

OPENMALL > LA STARTUP MILANESE STA RIVOLUZIONANDO IL TRADIZIONALE CONCETTO DI E-COMMERCE UNENDO LE POTENZIALITÀ DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE A QUELLE DEGLI SPAZI IMMERSIVI

I nuovi negozi online tra AI e realtà virtuale

«**M**ettiamo l'intelligenza artificiale all'interno dei mondi immersivi. È il futuro dell'e-commerce e noi vogliamo esserne protagonisti». A parlare è Gennaro Calì, Ceo e Founder di OpenMall, startup innovativa milanese la cui idea nasce nel 2018 all'interno di PoliHub, l'Innovation Park & Startup Accelerator del Politecnico di Milano. L'intuizione alla base è semplice: «Ci occupiamo di AI, nelle sue varie forme e tipologie, e di esperienze immersive, come 3D e spatial computing. L'incontro tra queste due anime che ci contraddistinguono ci permette di ragionare su un nuovo modo di vendere online e non solo. Non a caso, abbiamo un brevetto internazionale sull'AI applicata ai mondi immersivi, con un focus in primis sulla necessità di cambiare il concetto attuale dell'e-commerce, rivoluzionando il rapporto tra brand e consumatori». Oggi la startup sta valutando l'ingresso di nuovi investitori e/o partner industriali per accelerare la roadmap di sviluppo. A livello commerciale, infatti, la proposta di OpenMall incontra con sempre più favore l'interesse di System Integrator e Marketing e Communication Agency in ottica di sinergie e collaborazioni, che ne riconoscono i vantaggi.

I PUNTI FORTI

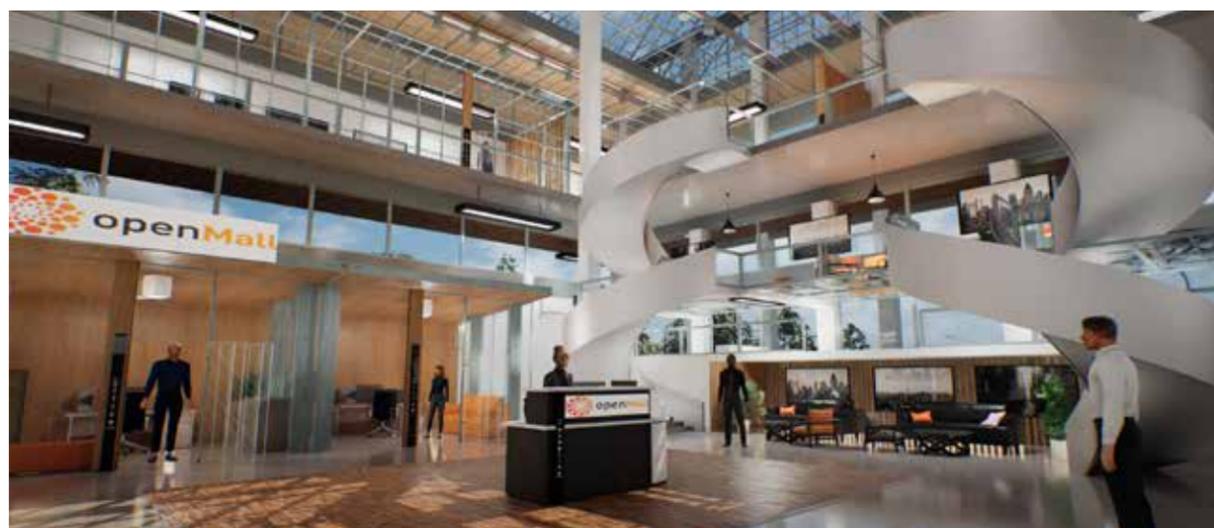
«La nostra proposta inizia creando i cosiddetti AI Agents, che sono software che, rispetto al classico chatbot e all'assistente virtuale solitamente reattivi sugli input che ricevono, sono più proattivi e "ragionano" facendo azioni in autonomia», afferma Calì. Come spiega il Ceo e Founder di OpenMall, la startup li ha presi con una user interface innovativa con sembianze umane molto realistiche. «Questi agenti sono come collaboratori o addirittura come dipendenti che svolgono per l'azienda vari compiti - continua - dal marketing al customer care. Inoltre, sono multicanale, quindi sono in grado di agire in contemporanea su più canali (sito web, telefono, mail, whatsapp, social ecc.), e possono collegarsi ai sistemi interni dell'azienda (database o software interni) non limitandosi a restituire risposte in real time ma restituendo documenti, facendo contratti, prendendo appuntamenti, analizzando dati e dando consigli». Per Calì «le imprese sono molto attente a questo aspetto, perché sempre di più inseriscono progetti di AI



GENNARO CALÌ, CEO E FOUNDER DI OPENMALL



NEGOZIO E-COMMERCE DI LUSO IN 3D. AVATAR AI ESPERTI, TRY-ON VIRTUALI, SFILATE IMMERSIVE



UFFICIO VIRTUALE 3D DI OPENMALL. CI SI MUOVE TRA GLI SPAZI, SI INCONTRANO AVATAR/AI AGENTS, SI FANNO DOMANDE IN TEMPO REALE, SI GUARDANO DEMO, SI FISSANO APPUNTAMENTI. UN MODO UNICO PER CONOSCERE OPENMALL. SI ACCEDE VIA WEB O IN VR PER UN'ESPERIENZA ANCORA PIÙ IMMERSIVA

non solo come trade-union con l'esterno ma all'interno per dare supporto ai dipendenti. Questo consente di ottimizzare i processi e migliorare la diffusione delle informazioni tra i reparti a partire da un unico punto di interlocuzione. Il vantaggio è che sono uno strumento che possiamo fornire a ogni tipologia di azienda, da quelle che danno risposte ai turisti alla consulenza finanziaria per le banche, oltre a supportare ogni aspetto dell'esperienza dell'utente. Essendo dei veri e propri "colleghi", possono anche chiedere assistenza a un dipendente umano se serve un intervento». Il secondo punto forte riguarda gli ambienti im-



DIGITAL TWIN IPER-REALISTICI PER AI AGENTS, MONDI VIRTUALI E ATTIVITÀ DI MARKETING AVANZATE

mersivi: «Gli agenti AI vengono inseriti all'interno di un'esperienza 3D interattiva, perché creiamo un habitat virtuale per supportare l'utente. Tra le modalità per interagire c'è sicuramente la web application, su mobile o desktop, per la quale usiamo un motore grafico come Unity. Per avere soluzioni iperrealistiche, invece, usiamo un motore grafico come Unreal Engine, che ci aiuta inoltre a realizzare una "meta identity" che replica le fattezze della persona. Questo ci permette di mettere insieme in un ambiente immersivo avatar delle persone e agenti AI a interagire, creando una nuova modalità di relazione e ingaggio tra aziende e consumatori». Le possibilità sono tantissime: dall'assistenza da remoto agli uffici virtuali, passando per sale riunioni e store online, con un approccio data-driven arricchito da ulteriori informazioni preziose.

VENDERE IN MODO SMART

Unendo questi due aspetti, quello che OpenMall vuole fare è rivoluzionare in primis l'e-commerce: «Con il nostro AI-commerce, vogliamo dare una marcia in più alle piccole imprese che non riescono a stare al passo delle più grandi, grazie a queste tecnologie innovative per ingaggiare le persone, soprattutto i giovani, e per dotarli di strumenti di AI generativa in grado di offrire immagini evocative e più descrittive, magari in 3D». Per il Ceo e Founder, infatti, i vecchi siti non possono essere l'e-commerce

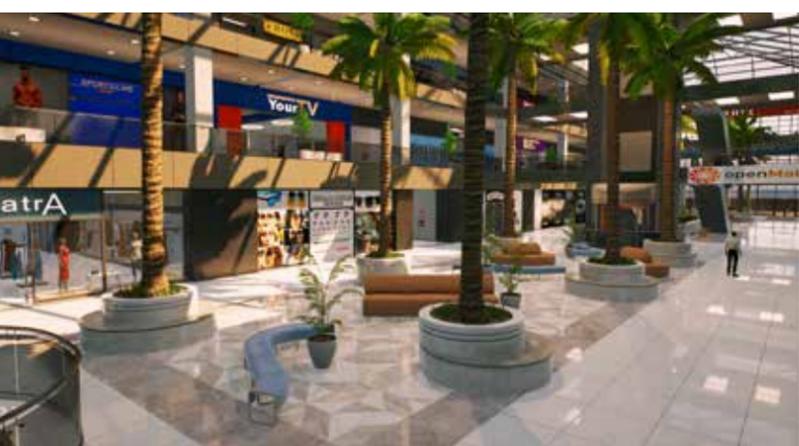
del futuro: «Noi forniamo il personal shopper all'interno di un sito che diventa conversazionale, con la possibilità di parlare con l'avatar di un commesso che dà consigli e facilita la vendita. Inoltre, i nostri sistemi imparano dall'utente e di conseguenza personalizzano le promozioni, il che li rende ottimi per supportare le strategie di marketing». Lo step successivo, specifica, è aiutare le aziende anche negli update tecnologici: «Possiamo creare il modello 3D del negozio a partire dalla planimetria, una versione personalizzata e interattiva nel quale gli utenti possono muoversi esattamente come fanno nel negozio fisico, osservando e valutando i prodotti, anche in VR e XR tramite specifici device. Rimane la possibilità, ovviamente, di usare template già pronti, ovvero modelli preimpostati di negozi così da ottimizzare i costi di accesso» comunque alla portata: OpenMall promuove un modello di business win-win ovvero fornitura di tecnologie evolute a fronte di una fee sul venduto. Un caso particolare riguarda Luxium, una soluzione pensata per i brand di lusso, sul quale afferma che «sfrutta avatar molto evoluti, strumenti per valutare il concept della vetrina e la funzionalità per cambiare oggetti in vendita in base alla stagionalità senza dover renderizzare di nuovo il negozio». Senza dimenticare, inoltre, gli eventi che possono animare questi spazi immersivi, come ad esempio «sfilate virtuali con avatar, dopo aver digitalizzato in modo

iperrealistico i modelli a cui viene aggiunto l'abito, con misure fisiche reali. In quest'ultimo caso, si aiuterà a risolvere il problema del reso se i vestiti acquistati non vanno. Un domani, si potranno fornire le misure reali della persona e permettere all'individuo un'esperienza "multi-abiti" in poco tempo». Infine, c'è la possibilità che il commesso virtuale possa dare al cliente informazioni su quale store fisico reperire i capi d'abbigliamento o di ordinarli direttamente dallo store 3D. Siamo a disposizione di coloro che cercano un nuovo modello di e-commerce o vogliono sperimentare tecnologie avanzate per migliorare la customer experience e trasformare la loro idea in un progetto vincente

UN FUTURO VICINO

Il prossimo passo, attraverso tutti questi negozi, è chiaro: «L'obiettivo è aprire un centro commerciale online, immersivo, dove gli utenti possono incontrarsi anche se sono fisicamente distanti. Si chiamerà AI Mall e conterrà tutti negozi immersivi. Ci sarà una AI principale, di nome Maia, che sarà collegata alle AI di ogni singolo store». Un altro obiettivo importante riguarda l'utilizzo dei glasses in realtà aumentata: «Lanceremo una nostra applicazione che mostrerà attraverso gli occhiali sconti e promozioni del negozio fisico entro un raggio d'azione a dove si trova lo store. È un modo per avvisare i potenziali clienti delle opportunità che ci sono». Ma l'expertise di OpenMall permette di spaziare in molti campi per creare soluzioni personalizzate ad hoc. «Ad esempio - chiarisce - abbiamo sviluppato una AI dedicata alla logistica per analizzare la flotta, elaborare gli ordini in ingresso, valutare mezzi e autisti e tratte adeguati al fine di ottimizzare i flussi, i tempi e i costi. O ancora, in ambito HR, è possibile analizzare migliaia di CV con questa tecnologia, scremandoli in base alle skill che le imprese cercano. L'AI può fare una prima intervista dei candidati prima dello scrutatore, magari dividendo i CV per gradi di compatibilità. Questo incontro tra domanda e offerta è particolarmente utile anche nel campo della formazione. Con il nostro strumento AI Teach siamo in grado di suggerire quali percorsi formativi intraprendere in base a cosa cerca il mercato». Il futuro, dunque, vedrà l'intelligenza artificiale sempre più protagonista. «Le aziende ora devono adeguarsi e reinventarsi trasformando l'ostacolo in una opportunità, oppure il rischio è rimanere fuori - conclude Calì - Un domani avremo sicuramente uno scenario fatto da multi-agent, nella quale gli agenti AI comunicheranno tra di loro, collegheranno l'azienda ad altre aziende e servizi, prenderanno appuntamenti, faranno report e molto altro. Un domani saranno questi agenti AI che organizzeranno le attività e prenderanno decisioni per aiutarci a raggiungere l'obiettivo che abbiamo condiviso con loro».

Per informazioni:
openmall.ai
info@openmall.it



UN GRANDE CENTRO COMMERCIALE 3D, POPOLATO DI AI AGENTS, NEGOZI E SERVIZI. UN HUB DOVE INCONTRARE CLIENTI E CREARE COMMUNITY SENZA LIMITI FISICI



AGENTI DI AI: GLI SPECIALISTI DI SETTORE PER AIUTARTI NELLA TUA ATTIVITÀ