

Possibili “pain points” e obiezioni dei clienti e come affrontarli

Quando si propone l'adozione di un agente AI, è normale che emergano dubbi o resistenze. Ecco alcune possibili **obiezioni** che i clienti del nostro partner potrebbero sollevare riguardo al Consulente Medico, con suggerimenti su **come rispondere efficacemente** per mitigare le preoccupazioni:

Obiezione / Dubbio cliente	Strategia di risposta (messaggi chiave)
1. Accuratezza delle risposte: <i>“Possiamo fidarci di quello che dice l'agente? E se sbaglia informazione medica?”</i>	Rassicurazione sulla fonte dati: Spiega che l'agente è vincolato a fonti ufficiali e non “inventa” nulla di suo. Ogni risposta è basata su documenti di enti come OMS e Ministero della Salute, che sono per definizione attendibili. Inoltre, l'agente cita sempre la fonte , permettendo al cliente stesso di verificare il contenuto all'occorrenza. In sostanza, l'agente riduce il rischio di errore umano nella ricerca, perché attinge direttamente alla conoscenza validata e aggiornata, a differenza di una ricerca libera sul web che potrebbe portare a risultati inaffidabili.
2. Responsabilità medico-legale: <i>“Se l'agente fornisce un'indicazione sbagliata e qualcuno ne subisce conseguenze, di chi è la responsabilità?”</i>	Definizione chiara del perimetro d'uso: Sottolinea che l'agente non sostituisce il parere medico professionale . È uno strumento informativo interno, per supportare gli operatori nel reperimento di dati e linee guida ufficiali. Non fornisce consulenze personalizzate né prescrizioni. Suggerisci di inserire un breve disclaimer nella descrizione dell'agente o nell'introduzione alla chat (ad es. <i>“L'agente fornisce informazioni generali da fonti mediche autorevoli; per decisioni cliniche sul singolo paziente rivolgersi al medico curante.”</i>). Così il ruolo rimane chiaro. Inoltre, proprio perché cita fonti, il cliente può vedere che l'agente sta riportando, ad esempio, una linea guida ministeriale (che ha valore legale e clinico proprio) e non una sua opinione. Questo dovrebbe mitigare timori di responsabilità: l'agente è in sostanza un veicolo di informazioni pubbliche già validate.

Obiezione / Dubbio cliente	Strategia di risposta (messaggi chiave)
3. Preferenza per l'interazione umana: <i>“I nostri operatori/utenti preferiscono parlare con un medico vero, non con un bot.”</i>	Posizionamento come supporto e non concorrente: Fai capire che l'agente non toglie il “fattore umano” dove conta. Non è pensato per interagire da solo con il paziente (se non per risposte generiche), ma per potenziare i professionisti stessi. Ad esempio, un infermiere che usa l'agente può dare risposte immediate e corrette al paziente mantenendo l'empatia e il giudizio umano nell'interazione. In ambito di call center o help desk, l'agente aiuta l'operatore umano a brillare, perché gli fornisce subito i contenuti giusti da comunicare. Quindi può essere presentato non come “sostituto” ma come collega virtuale che sbriga la parte di ricerca noiosa, lasciando agli umani la comunicazione e le decisioni. Questo spesso vince le resistenze: gli utenti capiscono che non perderanno il contatto umano, anzi potranno dedicare più tempo a quello, avendo il carico cognitivo ridotto dall'AI.
4. Dati aggiornati e affidabilità nel tempo: <i>“Le informazioni mediche cambiano. Come facciamo a sapere se l'agente sarà aggiornato con le ultime novità (nuovi farmaci, nuove linee guida)?”</i>	Spiega la live knowledge base: Il vantaggio dell'approccio di Copilot Chat è che l'agente fa riferimento a risorse web sempre aggiornate. Quindi, se domani il Ministero pubblica una nuova normativa, l'agente la utilizzerà subito perché consulta direttamente il sito ufficiale. Non c'è bisogno di re-addestramento lungo come per altri sistemi. Inoltre, proprio perché possiamo modificare rapidamente le fonti configurate (come spiegato, in pochi clic si può aggiungere un link nuovo), l'agente è molto flessibile. Puoi assicurare che verrà istituito un processo di revisione periodica delle fonti (magari ogni 6 mesi, in collaborazione con il cliente stesso), per valutare se includere nuove fonti o rimuovere quelle obsolete. In questo modo il cliente sente che il sistema è dinamico e mantenuto attivamente, non qualcosa che una volta impostato resta fermo.

Obiezione / Dubbio cliente	Strategia di risposta (messaggi chiave)
5. Privacy e sicurezza: <i>“Mettere dati su AI esterne (es. ChatGPT) non è conforme GDPR. Come siamo messi a sicurezza con questo agente?”</i>	Sicurezza enterprise di Microsoft 365 Copilot: È qui importante marcare la differenza rispetto a soluzioni consumer. Il nostro agente vive dentro l’ecosistema Microsoft 365, con tutti i controlli di sicurezza aziendali in atto. Nessun dato sensibile viene inviato a servizi esterni non autorizzati; le query e risposte restano all’interno del tenant Microsoft 365 del cliente, protette da enterprise data protection. Ad esempio, Microsoft non usa i prompt per addestrare modelli pubblici e li tratta secondo le policy di conformità. Inoltre, l’agente attinge a dati pubblici (nessun dato personale), quindi non c’è rischio di esposizione di informazioni private di pazienti o dell’azienda. Se il cliente ha già timori di ChatGPT, si può dire chiaramente: <i>“Questo non è ChatGPT pubblico: è la tecnologia Copilot Microsoft configurata con accesso solo a fonti che decidiamo noi, e governata dall’IT aziendale.”</i> In più, evidenzia che gli admin hanno controllo: possono monitorare log, disabilitare l’agente in qualsiasi momento, etc., come da standard M365.
6. Adozione e formazione: <i>“I nostri dipendenti non sono esperti di nuove tecnologie; rischiamo che non lo usino o non sappiano usarlo.”</i>	Semplicità d’uso e supporto iniziale: Mostra l’interfaccia, magari con screenshot o una demo dal vivo: l’agente appare come una normale chat (tipo Teams chat) dove basta scrivere una domanda e attendere la risposta. Sottolinea che non serve alcuna installazione complicata: se usano Teams o il portale M365, avranno l’agente pronto. Inoltre, offri di organizzare una breve sessione formativa o di preparare un cheat-sheet con esempi di domande (puoi riutilizzare quelli della sezione precedente come base). Spesso vedere 2-3 query di esempio scioglie le paure tecniche. Puoi anche proporre un periodo pilota con un piccolo gruppo di “champion” interni che provino l’agente e poi aiutino i colleghi a imparare. Fortunatamente, l’esperienza utente è progettata per essere alla portata di tutti – è come fare una ricerca su Google, ma in linguaggio naturale e con una sola risposta

Obiezione / Dubbio cliente	Strategia di risposta (messaggi chiave)
	mirata. Dopodiché, rassicura che sarai disponibile per supporto in itinere: se emergeranno dubbi, potrai intervenire (anche aggiornando l'agente se serve). L'idea da trasmettere: non è l'ennesimo software complesso, ma un assistente facile da interrogare, che anzi ridurrà il carico di lavoro manuale.
7. Confronto con metodi tradizionali: “Perché dovremmo usare questo agente invece di far cercare al nostro staff le informazioni come hanno sempre fatto?”	Evidenzia il guadagno di efficienza e qualità: Porta esempi concreti: <i>“Attualmente, quando un operatore deve rispondere a una domanda complessa, magari perde 5-10 minuti a cercare sulle circolari ministeriali o su Google, col rischio di trovare una risposta su un forum non affidabile. Con l'agente, in pochi secondi ottiene la risposta giusta da fonte ufficiale, che può immediatamente passare all'utente.”</i> Moltiplica questo risparmio per il numero di richieste al giorno, e mostra come il tempo recuperato può essere reinvestito in attività a maggiore valore (es. dedicare più tempo all'ascolto del paziente, o smaltire più chiamate). Oltre al tempo, c'è il tema qualità: risposte coerenti e aggiornate riducono errori e difformità. Se hai dati o benchmark, usali: ad esempio, studi interni o casi simili mostrano che chatbot medici ben progettati possono aumentare la correttezza delle risposte del personale non medico del X% e dimezzare i tempi di ricerca. Questo significa anche migliore soddisfazione del cliente finale. Insisti sul fatto che adottare l'agente significa innovare il processo mantenendo l'affidabilità: è un investimento in modernizzazione che dà un vantaggio competitivo (l'organizzazione sarà vista come all'avanguardia nel fornire informazioni rapide e sicure).

Affrontando così le varie obiezioni, mostri che hai già considerato rischi e dubbi e li hai mitigati con precise funzionalità o politiche. Questo infonde fiducia. Ad esempio, evidenziare che **molte organizzazioni iniziano ad adottare agenti Copilot proprio per migliorare efficienza mantenendo sicurezza** aiuta a normalizzare l'idea. Se disponibile, puoi citare casi di successo (anche anonimi) di altri clienti: “Un'altra azienda sanitaria ha implementato un

agente simile per le FAQ e ha ridotto del 30% i tempi di risposta, senza nessun incidente di affidabilità.” – questi racconti spesso convincono.

In generale, l’approccio vincente è presentare l’agente come **soluzione co-creata con il cliente**: la knowledge base è basata su loro esigenze, le istruzioni le possiamo adattare in base alle loro policy, ecc. Quindi il cliente percepisce controllo e personalizzazione, anziché un prodotto black-box imposto dall’esterno.

Strategie per presentare l’agente in modo interessante (come renderlo appealing)

Per proporre con successo il Consulente Medico ai clienti (ad esempio strutture sanitarie o aziende farmaceutiche partner), è utile accompagnare l’aspetto tecnico con una **narrazione coinvolgente** e focalizzata sui benefici. Ecco alcune idee su come presentare l’agente in maniera efficace:

- **Racconta uno scenario concreto:** Inizia la presentazione mettendo i partecipanti in una situazione-tipo. Ad esempio: *“Immaginate Giulia, un’infermiera che lavora nel vostro reparto di cardiologia. Durante il giro visite, un paziente le chiede informazioni sugli effetti collaterali di un nuovo farmaco che sta assumendo. Di solito Giulia dovrebbe cercare sul computer le schede tecniche... con il nostro Consulente Medico, invece, le basta chiedere al volo al suo tablet: ‘Quali effetti indesiderati ha il farmaco X secondo il Ministero della Salute?’ e ottiene subito la risposta da fonte ufficiale, che può riferire al paziente in tempo reale.”*
Questo tipo di **storytelling** aiuta il cliente a visualizzare l’agente in azione nel **loro** contesto operativo quotidiano, facendo leva su un problema reale (il tempo perso nelle ricerche manuali, o l’incertezza nel rispondere).
- **Demo live con Q&A reali:** Nulla è più convincente di far vedere l’agente funzionare. Prepara alcune domande rappresentative (magari concordate in anticipo con qualche referente cliente per centrare argomenti di loro interesse) e **esegui una demo live**: apri la chat dell’agente e poni le domande, mostrando come risponde con rapidità. Ad esempio, chiedi: *“Quali sono le raccomandazioni attuali per l’isolamento di un paziente Covid?”* e lascia che l’agente restituisca la risposta (dovrebbe citare linee guida ministeriali aggiornate).
Pro tip: evidenzia la velocità e il fatto che l’agente cita la fonte. Puoi dire qualcosa come: *“Vedete? In 5 secondi abbiamo l’estratto di linea guida che altrimenti avremmo dovuto cercare nel documento PDF di 30 pagine dell’OMS.”* Questo crea l’**effetto wow** necessario a convincere.
- **Enfatizza i vantaggi per i vari stakeholder:** Se stai parlando a un pubblico misto (IT + responsabili sanitari + staff operativo), tocca i punti d’interesse di ciascuno:
 - Per i **manager sanitari**: sottolinea come l’agente può **migliorare la qualità del servizio** (informazioni coerenti e evidence-based date ai pazienti) e **ridurre i**

tempi morti, portando a maggiore produttività del personale sanitario e soddisfazione dell'utenza.

- Per l'**IT e i responsabili innovazione**: metti in luce la **sicurezza e governance** (come già discusso, niente dati escono, rispetto delle permission aziendali, controllo admin) e il fatto che è una soluzione integrata nell'ecosistema M365, quindi **nessun nuovo software complicato da gestire**. Inoltre, menziona che poiché è un progetto low-code/no-code, la manutenzione è facile e non richiede intensi costi di sviluppo.
- Per gli **operatori finali** (medici, infermieri, ecc.): evidenzia la **facilità** e come l'agente li aiuterà concretamente, togliendo parte dello stress di dover ricordare ogni dettaglio o sfogliare manuali. L'agente diventa "il collega sempre aggiornato" con cui confrontarsi in un attimo.
- **Comparazione prima/dopo**: Se hai raccolto metriche o puoi stimare l'impatto, presenta un rapido confronto:
 - *Prima*: "Operatore al telefono, 5 minuti per cercare info farmaco, risultato: paziente in attesa, operatore deve richiamare perché intanto ha messo in attesa, ecc."
 - *Dopo con agente*: "Operatore chiede al volo, in 30 secondi risponde e chiude la chiamata con cliente soddisfatto."
Puoi usare magari una slide schematica o un piccolo **diagramma di flusso** che faccia vedere i passi risparmiati. Questo approccio visivo aiuta i decisori a quantificare il miglioramento.
- **Metti l'accento sull'innovazione del partner**: Evidenzia che proponendo questa soluzione il partner (e quindi il cliente finale) si posiziona all'avanguardia. Ad esempio: *"I sistemi sanitari più moderni ora adottano assistenti AI per supportare il personale – con questo progetto, anche voi sarete tra i pionieri nell'uso responsabile dell'AI in sanità, migliorando l'assistenza senza aumentare i costi."*
Questo appello alla visione e al prestigio spesso funziona con il top management: l'idea di **non restare indietro** e anzi di poter raccontare a propria volta che hanno implementato l'AI in modo utile.
- **ROI e risultati attesi**: Riprendi i punti del ROI (vedi sezione successiva) con un taglio narrativo: ad esempio *"Immaginate di poter liberare 2 ore alla settimana per ciascun medico dal lavoro di ricerca documentale: in quell'ospedale di 50 medici, sono 100 ore di lavoro specialistico recuperate ogni settimana – che possono essere dedicate ai pazienti o ad attività di valore aggiunto. In un anno, significa migliaia di ore recuperate."*
Associare l'agente a numeri concreti di efficienza fa scattare l'attenzione dei responsabili finanziari e operativi.

- **Gamification e coinvolgimento:** Per incoraggiare l'utilizzo, suggerisci al cliente iniziative simpatiche interne: ad esempio un *contest* tra operatori su chi trova la domanda più "difficile" a cui l'agente sa rispondere, oppure dare un nome personalizzato all'agente (potrebbero volerlo chiamare col nome della mascotte dell'ospedale, ecc., per familiarizzare). Queste tattiche aumentano l'engagement e fanno percepire l'agente come parte della squadra.

In fase di proposta commerciale, potresti anche **offrire un periodo di prova** (ad esempio un prototipo funzionante per 1 mese su un set limitato di utenti) – spesso farlo provare di persona dissipa qualsiasi dubbio residuo. Durante quel pilot, raccogli storie di successo interne e poi riferiscile ai decision maker: niente li convince di più che sentire un loro collega dire "wow, mi ha davvero aiutato in questa occasione".

ROI potenziale dell'agente Consulente Medico

Implementare questo agente può generare un **ritorno sull'investimento significativo**, sia in termini quantitativi (tempo e costi risparmiati) che qualitativi (migliore accuratezza, soddisfazione e compliance). Riassumiamo i punti chiave del ROI:

- **Tempo risparmiato:**

Il beneficio più tangibile è la riduzione del tempo speso dal personale nella ricerca di informazioni. Stimiamo, in base a studi e casi simili, che un assistente del genere possa **ridurre del 20-30% i tempi di ricerca informativa** per richieste medie. Ad esempio, se un medico impiega 5 minuti a cercare un dato su un documento, con l'agente potrebbe avere la risposta in <1 minuto. Su scala, supponendo anche solo 10 consultazioni di questo tipo al giorno, sono ~40 minuti risparmiati per medico al giorno, ovvero oltre **3 ore alla settimana risparmiate per ogni medico/infermiere**. In un team di 10 persone, fanno 30 ore/uomo settimanali recuperate, equivalenti a quasi **1 FTE** aggiuntivo in termini di produttività ottenuta senza assumere nessuno in più. Un'analisi Forrester per Copilot in ambito SMB ha evidenziato risultati simili, con riduzioni dei tempi di certi processi fino al 25%. Nel nostro caso, liberare tempo significa personale sanitario che può dedicare quel tempo **direttamente alla cura del paziente o ad altre mansioni qualificate** invece che alla ricerca manuale.

- **Migliore precisione e decisioni più informate:**

Un ROI non solo sul tempo, ma sulla **qualità**: utilizzare fonti evidence-based riduce errori e migliora l'aderenza a linee guida cliniche. Questo può tradursi in:

- **Meno incidenti o refusi informativi:** es. dare istruzioni sbagliate al paziente perché si è ricordato male un protocollo. L'agente fornisce la versione giusta al momento giusto. Dati di letteratura indicano che l'uso di AI come co-pilota può migliorare la qualità delle decisioni mediche prese in combinazione col medico. In uno studio di Stanford, i medici supportati da un chatbot hanno ottenuto

performance decisionali pari a quelle del chatbot stesso, superiori a medici senza AI. Questo significa che **medico+AI insieme sono un team più efficace**, minimizzando omissioni e aumentando la confidenza nelle risposte.

- **Uniformità nelle risposte:** tutti attingono alla medesima fonte. Questo può avere implicazioni economiche, ad esempio nel contesto di assicurazioni riduce il rischio di errori di consulenza all'utente che potrebbero portare a reclami o costi. Difficile quantificarlo, ma l'effetto è reale: informazioni mediche corrette al primo colpo evitano potenziali costi di correzione o, peggio, di gestione di problemi derivanti da informazioni scorrette.

- **Qualità del servizio e soddisfazione:**

Un paziente o cliente che riceve risposte rapide e ben fondate sarà più soddisfatto. Questo **migliora la customer experience**, un valore difficilmente traducibile immediatamente in euro, ma fondamentale. Per un ospedale pubblico potrebbe riflettersi in migliori punteggi di soddisfazione e reputazione; per un'azienda privata (es. assicurazione) può significare **maggior retention** dei clienti e WOM positivo. A livello interno, il personale sanitario apprezzerà di avere uno strumento che li fa sentire supportati e aggiornati: ciò può **aumentare l'engagement e ridurre lo stress** (sapere di poter verificare subito un dubbio allevia la pressione di "dover sapere tutto a memoria"). Uno studio Microsoft ha riportato un incremento medio del 18% nella soddisfazione dei dipendenti con l'utilizzo di Copilot e riduzioni del turnover fino al 20% – dati generali che suggeriscono come strumenti di AI assistiva migliorino il clima lavorativo.

- **ROI finanziario complessivo:**

Sommando risparmi di tempo (che si possono tradurre in *cost avoidance* o in *opportunity gain*, ossia fare di più con le stesse risorse) e benefici qualitativi, si arriva a un ROI che può essere molto alto. Nel caso di Microsoft 365 Copilot nel suo insieme, Forrester ha calcolato un ROI dal 132% al 353% su 3 anni. Per il nostro agente specifico, possiamo prevedere ROI simili perché:

- L'investimento iniziale è basso (non servono sviluppi custom costosi; la nostra implementazione è rapida e sfrutta licenze esistenti).
- I benefici in ore risparmiate e errori evitati accumulati nel tempo superano di gran lunga il costo di configurazione e training iniziale. Persino considerando qualche ora al mese di manutenzione, il bilancio è positivo. Per renderlo tangibile: se grazie all'agente ogni operatore gestisce, supponiamo, **10% di chiamate/attività in più** nella stessa unità di tempo, l'azienda può servire più clienti senza aumentare il personale – questo è incremento di ricavi o di valore erogato a costo virtualmente zero. Molte PMI hanno già riscontrato riduzioni di costi operativi tra il 1% e il 20% attribuibili all'adozione di Copilot, segno che c'è un'efficienza reale da capitalizzare.

- **Compliance e riduzione rischi:**

Un ROI “negativo” (cioè spese evitate): avendo l’agente che spinge all’uso di fonti ufficiali, l’organizzazione riduce il rischio di fornire indicazioni non conformi a linee guida, il che potrebbe in certi casi esporla a responsabilità. Esempio: se un operatore desse un consiglio medico sbagliato e questo portasse a un problema, ci sarebbero potenziali costi legali o d’immagine. L’agente aiuta a mantenerci **allineati alle policy sanitarie correnti**, fungendo da rete di sicurezza informativa. Questo tipo di rischio evitato è difficile da quantificare (chi può dire quanto costa un errore evitato?), ma va menzionato nel ROI qualitativo.

In breve, il Consulente Medico AI è un investimento in **efficienza operativa e qualità**. In ambito sanitario, migliorare anche di poco la produttività può liberare risorse preziose, e migliorare la qualità informativa può letteralmente salvare vite o prevenire incidenti.

Dal punto di vista dei partner, poter misurare questi benefici sarà importante: consigliamo di stabilire, a progetto avviato, dei KPI come *tempo medio di risposta prima vs dopo, numero di richieste gestite per ora prima vs dopo, grado di soddisfazione utenti*. Questi KPI permetteranno di calcolare il ROI effettivo presso il cliente e fornire eventuali casi studio futuri. Ma già dalle previsioni e dai riferimenti di mercato, si può affermare che un agente come questo “**si paga da sé**” in poco tempo grazie ai guadagni di efficienza, e apporta un valore strategico notevole.

Copilot Studio Lite vs ChatGPT: confronto tra soluzioni

Infine, è utile chiarire come la soluzione scelta (Microsoft 365 Copilot Chat con Studio Lite) si posizioni rispetto all’uso di **ChatGPT** o strumenti simili, dato che i clienti potrebbero chiedersi perché non usare semplicemente ChatGPT per scopi analoghi.

Creazione e personalizzazione:

- *Copilot Studio Lite*: Consente di **creare un agente personalizzato** in base alle esigenze specifiche, definendo fonti di conoscenza, istruzioni e persino integrando con sistemi aziendali (nella versione full). Il nostro agente medico è costruito “su misura”: abbiamo scelto quali siti web deve consultare e come deve comportarsi. Questo livello di controllo è **granulare** e pensato per l’azienda (enterprise-grade). Come creatori, non abbiamo dovuto programmare nulla, ma abbiamo beneficiato di un’interfaccia guidata e di integrazione nativa con M365 (ad esempio, la pubblicazione diretta in Teams).
- *ChatGPT (versione pubblica)*: Non offre un modo semplice per confinare le risposte a certe fonti o aggiungere istruzioni permanenti senza ulteriore sviluppo. Ogni volta bisognerebbe “promptare” da zero indicando di usare solo certi siti, ma il modello potrebbe non seguire alla lettera o comunque pescare da conoscenze addestrate pregresse. Non c’è un vero modo di **creare un agente multi-turno custom** a meno di usare ChatGPT plugins o l’API con un proprio sviluppo di retrieval augmentation.

Questo richiederebbe competenze tecniche e infrastrutture che esulano da un uso out-of-the-box. In sintesi, ChatGPT da solo è generico e non personalizzabile facilmente sul dominio: per ottenere l'equivalente del nostro agente, si dovrebbe costruire un sistema RAG custom con l'API di OpenAI, il che è di fatto un progetto di sviluppo software.

Accesso alle fonti di informazione:

- *Copilot Chat (nostra soluzione)*: attinge al web in modo controllato. Possiamo collegare siti specifici o addirittura connettori aziendali se avessimo licenza completa, mantenendo il contesto della conversazione. Inoltre, l'agente **rispetta i permessi aziendali** e la visibilità definita: ad esempio se in versione full avessimo dati SharePoint protetti, solo chi può vederli normalmente li riceverebbe dall'agente. Nel nostro caso di fonti pubbliche, l'agente è comunque limitato a esse, quindi non si "distrae" con altre info dubbi. C'è coerenza e attendibilità.
- *ChatGPT*: la versione base ha un knowledge cutoff (di solito a 2021 per GPT-4 base), quindi non conosce eventi o dati successivi se non con browsing. ChatGPT Plus con Browsing Beta può cercare sul web, ma la ricerca è generica (usa il suo browser interno su Bing) e **non garantisce di limitarsi a fonti autorevoli**. Potrebbe raccogliere info da qualunque sito trovato dal motore, con il rischio di includere anche fonti non affidabili o addirittura errate. Inoltre, ChatGPT standard non cita le fonti a meno di promptarlo specificamente, e anche così potrebbe non fornire riferimenti precisi. Per un'azienda sanitaria, questo è un problema: non poter tracciare da dove arriva l'informazione. Quindi, ChatGPT da solo come "consulente medico" è perlomeno imprevedibile sul piano delle fonti (potrebbe rispondere attingendo al suo training generico, mischiando nozioni corrette e non, difficili da verificare per un utente comune).

Nota: Esistono versioni di ChatGPT integrate (es. Bing Chat) che citano fonti, ma anch'esse pescano dall'intero web e non sono personalizzabili – ad esempio Bing Chat potrebbe citare un blog qualsiasi se parla di quell'argomento. Invece il nostro agente citerebbe solo il Ministero, OMS, etc., come definito.

Privacy e conformità:

- *Copilot (Microsoft 365)*: Funziona **all'interno del tenant M365 del cliente**, sotto tutti gli accordi di trattamento dati di Microsoft. Le query e risposte **non vengono utilizzate per addestrare modelli pubblici** e restano confinate e criptate nelle comunicazioni con il servizio. Inoltre, l'agente segue le stesse regole di compliance e audit dell'ambiente: l'admin può vedere log di utilizzo, applicare etichette di DLP se necessarie, e via dicendo. Questo è cruciale in ambito sanitario per rispettare GDPR e normativa privacy sanitaria: nessun dato paziente viene memorizzato fuori controllo, e in generale l'AI viene usata in modo **sicuro e governato dall'azienda**.

- *ChatGPT*: È un servizio cloud pubblico di OpenAI. Se usato nella versione consumer/Plus, l'azienda **non ha controllo** su dove finiscono i dati immessi. Di default, le conversazioni possono essere analizzate da OpenAI (salvo opt-out manuale per ogni account) e questo è spesso un veto per dati sensibili. Molte organizzazioni bloccano ChatGPT per timore di immissione di dati aziendali non autorizzata. Anche se si istruisce il personale a non inserire dati sensibili, c'è sempre il rischio di errore umano (basta un copia-e-incolla sbagliato). Con Copilot Chat, l'ambiente è enterprise-grade: il rischio di data leakage verso terzi è mitigato. Inoltre, OpenAI non offre all'azienda le stesse possibilità di audit e monitoraggio su ChatGPT come invece Microsoft fa con Copilot (ad esempio, log nel centro sicurezza).

In breve: per un uso professionale e conforme, Copilot è **molto più adatto**. ChatGPT avrebbe bisogno almeno di un contratto enterprise (OpenAI Enterprise magari) e comunque richiederebbe di costruire guardrail manuali. 🗑️ **Integrazione workflow aziendale:**

- *Copilot Studio/Agents*: Il nostro agente può essere aperto in Teams, potenzialmente integrato in SharePoint, o invocato da altre app M365. Ciò significa che si inserisce nei flussi di lavoro esistenti senza soluzione di continuità. Ad esempio, un utente su Teams può @menzionare l'agente in una chat di team per chiedere una cosa al volo, oppure l'agente può essere aggiunto come app in un canale "Supporto Medico" dove tutti possono far domande e ottenere risposte. Questa **integrazione nativa** è un grande vantaggio – l'adozione è più semplice perché l'agente sta dove già gli utenti lavorano.
- *ChatGPT*: È uno strumento esterno: bisognerebbe aprire il sito o l'app di ChatGPT separatamente. Non è integrato con Teams o sistemi interni (a meno di sviluppare un bot che faccia da ponte, il che di nuovo richiede lavoro custom). Questo frizionerà l'adozione: chiedere a un medico di andare su un sito esterno (magari bloccato dall'IT) e usare ChatGPT non è pratico né regolare. Inoltre, ChatGPT non "conosce" nulla delle eventuali risorse interne (mentre Copilot volendo sì, se un domani si attivano connettori per documenti interni, l'agente potrebbe rispondere combinando conoscenze pubbliche e interne, con ChatGPT questo è complesso da fare in modo sicuro).

Capacità di ragionamento e allucinazioni:

- Dal punto di vista **tecnologico**, entrambe le soluzioni usano modelli GPT-4 (Copilot di Microsoft sfrutta i modelli OpenAI sotto il cofano). Dunque la capacità linguistica di base è simile. La differenza la fa il **prompt e il grounding**. Con Copilot, diamo istruzioni solide e ground truth di riferimento (siti affidabili), per cui il modello ha meno spazio per "allucinare" informazioni inesistenti. ChatGPT, se posto di fronte a domande su dati specifici senza un contesto fornito, potrebbe inventare risposta attingendo a pattern statistici, rischiando inesattezze. Nell'uso controllato come il nostro, il rischio di allucinazione è molto ridotto perché l'agente tende a rispondere solo se trova riscontro nelle fonti aggiunte (in Copilot Chat le risposte sono

strettamente legate alle knowledge base quando presenti, come un motore di ricerca intelligente).

- Inoltre, Copilot Chat consente nelle istruzioni di aggiungere regole più ferree (abbiamo indicato ad esempio di dire “non so” se non trova info). ChatGPT di default cerca sempre di dare una risposta, anche quando non è sicuro, a meno di promptarlo diversamente volta per volta.

Costi:

- *Copilot Chat (lite)*: per l’utente finale con licenza Microsoft 365 Copilot Chat, non c’è costo aggiuntivo per usare agenti basati su web e istruzioni. Il nostro scenario rientra in questa categoria, quindi, sfruttando licenze esistenti, il cliente ottiene l’agente senza costi supplementari di abbonamento. (Nota: se volessero poi connettere dati aziendali, subentrerebbe un modello a consumo, ma non è il caso qui). In termini di servizi, il partner potrebbe avere un costo di setup (la nostra consulenza) ma poi il mantenimento è minimo.
- *ChatGPT*: L’uso intensivo di ChatGPT (specie GPT-4) richiederebbe ChatGPT Plus (\$20/mese per utente) o costi di API. E se si va verso ChatGPT Enterprise, i costi salgono (in base a contratti). Inoltre, c’è da considerare il costo “invisibile” di doverlo integrare manualmente nei processi (il tempo perso dagli utenti a passare da uno strumento all’altro, o il costo di sviluppare soluzioni custom se servono). Quindi, sebbene ChatGPT a prima vista sembri “economico” (20 dollari al mese per utente), per un’azienda può diventare difficilmente scalabile e giustificabile, oltre ai rischi detti. Microsoft Copilot Chat invece fa parte di quell’ecosistema già investito dal cliente, aumentando il ROI di quell’investimento iniziale senza costi extra per queste funzionalità.

In conclusione, il **vantaggio di Microsoft 365 Copilot** per questo progetto è chiaro: **personalizzazione, sicurezza e integrazione**. ChatGPT è ottimo per uso generico individuale, ma per costruire un *enterprise medical agent* come il nostro, la piattaforma Copilot ci dà tutti gli strumenti pronti e compliance by design. Inoltre, con Copilot Studio (anche la versione completa) si apre la porta a future estensioni (come connettori a database clinici interni, azioni automatizzate tipo aprire ticket, ecc.), mentre ChatGPT rimarrebbe un’isola separata.

Si può riassumere così al cliente:

- *“Con Microsoft Copilot abbiamo preso il meglio di GPT-4 e l’abbiamo messo al servizio della vostra organizzazione, **alle vostre condizioni** (fonti scelte, ambiente sicuro). ChatGPT da solo non ci avrebbe dato questo livello di controllo. Quindi col Copilot Medical Agent avrete la potenza dell’AI **senza i compromessi** di dovervi fidare di un servizio esterno imprevedibile.”*

Questo messaggio, unito ai punti di ROI e sicurezza precedenti, di solito convince le realtà più esigenti (soprattutto in sanità, dove privacy e accuratezza sono fondamentali e ChatGPT “aperto” viene spesso scartato proprio per tali ragioni).

In sintesi, abbiamo delineato un percorso completo per creare un Consulente Medico AI attraverso Copilot Studio Lite, dimostrando come configurarlo, come introdurlo con successo nell'organizzazione e quali benefici tangibili porta. Seguendo questa guida operativa, i clienti del partner potranno replicare l'agente in autonomia, adattandolo ai propri bisogni, e iniziare a sfruttare l'**intelligenza artificiale responsabile** per migliorare i processi informativi sanitari sin da subito. Il tutto sfruttando le licenze Microsoft 365 Copilot Chat di cui già dispongono, massimizzando quindi il valore degli investimenti tecnologici esistenti e ponendo le basi per future evoluzioni nell'uso degli agenti AI in azienda.