

INVESTECH SPA THE MONTHLY LIFELINE

Numero 48
Luglio/Agosto
2025

Investech Values

Il ruolo dell'intelligenza
artificiale
nell'engagement del
cliente nel mercato
farmaceutico

L'industria farmaceutica, tradizionalmente basata su interazioni dirette e un'ampia diffusione, sta subendo una profonda trasformazione guidata dall'intelligenza artificiale. Oggi, l'IA sta ridefinendo il modo in cui le aziende farmaceutiche interagiscono con la loro eterogenea base di clienti – inclusi professionisti sanitari, pazienti e ricercatori – rendendo le interazioni più personalizzate, efficienti e scientificamente informate. Questo cambiamento è profondamente intrecciato con la diffusione, l'interpretazione e l'applicazione della ricerca scientifica. Per i professionisti sanitari, le piattaforme basate sull'IA possono curare e fornire aggiornamenti scientifici personalizzati, risultati di studi clinici e materiali di formazione medica pertinenti alle loro specifiche aree di pratica o interesse. L'IA agisce come un ponte sofisticato, collegando l'output della ricerca scientifica con le esigenze pratiche

e i requisiti informativi di vari segmenti di clientela. Consente alle aziende farmaceutiche non solo di comunicare in modo più efficace, ma anche di comprendere e reagire al panorama in evoluzione della scienza medica e dell'assistenza ai pazienti. Sebbene le considerazioni etiche relative alla privacy dei dati e all'uso responsabile dell'IA rimangano di primaria importanza, la capacità della tecnologia di personalizzare la diffusione della conoscenza scientifica e promuovere interazioni più significative con i clienti sta innegabilmente trasformando il panorama del mercato attuale.

Blog: The Best of Giugno

Le scorte di sicurezza dei prodotti diminuiscono il costo di trasporto e spedizioni impreviste. Garantire la disponibilità di servizi ai clienti finali è quindi una priorità per identificare un valore per il prodotto e per la catena di vita degli acquisti. L'assistenza clienti, così come lo storico dei tassi di utilizzo, vengono utilizzati per ridurre spese di straordinario e costi di produzione. L'adozione di sistemi di intelligenza artificiale aiuta questi processi sia in ambito di marketing che di gestione di tutta l'infrastruttura commerciale. Questo è uno degli argomenti chiave affrontati nel nostro blog nel mese di giugno, insieme ad una nuova gestione dei dati aziendali.

The New In

L'ideazione e la formulazione della teoria del transistor a giunzione, inizialmente denominato "sandwich transistor" nel laboratorio di William Shockley, risalgono rispettivamente a gennaio 1948 e alla primavera dell'anno successivo. Nel 1956, i tre ricercatori – Walter Brattain, John Bardeen e William Shockley – ricevettero il Premio Nobel per la Fisica, con la motivazione «per le ricerche sui semiconduttori e per la scoperta dell'effetto transistor». Verso la fine degli anni '50, la produzione di transistor ha iniziato a orientarsi verso l'utilizzo del silicio come elemento semiconduttore, e, negli anni '70, il transistor al germanio è diventato obsoleto.

1948