

T.W.I.N
the world is now



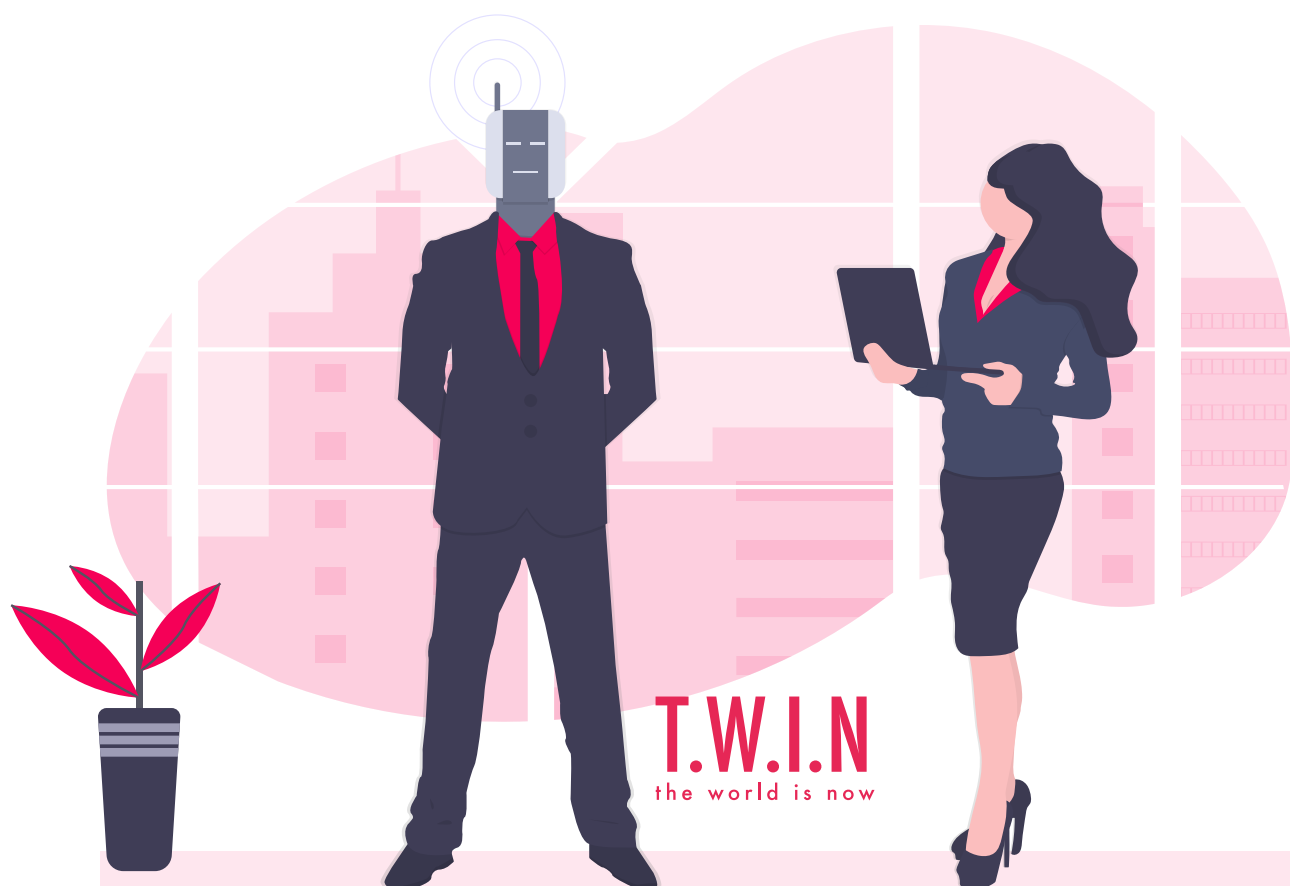
Protagonisti Contemporanei

Protagonisti Contemporanei

Terza Edizione

“Nel 2024, l'intelligenza artificiale (IA) ha assunto un ruolo di primo piano sia nelle attività di investor relations (IR) sia in quelle di media relations, rivoluzionando il modo in cui le aziende comunicano e interagiscono con gli investitori e i media. Questa evoluzione ha portato con sé tendenze e opportunità che meritano una riflessione.”

Mara di Giorgio
Founder TWIN

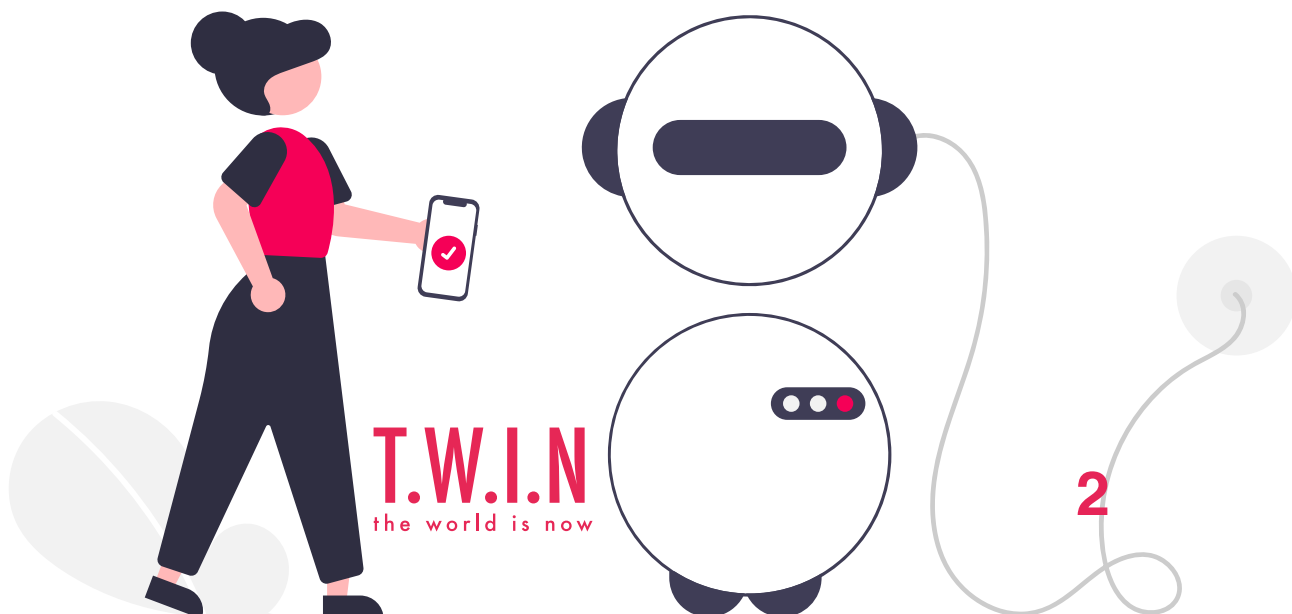


Il percorso di TWIN nel 2024

Noi di TWIN ci siamo dedicati con impegno durante tutto il 2024 a comprendere e integrare le potenzialità dell'IA nelle nostre attività di Investor Relations e Media Relations. Attraverso corsi di formazione specifici, abbiamo potuto toccare con mano quanto l'IA sia estesa e pervasiva in ogni ambito del nostro lavoro.

Abbiamo imparato a utilizzare tool avanzati per la stesura dei testi, la grafica, la produzione video e persino la creazione di podcast. Non solo: ci ha consentito di effettuare benchmark globali su tutti gli strumenti impiegati nella comunicazione. Oggi, realizzare una presentazione in PowerPoint non richiede più ore di lavoro manuale, ma viene semplificata dall'automazione intelligente. Possiamo sintetizzare contenuti di qualsiasi portata e lunghezza, con la possibilità di ascoltarli in ogni luogo e in ogni momento.

Ma il risultato più gratificante per noi è stato il riscontro diretto dei nostri clienti. Attraverso un feedback form che abbiamo chiesto loro di compilare, è emerso un aspetto di grande valore: i nostri clienti percepiscono TWIN come un partner vicino, prossimo, profondamente integrato nella loro cultura e organizzazione. Per noi, questo è il riconoscimento più importante, perché evidenzia il valore delle relazioni umane che siamo riusciti a costruire in questo anno di trasformazione digitale.



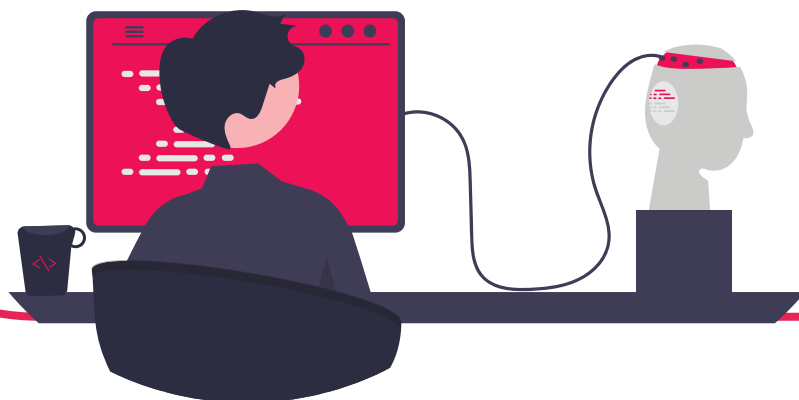
"A" come Automazione

L'intelligenza artificiale (IA) ha rivoluzionato il modo in cui gestiamo attività complesse e ripetitive, rendendole più semplici e veloci.

Oggi, il 65% delle aziende utilizza strumenti di automazione basati sull'IA per semplificare la gestione dei dati e migliorare la comunicazione interna ed esterna.

Anche noi di TWIN abbiamo integrato questi strumenti avanzati per automatizzare la programmazione dei contenuti, estrarre dati rilevanti e ottimizzare le comunicazioni.

Questo ci ha permesso di spostare il focus su ciò che conta davvero: strategie innovative e progetti creativi. Abbiamo imparato che l'automazione non solo migliora l'efficienza operativa, ma libera il nostro team per creare relazioni più autentiche e significative con i nostri clienti.



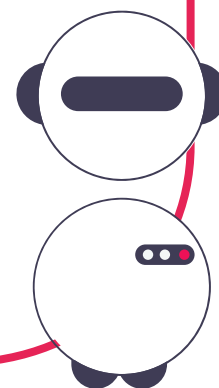
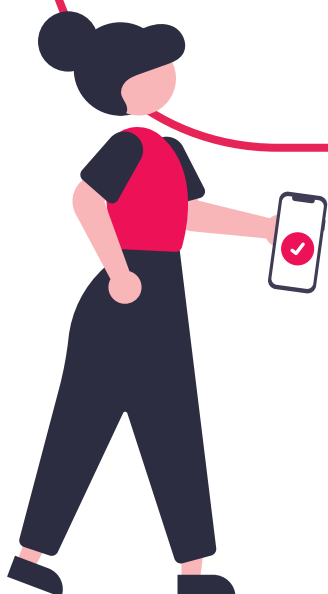
"B" come Branding

Il branding è cambiato radicalmente grazie all'IA. Con la capacità di personalizzare i messaggi e analizzare grandi volumi di dati, oggi le aziende possono creare comunicazioni sempre più mirate.

Ad esempio, strumenti di monitoraggio consentono di tracciare in tempo reale il sentiment del pubblico, intervenendo rapidamente per proteggere o migliorare l'immagine del brand.

B Per noi di TWIN, questo ha significato sfruttare l'IA per generare contenuti visivi e multimediali di alta qualità a ritmi prima impensabili, mantenendo una coerenza estetica su tutti i canali.

La lezione più grande? Il branding basato sull'IA permette di essere più agili e reattivi, anticipando le esigenze del mercato e rafforzando la connessione con il pubblico.



"C" come Contenuti

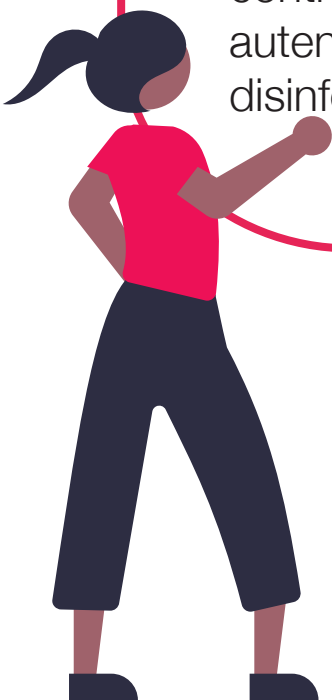


Con l'IA, personalizzare le comunicazioni è diventato un gioco da ragazzi se sai leggere i dati. E' infatti grazie all'analisi dei dati che possiamo creare contenuti perfettamente allineati agli interessi del nostro target.

Il 72% delle aziende che usano strumenti di personalizzazione basati sull'IA ha riscontrato un incremento nel coinvolgimento del pubblico. Per esempio, generare report, newsletter o comunicazioni su misura è oggi più rapido e preciso.

Nel nostro caso, il ricorso a strumenti di IA generativa ci ha consentito di risparmiare tempo prezioso nella ricerca e in analisi di benchmarking senza mai rinunciare alla qualità.

La nostra esperienza ci ha insegnato che l'IA è un'alleata potente, ma richiede comunque il controllo umano e l'attività di verifica per mantenere autenticità e credibilità e per non contribuire alla disinformazione.



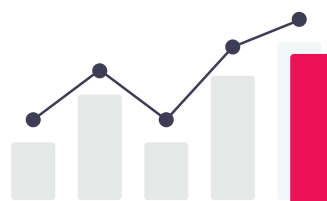
"D" come Dati e Sentiment

L'analisi del sentiment è uno dei grandi punti di forza dell'IA.

Secondo uno studio del 2024, il 78% delle aziende leader ha implementato sistemi basati sull'IA per monitorare la reputazione in tempo reale.

Questo permette di intervenire prontamente in caso di crisi o di cogliere opportunità emergenti. Anche noi di TWIN utilizziamo queste tecnologie per interpretare meglio le reazioni del pubblico, dei media e degli investitori, migliorando la gestione delle relazioni.

La nostra lezione? Essere proattivi grazie all'analisi del sentiment significa non solo prevenire problemi, ma anche costruire relazioni più solide e strategiche.



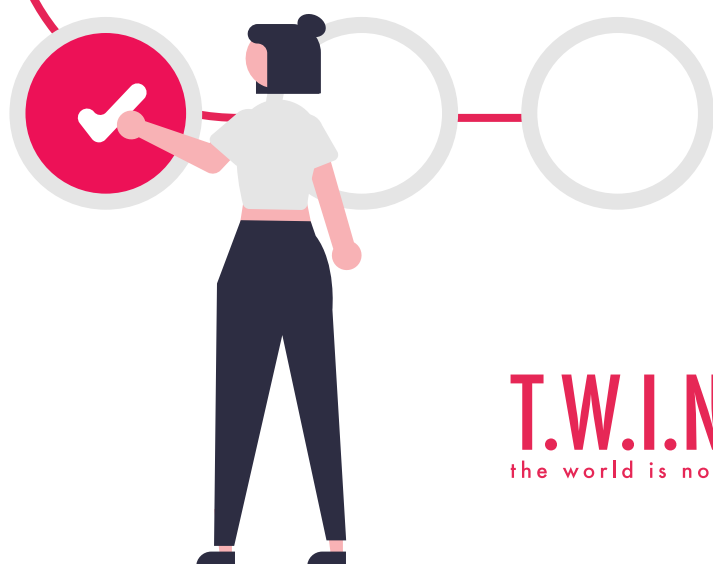
“E” come Etica

L'adozione dell'IA non è priva di sfide, soprattutto sul fronte della privacy e della trasparenza.

Il 40% delle aziende non ha ancora definito linee guida chiare per un uso responsabile dell'IA, sollevando questioni di governance e rischi reputazionali.

In TWIN, siamo consapevoli che la fiducia degli stakeholder è essenziale. Per questo, ci impegniamo a stabilire politiche trasparenti e rigorose, garantendo un uso etico e rispettoso delle tecnologie.

L'IA è uno strumento straordinario, ma è l'attenzione all'etica che fa davvero la differenza.

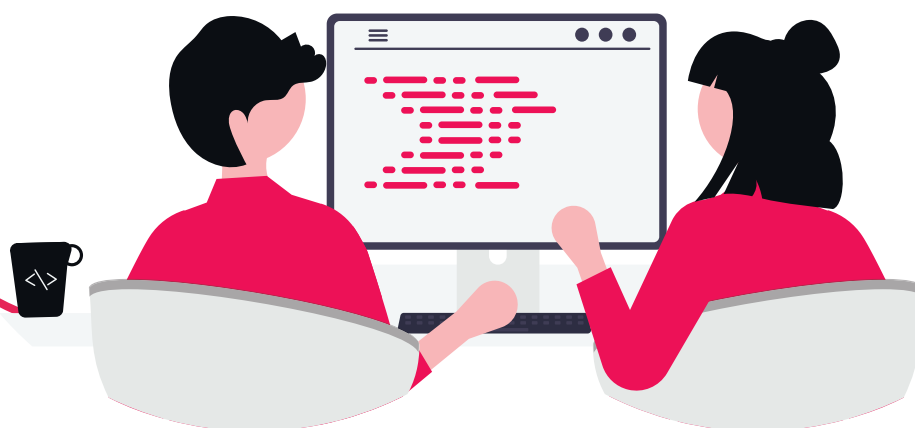


“F” come Futuro

Il 2024 è stato l'anno in cui l'IA ha avuto un impatto decisivo sulle media relations e sulle investor relations. Dall'automazione alla personalizzazione dei contenuti, fino all'analisi del sentiment, le innovazioni sono state tante.

Tuttavia, abbiamo capito che il vero valore si trova nell'equilibrio tra tecnologia e relazioni umane.

Per noi di TWIN, il futuro dell'IA è un'opportunità per crescere, senza mai perdere di vista l'importanza del contatto umano.



"G" come Generatività

G

Grazie all'IA generativa, creare testi, immagini e video è più veloce che mai. Questo ci ha dato la possibilità di sperimentare nuovi formati e linguaggi, ampliando le opportunità di comunicazione.

Abbiamo imparato che l'IA non è solo una scorciatoia per produrre contenuti, ma un'opportunità per innovare.

"H" come Human

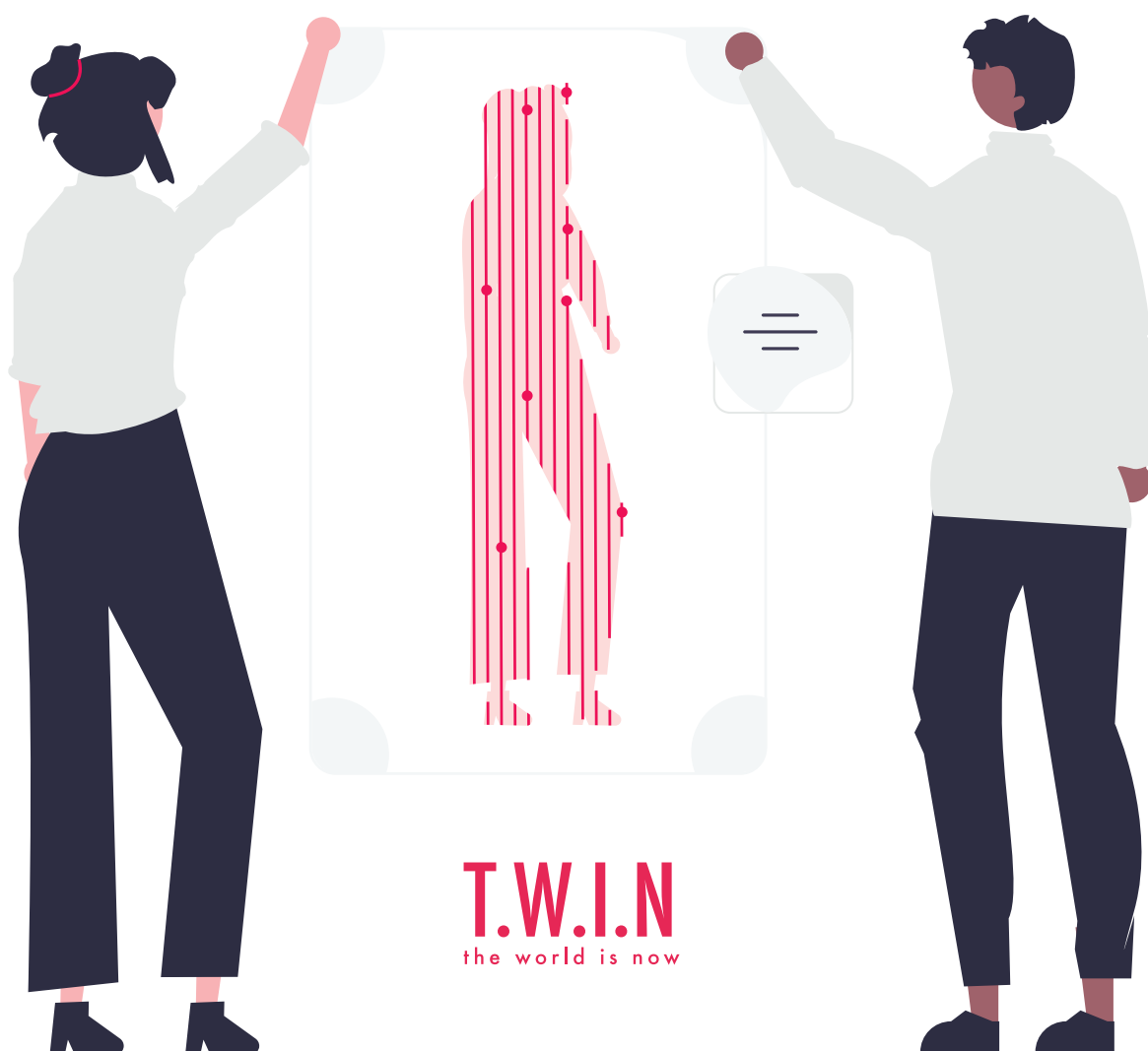
H

Nonostante il supporto della tecnologia, il tocco umano resta insostituibile. In TWIN crediamo fermamente che empatia e comprensione siano le vere leve del successo.

L'IA ci aiuta, ma sono le persone a fare la differenza.

"I" come Innovazione

Nel 2024, innovare è stato il nostro mantra. Abbiamo esplorato nuove frontiere nelle relazioni istituzionali e con gli investitori, dimostrando che l'IA non è solo uno strumento, ma una possibilità concreta di reinventare il nostro lavoro.

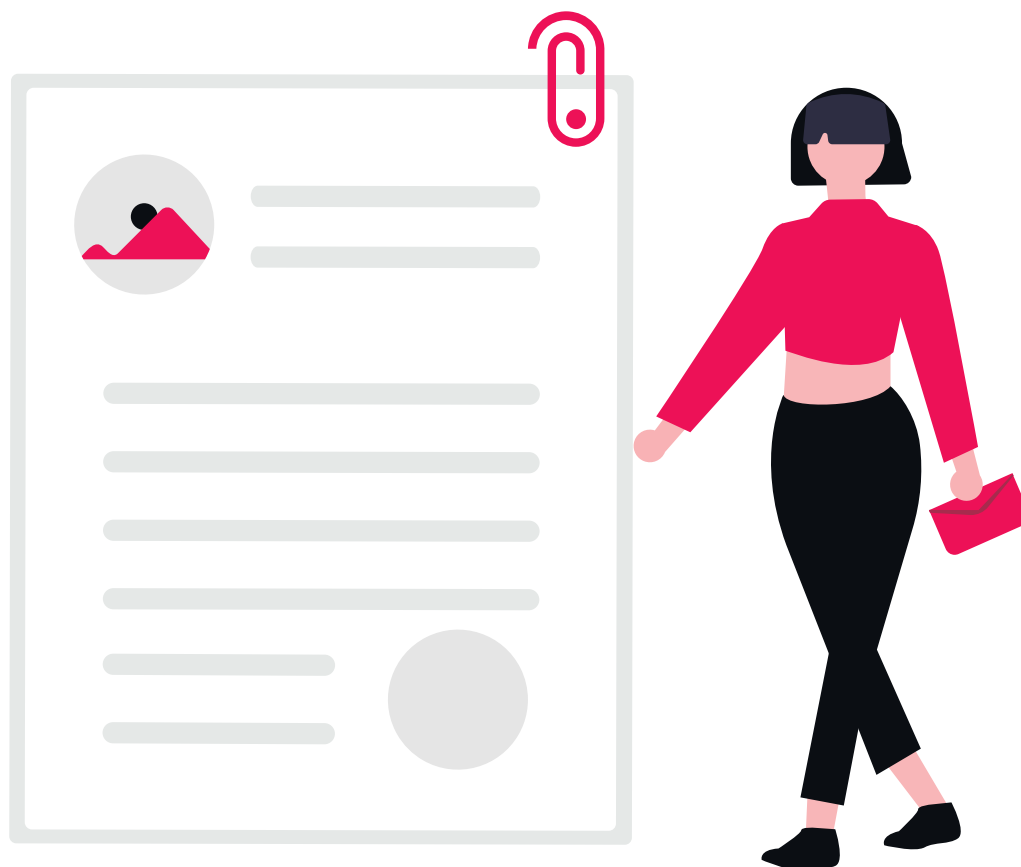


T.W.I.N
the world is now

Conclusioni

Il 2024 è stato un anno di crescita e trasformazione per TWIN. Abbiamo integrato l'intelligenza artificiale senza mai perdere di vista il valore delle relazioni umane.

Il nostro obiettivo per il futuro? Continuare a esplorare nuove opportunità e affrontare le sfide con lo stesso spirito innovativo e collaborativo che ci ha portato fin qui.



T.W.I.N

the world is now

