claude fornisce una panoramica funzione per funzione, facilitando la comprensione di codice legacy. Per analisi dati, un business analyst può incollare estratti significativi di un report di vendita e chiedere a Claude di redigere una SWOT: l’AI pesca dal testo i punti di forza (es. quota di mercato alta in certi segmenti), debolezza (dipendenza da un canale), opportunità (nuovi prodotti in pipeline) e minacce (nuovi concorrenti), dando una base per la strategia.
* **Ideale per:** situazioni in cui c’è **tanta informazione testuale o semi-strutturata da analizzare**. Team IT e di sviluppo su progetti grandi possono usarlo come “occhio aggiuntivo” per esaminare log, documentazione o codice voluminoso velocemente. Consulenti strategici e analyst possono dargli in pasto report interni estesi per ottenere riassunti, estrazione di insight e SWOT preliminari, risparmiando tempo. Inoltre, per **code review in aziende con repository privati**, Claude (specialmente in versione on-prem o API privata) offre un modo di ottenere review automatiche senza condividere codice all’esterno. Tuttavia, per **calcolo numerico intensivo o visualizzazione dati**, questo non è lo strumento: in quei casi, integrarlo con un BI tool o con ChatGPT+Code sarebbe più indicato.

### **Gemini (Google)**

* **Vantaggi:** come parte dell’offerta Google Cloud AI, Gemini offre funzionalità per **interrogare i dati aziendali in modo naturale** e supportare la creazione di dashboard. Integrandolo con BigQuery e Looker (Google Data Studio), un utente può chiedere in linguaggio comune analisi su grandi dataset: il modello traduce la richiesta in query SQL o filtri su dashboard esistenti e restituisce risultati e grafici pertinenti. La sua capacità di ragionamento avanzato aiuta a cogliere insight complessi: ad esempio, potrebbe spiegare una correlazione trovata nei dati (quasi come se “commentasse” i grafici). Per la programmazione, Google ha integrato i modelli (come Codey e ora Gemini) in servizi come Cloud Code e Colab: ciò significa autocompletamento intelligente e suggerimenti durante lo sviluppo, soprattutto per chi lavora su stack Google (Android, Firebase, etc.). Inoltre, Gemini essendo multimodale, in analisi dati potrebbe anche considerare dati non testuali – es. interpretare immagini o grafici forniti come input, amplificando il contesto analizzabile in un singolo modello.
* **Svantaggi:** molte di queste capacità richiedono la **stack Google**: ad esempio, per chiedere a voce dati da BigQuery serve aver configurato e caricato i dati su BigQuery e attivato l’AI. Non è un assistente generico che si può aprire e alimentare con un Excel: necessita di un ecosistema orchestrato. In programmazione, sebbene forte, ha meno “palestra” pubblica rispetto a GitHub Copilot o ChatGPT in certi linguaggi – alcuni sviluppatori riportano che suggerimenti e completamenti da modelli Google possono essere meno accurati in contesti molto specifici. Infine, essendo nuovo, l’AI di Google per data analysis potrebbe avere limitazioni iniziali (ad esempio, comprensione limitata di visual non generati da Looker, o difficoltà con richieste molto iterative di query molto complesse).
* **Esempio d’uso:** un financial analyst usa Looker Studio collegato al data warehouse aziendale su BigQuery. Durante una riunione, chiede a voce al suo Google AI: “Mostrami le vendite degli ultimi 5 anni per prodotto, e spiega brevemente l’andamento” – il sistema genera il grafico e Gemini aggiunge: “Le vendite complessive sono cresciute del 8% CAGR; notiamo un picco anomalo nel Q4 2023 dovuto al lancio del prodotto X, seguito da stabilizzazione”. Ciò fornisce immediatamente una narrativa attorno ai dati. Nel frattempo, il reparto IT lavora su un’app in Google Cloud Functions: grazie al completamento di codice di Gemini, lo sviluppatore ottiene suggerimenti immediati mentre scrive in Python, e può anche chiedere al assistente in Cloud Code: “ottimizza questa funzione per efficienza” – il modello propone modifiche migliorative.

### **Microsoft Copilot**

* **Vantaggi:** la suite Copilot si estende anche a **Power BI, GitHub e altri tool Microsoft**, coprendo quindi sia analisi dati sia programmazione. In Power BI, Copilot consente di costruire **dashboard con il linguaggio naturale**: un utente può scrivere “Crea un grafico a torta delle vendite per regione nel 2024” e il sistema genera la visualizzazione appropriata attingendo al dataset già importato. Può inoltre spiegare i grafici: cliccando su una visuale, Copilot produce una sintesi in parole (“Il Nord America rappresenta il 40% del totale, l’Asia in crescita del 5% anno su anno…”), utile per report narrativi. Per l’analisi dati tabellari, Copilot in Excel aiuta a formulare calcoli complessi (colonne calcolate, formule annidate) e può anche suggerire possibili tendenze dentro i dati (pattern recognition basica). Sul fronte **programmazione**, GitHub Copilot (basato su OpenAI GPT-4 integrato con Microsoft) è uno standard de facto: assiste in completamento di codice, generazione di funzioni, e ora anche con Copilot X offre un chatbot in IDE che risponde a domande sul codice del repository, scrive test, spiega pezzi di codice, tutto contestualizzato ai file di progetto. Questo velocizza enormemente lo sviluppo e riduce errori. Inoltre Microsoft sta integrando Copilot anche in strumenti di DevOps e Low-Code (Power Apps): ciò significa aiuto nella generazione di script, flussi, query SQL in un contesto ampio di sviluppo applicativo.
* **Svantaggi:** ogni implementazione di Copilot è **specifica per piattaforma**: c’è un Copilot per Power BI, uno per Excel, uno per GitHub, etc., e la coerenza dell’esperienza può variare. Ad esempio, il Copilot in Power BI potrebbe non “sapere” nulla del codice nel repository GitHub e viceversa; non c’è un assistente unico trasversale (se non forse Microsoft 365 Copilot combinato con Graph, ma quello risponde più a domande generali su documenti). Questo compartimentalizzazione richiede all’utente di lavorare nel giusto ambiente per il giusto compito. Inoltre, per accedere a tutte queste funzioni spesso servono licenze premium (GitHub Copilot è a pagamento per utente; Power BI Copilot disponibile solo per tenant con certain capacities). Sul coding, sebbene potentissimo per completamento, a volte può generare codice non ottimale o incorrere nei cosiddetti AI traps (es. replicare bug presenti nei dati di training di GitHub) – il developer deve comunque fare review. Allo stato attuale, Copilot non esegue code arbitrario (eccetto l’ambiente sandbox di Code Interpreter in ChatGPT, ma Microsoft non ha equivalente integrato in Office ancora), quindi per elaborazioni dati molto personalizzate potresti dover passare a strumenti come ChatGPT.
* **Esempio d’uso:** un controller finanziario usando Power BI vuole esplorare il dataset delle vendite. Chiede a Copilot: “qual è stato il trend mensile delle vendite nell’ultimo biennio e identifica il mese con picco anomalo” – in risposta ottiene un line chart generato automaticamente e un commento che evidenzia, ad esempio, un picco in dicembre 2023 dovuto a una promozione natalizia (dedotto incrociando con i dati promozionali presenti). Nel frattempo, il reparto IT adotta GitHub Copilot per accelerare lo sviluppo: un nuovo sviluppatore può chiedere nel suo VS Code “spiega la funzione CalculateTax presente nel modulo Billing” e Copilot Chat attinge al repository e fornisce una spiegazione dettagliata del codice, facilitando l’onboarding. Quando quello stesso sviluppatore deve scrivere una nuova funzione, Copilot completa automaticamente interi blocchi di codice in base al contesto, seguendo gli standard del progetto.
* **Ideale per:** imprese già **immersive nell’ecosistema Microsoft** che vogliono portare l’AI in ogni anello della catena dati-sviluppo. Data analyst e business user beneficiano di Power BI Copilot ed Excel Copilot per ottenere **insight senza scrivere codice**, rendendo più accessibile la BI a ruoli meno tecnici. D’altro canto, **engineering team** di software trovano in GitHub Copilot un compagno quotidiano che riduce il workload su boilerplate e ricerca di sintassi, aumentando la produttività e la qualità del codice (grazie anche ai suggerimenti di test e refactoring). In contesti eterogenei (mix di strumenti diversi, o preferenza per soluzioni open source), l’adozione di Copilot può essere meno immediata – ad esempio, uno shop di sviluppo non Microsoft potrebbe optare per alternative open (anche modelli open-source come StarCoder) per integrazioni specifiche. Nel complesso però, per chi è già su Azure, Office, GitHub enterprise, la **sinergia** che Copilot offre è difficilmente eguagliabile.

### **Cohere**

* **Vantaggi:** Cohere è specializzato in **comprensione del linguaggio e creazione di rappresentazioni (embedding)**, il che può essere sfruttato per analisi avanzate di dati testuali. Ad esempio, un’azienda può usarlo per elaborare migliaia di pagine di documenti (report, verbali, articoli) e ottenere cluster tematici o riassunti che alimentano dashboard di text analytics. Nell’ambito SWOT, se l’azienda possiede molto testo interno su progetti, mercato e competitor, si può programmare Cohere per estrarre frasi chiave classificate come strenght/weakness/etc, fornendo una bozza di SWOT supportata dalle evidenze testuali. Per la programmazione, Cohere non è progettato esplicitamente per generare codice, ma i suoi modelli linguistici possono essere adattati (fine-tuning) per rispondere a domande tecniche specifiche relative a documentazione interna o codice proprietario. Questo significa che un’azienda potrebbe addestrare un modello Cohere sul proprio repository di codice/documentazione e avere un assistente che risponde a domande su quel codice (simile a Copilot Chat, ma privato e personalizzato). Infine, Cohere consente deployment controllati: per esigenze di **data privacy estrema**, i modelli possono essere eseguiti in ambienti isolati, permettendo analisi di dati sensibili (finanziari, sanitari) con AI senza condivisione esterna.
* **Svantaggi:** manca di capacità di calcolo diretto e di funzioni specializzate pronte come quelle dei competitor. Non genera grafici, non scrive codice di propria iniziativa (se non se trattato come puro modello generativo su prompt di codice, con efficacia minore rispetto a modelli addestrati specificamente su code). Il valore di Cohere in questo ambito emerge solo con un progetto dedicato: bisogna disporre di sviluppatori che impostino l’uso del modello sui dati aziendali. Per esempio, farlo cercare correlazioni in serie di dati numerici non è fattibile, perché non è addestrato su matematica tabellare come un GPT-4 con strumenti. Quindi rimane principalmente un abilitatore per **NLP enterprise**: se l’obiettivo è creare dashboard visive o calcoli statistici, Cohere da solo non basta – va integrato in pipeline con altri componenti. In termini di coding assistant, è dietro ad alternative come Copilot in assenza di specifico fine-tuning, e anche allora la community di snippet di codice di training di OpenAI è difficilmente eguagliabile.
* **Esempio d’uso:** una società di consulenza strategica sviluppa una piattaforma interna dove caricare tutti i report di settore, notizie e verbali di riunioni. Grazie a Cohere, la piattaforma permette agli analisti di digitare query come “principali rischi evidenziati nei progetti ultimo trimestre” e l’AI restituisce un elenco ragionato di rischi ricorrenti, con link ai documenti sorgente – di fatto una **dashboard qualitativa** che aiuta il management a individuare trend senza leggere decine di testi. Sul lato programmazione, un’azienda di cybersecurity addestra Cohere su tutte le specifiche tecniche dei propri sistemi: gli sviluppatori possono porre domande (“Come interagisce il modulo X con Y in versione 3.4?”) e ottenere risposte precise e contestuali, cosa che genericamente ChatGPT non potrebbe sapere.
* **Ideale per:** imprese con **grandi moli di dati testuali non strutturati** che vogliono estrarre valore analitico da essi (banche dati di documenti, knowledge base aziendali, repository di codice proprietario) in un modo personalizzato. Settori come **legal, ricerca, intelligence aziendale** possono usare Cohere per costruire strumenti di ricerca semantica e analisi di testi su misura, integrati nelle loro pipeline. Dal lato programmazione, è appetibile per organizzazioni con codice altamente sensibile che non può essere affidato a servizi esterni: con Cohere possono provare a replicare un code assistant in-house addestrato sui propri repository. Tuttavia, per esigenze più comuni (es. un’azienda che vuole solo fare dashboard su dati finanziari strutturati, o uno sviluppatore generico in cerca di autocompletion), ci sono soluzioni più pronte e affinate: Cohere ha senso dove la **customizzazione e il controllo dei dati** sono requisiti prioritari rispetto alla comodità out-of-the-box.

### **ChatGPT Pro (plugin Copilot)**

* **Vantaggi:** rappresenta uno strumento unico che unisce **analisi dati, generazione di visualizzazioni e supporto alla programmazione** in un solo ambiente conversazionale. Con l’Advanced Data Analysis, un analista può caricare un dataset (CSV, Excel) e chiedere all’AI di svolgere un’intera analisi: dall’elaborazione statistica (media, regressioni semplici) alla creazione di grafici a partire dai dati, fino alla scrittura di un commento sui risultati. Questo permette di creare rapidamente **report esplorativi** senza uscire da ChatGPT – per esempio, analizzare vendite e costi e ottenere subito un grafico dei trend e l’interpretazione in linguaggio naturale. Per dashboarding, ChatGPT non crea un dashboard interattivo, ma può generare parti di esso: ad esempio, scrivere codice Python per costruire un grafico complesso o persino generare la struttura HTML/JS di una semplice dashboard web su richiesta. Sul fronte programmazione, GPT-4 è considerato uno dei migliori modelli: risolve problemi algoritmici, suggerisce implementazioni e con i plugin può anche **eseguire e testare codice** durante la conversazione, fornendo un ciclo immediato di feedback. Questo è come avere un assistente sviluppatore che non solo suggerisce codice ma lo prova e ne mostra l’output o eventuali errori, aiutando a iterare (capacità illustrata dall’ex Code Interpreter). Inoltre, tramite plugin, ChatGPT può interfacciarsi con servizi esterni (ad es. chiamare API, connettersi a database demo) consentendo di testare integrazioni nel contesto protetto della chat.
* **Svantaggi:** per sfruttare tutto ciò serve un **utente capace di guidare** l’AI nei dettagli. L’analisi dati complessa va orchestrata: ChatGPT eseguirà esattamente i comandi, quindi se l’utente non specifica bene rischia errori (es. calcoli su colonne sbagliate). C’è poi un limite dimensionale: dataset molto grandi possono superare la capacità di upload o tempo di calcolo disponibile nel sandbox. Non essendo un BI tool dedicato, manca la facilità di connessione a database aziendali in diretta (bisogna estrarre i dati manualmente e caricarli). Sul coding, pur essendo brillante, **può generare codice inefficiente o non ottimale** se il problema non è descritto con attenzione – il che richiede occhio critico da parte dello sviluppatore. Inoltre, l’ambiente di esecuzione plugin ha restrizioni (non ha accesso a internet a meno di plugin specifici, limiti computazionali per evitare abusi), quindi non può sostituire completamente un ambiente di sviluppo reale per compiti intensivi. Infine, l’uso in contesto aziendale deve considerare la riservatezza: far analizzare a ChatGPT dati aziendali significa caricarli su OpenAI, il che può essere non conforme alle policy di alcuni.
* **Esempio d’uso:** un data scientist esporta un dump anonimo di dati di produzione e lo carica su ChatGPT, chiedendo: “Fammi una analisi esplorativa: distribuzione delle principali variabili, correlazioni significative e outlier.” L’AI calcola e restituisce: istogrammi (in ASCII o come immagini) delle distribuzioni, evidenzia che “la variabile X ha una correlazione di 0.8 con Y” e nota un outlier nel record 1207. Questo accelera la comprensione iniziale del dataset. In parallelo, un ingegnere software utilizza ChatGPT per un modulo complesso: dialoga chiedendo prima una bozza di funzione, poi chiede all’AI di testarla fornendo casi input – l’AI esegue nel sandbox e mostra che in un caso c’è un bug, propone la correzione. Dopo qualche iterazione, il modulo è pronto e l’ingegnere lo integra nel progetto reale. Un consulente strategico, per redigere un documento, chiede infine a ChatGPT di generare una **analisi SWOT** di un concorrente quotato: l’AI naviga su fonti pubbliche (grazie al plugin browser), raccoglie informazioni da ultimi articoli finanziari e produce una SWOT plausibile e aggiornata, che il consulente rifinisce con considerazioni proprie prima di presentarla.

**Ed ecco la mia scelta, nonostante alcune di queste piattaforme abbiano integrazioni native con strumenti di uso quotidiano, o che siano più adatte ad un uso per aziende medio/grandi, per il mio lavoro, devo dire che l’utilizzo della versione PRO di ChatGPT con plugin aggiuntivi, rappresenta la mia scelta preferita, a voi scoprire cosa meglio vi rappresenta e aiuta.**