



BEAUTY2BUSINESS

Diretto da Angelo Frigerio

- ATTUALITA'
- RETAIL
- FIERE
- BODY
- FACE
- MAKE UP
- HAIR CARE
- MAN CARE
- ORAL CARE
- GREEN
- TECH
- HOME CARE



Intelligenza artificiale e cosmesi digitale. L'analisi di Aideco

6 Marzo 2024 | Attualità, Mercato, Tech

Milano – La tecnologia è in costante evoluzione e anche il mondo della cosmetica è immerso in questa rivoluzione. Sono sempre di più, infatti, i brand che mettono a disposizione dei loro clienti **app o piattaforme** che permettono di vivere un'esperienza **virtuale personalizzata** in grado di offrire una beauty routine individuale. A confermarlo, la **dottorssa Alessandra Vasselli (foto), cosmetologa Aideco (Associazione italiana dermatologia e cosmetologia)**: "Grazie ai dispositivi spesso supportati dall'intelligenza artificiale, i consumatori hanno la possibilità di poter ricevere questo tipo di supporto nella ricerca, nella selezione e nel successivo acquisto del cosmetico. Tramite domande a risposta multipla o richiedendo un selfie, le app consigliano quale sia il miglior prodotto cosmetico da acquistare appartenente al brand proprietario dell'app". Come spiega la dottoressa, però, questo percorso può risultare limitante perché, nonostante l'IA sia parte del quotidiano, **persiste la voglia di toccare con mano** il cosmetico prima di acquistarlo. La realtà aumentata, insieme all'utilizzo dell'IA, dunque, sono un **importante supporto alla cosmetica**, ma solo se correttamente progettate e coerentemente utilizzate. La possibilità di avere sul proprio dispositivo tutte le **informazioni** riguardanti un prodotto, inoltre, può essere un vantaggio per le aziende per creare un **rapporto di fiducia e di fidelizzazione del cliente**.

Condividi

