

NEWS

Agente nella vetrina

Come lo schermo che parla e agisce serve concretamente ai titolari dei negozi e ai loro clienti, e perché la fiducia è il fattore decisivo.

22 giugno 2026, Tobias Engl



Per quindici anni uno schermo in negozio ha fatto soprattutto una cosa: mostrare ciò che qualcuno aveva pianificato prima. Questo sta cambiando alla radice. Lo schermo comincia a capire, a rispondere e ad agire. Da vetrina diventa interlocutore. Per i titolari non è un giocattolo, ma una leva concreta su fatturato, costi ed esperienza del cliente. E per i clienti significa aiuto esattamente quando serve.

COS'È

Dal display all'interlocutore

L'«agente nella vetrina» unisce tre cose: 1. percepisce il suo contesto in modo anonimo (quante persone gli stanno davanti, per quanto tempo, a che ora del giorno), 2. risponde a domande in linguaggio naturale a voce o digitando, e 3. genera sempre più i suoi contenuti da solo, da dati live ... assortimento, prezzi, appuntamenti, percorsi. Dove ha senso,

avvia perfino delle procedure; prenotare un appuntamento, guidare allo scaffale giusto. Da un loop infinito nasce un dialogo.

PROSPETTIVA 1

Dal punto di vista del titolare

Basta con la giostra dei contenuti. Tenere freschi i contenuti finora era lavoro continuo. L'agente estrae da solo promozioni, prezzi e disponibilità e ne compone messaggi coerenti, senza che qualcuno tocchi file ogni giorno.

Più rilevanza, più conversione. Invece di un messaggio per tutti, l'agente mostra quello adatto al momento giusto - in base a ora del giorno, scorte e contesto. Un discorso rilevante nel luogo della decisione agisce direttamente sullo scontrino.

Sgravio del personale. Alle domande ricorrenti: dove trovo ...? quanto costa ...? quando è ...? l'agente risponde ventiquattro ore su ventiquattro. La squadra guadagna tempo per ciò che le persone sanno fare meglio, consigliare e assistere.

Finalmente una misurabilità solida. L'agente sa in forma anonima quante persone lo hanno visto e usato, e quali contenuti funzionano. Dall'intuizione nasce una prova; la base per decisioni migliori e, dove opportuno, per ricavi pubblicitari sulla propria superficie.

PROSPETTIVA 2

Dal punto di vista della cliente e del cliente

Subito una risposta, senza app, senza coda. Si chiede e si riceve un'informazione chiara nella propria lingua: il prodotto giusto, la strada più breve, il prossimo orario libero. Nessun download, nessuna attesa al banco.

Personale, ma non invadente. L'aiuto si sente vicino, senza che qualcuno venga riconosciuto o misurato. L'agente reagisce alla domanda, non al volto.

Accessibile a tutti. Caratteri grandi, funzione di lettura vocale, alto contrasto e molte lingue su un solo apparecchio rendono l'informazione più accessibile di qualsiasi cartello stampato e soddisfano al tempo stesso i requisiti dell'accessibilità.

Utile invece che pubblicitario. Poiché l'agente risolve prima la domanda, nasce fiducia, ed è proprio questa fiducia a rendere efficace la raccomandazione che l'accompagna.

IL PUNTO CRUCIALE

La fiducia è il fattore decisivo

Più uno schermo parla e agisce da solo, più diventa importante potersi fidare di lui. In Europa non è un tema secondario. Un agente nella vetrina può essere curioso della domanda, ma non della persona. Si misura in modo anonimo e aggregato. Contatti visivi e tempo di permanenza, nessuna interpretazione demografica o emotiva, come esigono l'AI Act europeo e il GDPR. I contenuti generati restano tracciabili e contrassegnati, i dati vengono elaborati localmente e nell'UE. Così la protezione dei dati non diventa un freno, ma un argomento di vendita.

Proprio qui sta la forza di ScreenWay! Lo schema che regge lo schermo parlante - agenti isolati e controllabili, elaborazione locale, sovranità europea dei dati - è già previsto nell'architettura pensata local-first. L'agente nella vetrina non è un cambio di piattaforma, ma il passo successivo più naturale.

Bergx2 costruisce dal 1998 esattamente questo fondamento: local-first, conforme al GDPR e su richiesta on-premises. Guardi in una demo gratuita come le sue superfici diventano un interlocutore: screenway.com · vertrieb@screenway.com.

FONTI

ISE 2026 / invidis – IA agentica nel CMS, assistenti MCP. – spatialagents – lo schermo come interlocutore parlante, voice-first. – blinksigns – sistemi autonomi. – Nento – contenuti generativi iperpersonalizzati.

Regolamento (UE) 2024/1689 (AI Act europeo), art. 5 – limitazione del riconoscimento delle emozioni/categorizzazione biometrica; GDPR – minimizzazione dei dati, trasparenza, consenso.