

25 LUGLIO 2023

Login to Web3

Oltre ChatGPT:
guida alla
scelta dei tool
Text to Text

Wavemaker

Guida ai migliori tool di IA Text to Text

Gli strumenti di intelligenza artificiale generativa si moltiplicano e migliorano di giorno in giorno. Non solo è difficile stare dietro a tutte le novità, ma soprattutto è arduo valutarle comparativamente. Ecco perché abbiamo pensato di fermarci e fare il punto sul settore più maturo della Gen AI, il "Text to Text". Partiremo evidenziando i benefici di questa categoria di strumenti per i marketer, per poi far luce sui competitor di ChatGPT. Seguendo il nostro approccio di "positive provocation" vi proponiamo di **andare oltre l'hype che circonda il tool più noto, per sperimentare anche le soluzioni meno pubblicizzate.**

Text to Text per il marketing. La reale innovazione degli strumenti Text to Text rispetto al passato risiede nella loro capacità di "comprendere" e "rispondere" ad input testuali in un modo molto più sofisticato. Invece di basarsi su semplici pattern di ricerca e sostituzione di parole, queste tecnologie utilizzano ora **complessi modelli di linguaggio di grandi dimensioni** (Large Language Models) basati su reti neurali (speciali architetture di computer in rete), in grado di interpretare il contesto e il significato del testo in modo più accurato. Oggi sul mercato abbiamo modelli di linguaggio di grandi dimensioni (foundational model) con le loro applicazioni native (che esamineremo più avanti) e una miriade di servizi web che ne fanno uso, attingendo alle API dei modelli di base.

In generale, possiamo raggruppare i tool di Text to Text nelle seguenti categorie, a seconda della loro funzione:

- **Copywriting:** si tratta di app utilizzabili in ambito marketing per la creazione rapida di newsletter, landing page, blog e social media post. Tra le applicazioni più note ci sono **Copy.ai**, **Jasper** o le italiane **Contents.com** e **Zulla**;
- **Scrittura:** sono stati sviluppati software specifici per assistere nella stesura corretta di testi anche molto lunghi. Alcuni sono generalisti come **WordTune** o **Rytr**. Altri sono più verticali, per la scrittura di storie e sceneggiature (**Novel AI**, **Sudo Write**) o testi giuridici (**Harvey**);
- **Sales:** sono applicazioni pensate per aiutare i venditori nella redazione di email, proposte e documenti di vendita come **Smartwriter AI** o **Twain**;
- **Assistenti intelligenti:** in questo caso i modelli puntano a rendere le conversazioni via chat più credibili e utili per l'utente finale. È il caso di app come **QuickChat**, **Einstein GPT** di Salesforce o **Zendesk**, entrambe potenziate dalle API di OpenAI;
- **Knowledge:** applicazioni come **Glean** usano l'intelligenza artificiale per migliorare la ricerca di informazioni all'interno della miriade di documenti aziendali.

ChatGPT e le alternative

ChatGPT è l'applicazione Text to Text di OpenAI che può lavorare sfruttando due diversi modelli di linguaggio. **GPT-3.5**, disponibile nella versione gratuita, è un modello molto veloce nelle risposte. **GPT-4**, solo per gli abbonati Plus, è più lento ma più adatto a task creativi e che richiedono un ragionamento. Il limite maggiore è che la sua base di conoscenza è ferma a settembre 2021.

Ma, c'è da dire che, da qualche mese, quest'ultimo modello può essere esteso nelle sue funzionalità attraverso l'aggiunta di plugin, ossia applicazioni di terze parti pensate per compiti specifici, disponibili direttamente nel plugin store di ChatGPT.

Alcuni **plugin** possono essere molto utili per i marketer:

- **Webpilot**: per accedere a pagine web ed interagire con link e documenti
- **Show Me Diagrams**: per creare grafici e mappe mentali;
- **Video Insights**: per interagire con video che stanno su Youtube o Dailymotion e chiedere informazioni ed elaborazioni delle loro trascrizioni;
- **Bramework**: per identificare keyword e fare assessment SEO o estrarre dati SEO;
- **Code Interpreter**: un plugin di OpenAI che assiste nella scrittura di codice, ma può anche editare immagini, creare QR Code e analizzare dati di marketing.



Bing Chat è il chatbot che Microsoft ha inserito come sezione separata del suo motore di ricerca e nel suo browser Edge.

Vi si accede gratuitamente proprio usando il browser. Usa il modello GPT di OpenAI, ma personalizzato dall'azienda di Redmond. L'integrazione permette di accedere e quindi interagire nativamente con le risorse presenti sul web. Inoltre, caricando un file pdf nella finestra del browser, o inserendo un link allo stesso, è possibile chiedere riassunti o analisi sul testo. Un'altra funzione molto utile è quella che permette di selezionare lo stile delle risposte fornite: si può scegliere tra creativo (più originale), bilanciato (più informativo) e preciso (più conciso). Bing, infine, permette di analizzare anche immagini caricate dall'utente.

Bard è il chatbot di Google che da poco è stato reso disponibile anche agli europei.

È basato su un modello proprietario che attinge alla vastità di risorse accumulate dal gigante di Mountain View. È completamente gratuito ed accede al web. Quindi le sue risposte sono aggiornate e generalmente affidabili. Per i task creativi pare però meno sbalorditivo di ChatGPT e Bing. Infatti, per limitare la tendenza alle "allucinazioni" (risposte inventate) Google ha deciso di limitarlo molto in questa fase preliminare.

Possiede alcune funzioni molto interessanti: per esempio, **si possono fare domande dettandole a voce e ascoltarne le risposte**, utile ad esempio se vogliamo sentire la pronuncia corretta di alcuni termini. Inoltre, oltre all'output principale, Bard ci propone altri due draft alternativi tra i quali scegliere.

Nella versione inglese, che arriverà presto anche da noi, si possono anche modificare le risposte scegliendo tra semplice, lunga, corta, professionale o informale; oltre che caricare un'immagine per fargliela analizzare.



La context window del chatbot Claude è di 100.000 token, mentre ChatGPT arriva a gestirne massimo 4.096”.

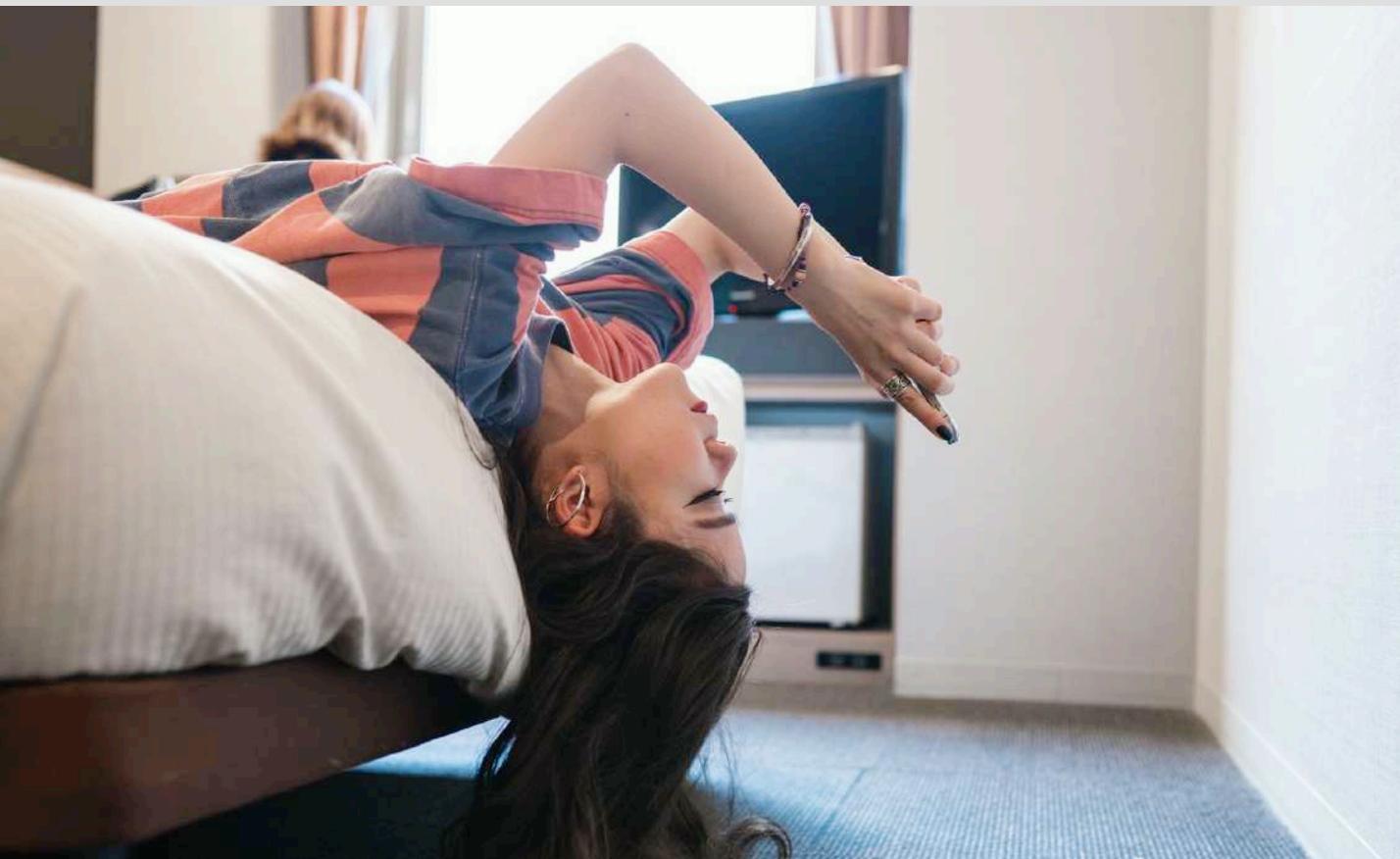
Claude è il chatbot di Anthropic, azienda fondata da un ex dipendente di OpenAI. Sfrutta un modello linguistico proprietario che viene considerato molto simile a GPT-3.5. Nelle diverse prove abbiamo ottenuto risultati anche superiori nell'elaborazione di testi creativi. Al momento, per accedervi si può usare una VPN (poiché disponibile solamente in UK e USA) oppure si può sfruttare il servizio POE, che contiene diversi chatbot tra cui Claude. Il suo maggiore punto di forza è la **possibilità di caricare documenti** (pdf, txt, csv, ecc.) **molto voluminosi** (un massimo di 5 file da 10MB ciascuno) fino a circa 75.000 parole. Tecnicamente si dice che la sua "context window" è di 100.000 token, mentre ChatGPT arriva a gestirne massimo 4.096 (circa 3.000 parole).

In definitiva, il settore dei chatbot basati su modelli di linguaggio sta vivendo un momento di grande fermento. **ChatGPT ha catalizzato l'attenzione mediatica, ma non è l'unica opzione valida.** Per i marketer più innovativi è fondamentale sperimentare sin d'ora i diversi strumenti in base alle specifiche esigenze e capire come integrarli nel workflow quotidiano.

L'importante sarà mantenere uno sguardo critico e pragmatico, per evitare di farsi incantare dall'hype del momento.



Non solo è difficile stare dietro a tutte le novità, ma soprattutto è arduo valutarle comparativamente. Ecco perché abbiamo pensato di fermarci e fare il punto sul settore più maturo della Gen AI, il “Text to Text”.



Any questions? We're here to help.
Please contact

**Vincenzo Cosenza &
Wavemaker Innovation Team**

Wavemaker

Grow fearless