

## AI e Text Analytics per la CX:

Evoluzioni della ricerca, Modelli e Soluzioni disponibili

18 settembre 2025 – ore 10.00 – 13.00 - Milano – c/o TEHA Group, Via F, Albani 21

**ISCRIVITI ORA**

### PROGRAMMA

#### 1. Text Analytics e AI applicata al linguaggio: scenario di riferimento

- **Linee di ricerca in atto.** Ad esempio: LLM, Analisi del sentiment, Question Answering (QA), NLP Multilingue, Interpretabilità e spiegabilità dei Modelli, ecc.
- **Tecnologie emergenti nell'AI del linguaggio.** Ad esempio: architetture transformer avanzate e post transformer; Retrieval Augmented Generation; Speech-to-Text e Modelli voce-testo; Apprendimento Zero-shot e Few-shot.
- **Sfide attuali nell'AI del Linguaggio.** Ad esempio: Bias e Fairness; Spiegabilità e Trasparenza; Privacy dei Dati; Sostenibilità Computazionale.
- **Evoluzione dei Modelli.** Ad esempio: Modelli Multimodali e Interazioni più Naturali; Miglioramento dell'Efficienza ed Eco-Sostenibilità dei Modelli; Miglioramento del Ragionamento e della Fattualità; Adozione Diffusa e Integrazione Quotidiana dell'AI Linguistica; AI Responsabile e Regolamentazione.

#### 2. I criteri di valutazione di un sistema di Text Mining e di AI applicata al linguaggio

**Criteri relativi all'offerta attuale.** Ad esempio: verifica di accuratezza; AI: knowledge-based o symbolic, ML-based, gen AI, preprocessing e post-processing; text labelling per il ML training; analytics; conversational Intelligence; document-level text mining/NLP; Natural Language understanding; compliance; supporto per i singoli use case.

**Criteri relativi alla Strategia.** Ad esempio: visione, innovazione, roadmap, ecosistema dei partner, adoption, flessibilità e trasparenza del pricing

#### Possibili fattori critici di successo:

- Facilità con cui i business-owner del processo di data-mining possono verificare e migliorare l'accuratezza delle informazioni generate
- Fornitura di acceleratori aggiuntivi (OOTB, Out Of The Box) rispetto al sistema di base, personalizzati per settore/business
- Facoltà/facilità di controllare e governare l'utilizzo della GenAI.

#### 3. La personalizzazione dei Text Analytics in relazione all'industry e al business

- Personalizzazione al **settore**. Ad esempio: ontologia e dizionario settoriale; intent detection e modelli di classificazione; metriche e KPI rilevanti.
- Personalizzazione al **business**. Ad esempio: personalizzazione dei topic, delle categorie e sottocategorie; allineamento con i processi aziendali; integrazione dei TA con CRM, VoC e Ticketing; modelli supervisionati con dati interni (trascrizioni, chat, email).
- Personalizzazione dei **report e insight**. Ad esempio: dashboard dedicate per le diverse categorie di stakeholder; sistema di alerting su misura.

#### 4. Interviste ai Protagonisti

**I player che innovano con il text analytics per la Customer Experience sono invitati a salire sul palco: proponetevi e fate sentire la vostra voce."**

Il Circle nasce dal contributo di tutti [Proponi in anticipo le tue domande](#)

#### Prime domande previste:

- Come si sta muovendo la Vs società per rendere disponibili nuove soluzioni di frontiera? Cosa state sviluppando e quale time-to-market è previsto?
- Quali caratteristiche distintive consigiate alle imprese di ricercare nella scelta delle soluzioni di TA?

### Customer Obsession Circle: i primi Partner



## AI e Text Analytics per la CX:

Evoluzioni della ricerca, Modelli e Soluzioni disponibili

18 settembre 2025 – ore 10.00 – 13.00 - Milano – c/o TEHA Group, Via F, Albani 21

**ISCRIVITI ORA**

### RELATORI CONFERMATI

Altri relatori potrebbero aggiungersi

#### **Fabio Massimo Zanzotto**

*Fabio Massimo Zanzotto è Professore di Informatica presso l'Università di Roma Tor Vergata, dove guida il gruppo di ricerca Human Centric Art. Con un solido background in linguistica computazionale, intelligenza artificiale e machine learning, ha maturato un'esperienza trentennale nello sviluppo di metodologie innovative per l'analisi automatica dei testi.*

*Collabora con organizzazioni aziendali (Almawave) e istituzioni accademiche e ha pubblicato numerosi articoli scientifici su text analytics, sentiment analysis e natural language processing, contribuendo in modo significativo alla ricerca internazionale. Il suo lavoro riguarda in particolare l'applicazione di modelli di deep learning e reti neurali distribuite per la comprensione semantica del linguaggio.*

*È stato coinvolto in progetti nazionali ed europei relativi alla customer experience e all'analisi della voce del cliente, con l'obiettivo di trasformare grandi volumi di dati testuali in insight utili a supportare decisioni strategiche. Grazie alla sua esperienza, Zanzotto è considerato uno dei principali esperti italiani nell'applicazione del text analytics in contesti di business e innovazione.*

#### **Luca Massaron**

*Luca Massaron è Data Scientist presso Illimity e autore di fama internazionale, con una consolidata esperienza nell'ambito dell'analisi dei dati e dell'intelligenza artificiale. È specializzato in machine learning, data mining e soprattutto text analytics, ambito nel quale ha sviluppato numerosi progetti volti a estrarre insight strategici da grandi moli di dati testuali.*

*Autore di libri di riferimento tradotti in più lingue e best seller su machine learning e data science, Massaron ha contribuito alla diffusione di metodologie pratiche e applicazioni avanzate per la sentiment analysis, il natural language processing e l'analisi semantica. Il suo approccio unisce rigore tecnico e capacità divulgativa, rendendolo un punto di riferimento per professionisti e aziende.*

*Ha collaborato con imprese e istituzioni in progetti di text analytics applicati alla customer experience, all'analisi della voce del cliente e al supporto decisionale, con l'obiettivo di migliorare i processi aziendali e l'engagement dei clienti. La sua esperienza lo colloca tra i principali esperti italiani di text analytics applicato al business e all'innovazione.*

#### **Elisabetta Sacilotto**

*Elisabetta Sacilotto è Responsabile Vendite Clienti Strategici per Medallia Italia, con oltre vent'anni di esperienza nella gestione commerciale di soluzioni tecnologiche avanzate in contesti internazionali. Ha conseguito la laurea in Ingegneria Elettronica presso l'Università di Padova e un Executive MBA presso il Politecnico di Milano.*

*Nel suo percorso professionale ha maturato competenze significative nell'ambito della customer e employee experience, con particolare attenzione al ruolo del text analytics come strumento per comprendere e valorizzare i feedback provenienti da molteplici canali. La sua attività si concentra nell'aiutare le organizzazioni a trasformare i dati testuali in insight utili per migliorare le decisioni strategiche e operative.*

*Grazie a una carriera sviluppata in aziende tecnologiche globali, Elisabetta ha consolidato la capacità di collegare le innovazioni nell'analisi del linguaggio naturale con le esigenze concrete di business, diventando un punto di riferimento per l'adozione di pratiche avanzate di text analytics in Italia.*