

Usare l'AI in Key-Stone

Guida all'adozione, all'uso consapevole e alla protezione dei dati

Maggio 2026

A chi è rivolto questo documento

Questo documento è destinato a tutte le risorse Key-Stone, indipendentemente dal reparto e dal livello di seniority. Non è un manuale tecnico: è una guida di orientamento che risponde alle domande più pratiche — come mi attivo, cosa posso usare, come organizzo il lavoro, cosa posso o non posso caricare. L'obiettivo è che ogni persona in Key-Stone usi l'AI in modo efficace, consapevole e allineato con le policy aziendali. Questo documento integra il Regolamento per l'utilizzo dei sistemi informatici (Rev.0, aprile 2024), al quale si rimanda per le regole generali sull'uso degli strumenti tecnologici aziendali. In caso di conflitto tra le disposizioni, prevale il Regolamento.

1. Perché Key-Stone ha scelto di regolamentare l'uso dell'AI

L'intelligenza artificiale non è una moda passeggera né uno strumento opzionale: sta diventando parte strutturale del modo in cui si lavora nella ricerca e nella consulenza. Key-Stone ha deciso di adottarla in modo attivo e governato, per due ragioni principali.

La prima è qualitativa. Usata bene, l'AI amplifica la qualità del lavoro — aiuta a strutturare meglio le analisi, a rendere espliciti i meccanismi interpretativi, a ridurre i tempi di revisione. L'esperienza maturata internamente lo dimostra in modo concreto.

La seconda è di responsabilità. Uno strumento che tratta materiale di ricerca, dati di clienti e informazioni riservate richiede regole chiare su cosa si può fare e cosa no. Questa guida nasce per rispondere a quella esigenza.

Il principio di fondo

Key-Stone promuove attivamente l'uso dell'AI come strumento professionale. Questo documento non limita l'utilizzo: lo orienta, lo protegge e lo rende più efficace.

La persona resta al centro

L'AI è uno strumento di supporto: l'interpretazione, le scelte di metodo e la responsabilità finale del lavoro restano sempre della persona che lo firma. È anche la direzione indicata dal quadro europeo (Regolamento UE 2024/1689 sull'intelligenza artificiale), che valorizza due principi che Key-Stone fa propri: la supervisione umana — sei tu a validare e a far tuo l'output, mai il contrario — e l'alfabetizzazione sull'AI, cioè la competenza nell'usarla con consapevolezza.

Per questo Key-Stone investe nella formazione delle proprie risorse: conoscere bene punti di forza e limiti degli strumenti è esattamente ciò che permette di sfruttarli appieno, unendo la nostra conoscenza del settore dentale alla capacità di analisi e ragionamento dell'AI.

2. Come attivare la tua utenza

Key-Stone mette a disposizione licenze aziendali per i principali strumenti AI. Per attivare la tua utenza, la procedura è semplice e passa sempre attraverso il reparto IT.

2.1 A chi ti rivolgi

Il punto di riferimento è il reparto IT. Puoi contattarlo per:

- richiedere l'attivazione di una nuova utenza su uno degli strumenti disponibili
- attivare un account di prova per testare uno strumento prima di richiedere la licenza definitiva — anche in questo caso il passaggio tramite IT è obbligatorio e va fatto immediatamente, senza procedere in autonomia
- segnalare un problema di accesso a un'utenza già attiva
- chiedere informazioni su quale piano o configurazione è disponibile per il tuo profilo

Importante

Non utilizzare account personali (free o a pagamento) per svolgere lavoro aziendale, nemmeno in via provvisoria o per una singola sessione di test. Gli account personali non offrono le garanzie di riservatezza previste dai piani business e possono esporre dati dei clienti a rischi non coperti dalla policy Key-Stone. Anche la semplice curiosità esplorativa va gestita tramite IT.

2.2 Cosa ricevi

A seconda dello strumento richiesto, riceverai un invito via email al workspace aziendale oppure le credenziali di accesso. L'utenza è già configurata con le impostazioni di privacy previste dalla policy aziendale (vedi Sezione 5).

3. Gli strumenti a tua disposizione

Key-Stone mette a disposizione due strumenti principali: Claude (Anthropic) e ChatGPT (OpenAI).

La scelta tra Claude e ChatGPT non è libera e intercambiabile sessione per sessione: ogni risorsa utilizzerà uno strumento principale, scelto in base alla natura prevalente dei task che svolge. Questa sezione fornisce gli elementi per orientare quella scelta.

3.1 Confronto per caratteristiche chiave

Caratteristica	Claude (Anthropic)	ChatGPT (OpenAI)
Contesto conversazionale	Molto esteso: mantiene in memoria documenti e ragionamenti lunghi senza perdere coerenza. Ideale per lavori che richiedono di tenere insieme molti elementi su più sessioni.	Buono e in miglioramento. Su testi molto lunghi può perdere il filo rispetto a Claude.
Ragionamento analitico e interpretativo	Particolarmente forte nella strutturazione del pensiero, nell'interpretazione a più livelli e nella coerenza narrativa.	Forte e versatile su una gamma molto ampia di task analitici.
Analisi dati e scripting	Eccellente: analisi di dataset Excel/CSV, scrittura e debug di script Python e R, modellazione statistica, visualizzazioni. Gestisce dataset complessi con ragionamento esplicito.	Ottimo con Code Interpreter: esecuzione di codice in sandbox, grafici interattivi, analisi diretta di file caricati.
Produzione di testi e documenti	Tono preciso e sobrio, adatto a documenti professionali e report strutturati. Coerenza narrativa elevata su testi lunghi.	Fluida e adattabile, ottimo per draft veloci e per variare registro comunicativo.

Navigazione web e ricerca	Disponibile con citazione delle fonti.	Disponibile con integrazione web e strumenti aggiuntivi.
Generazione immagini	Non disponibile nativamente.	Disponibile nativamente e tramite DALL-E.
Organizzazione del lavoro	Progetti con knowledge base dedicata: il contesto rimane disponibile tra sessioni diverse.	GPT personalizzati e workspace condivisi tramite ChatGPT Business.

3.2 La scelta dello strumento: logica di prevalenza

Ogni risorsa utilizzerà un unico strumento principale. La scelta si basa sulla natura dei task che si svolgono nella maggioranza dei casi lavorativi, non sul singolo compito del momento.

La scelta viene effettuata in accordo con il proprio caporeparto, con il supporto dell'IT e con il coinvolgimento della direzione, nell'ottica di uno sviluppo organizzativo coerente e coordinato dell'uso degli strumenti AI in Key-Stone. Nel caso si avesse esperienza di ulteriori strumenti AI e se ne volesse proporre il loro utilizzo sistematico in azienda, il reparto IT è a disposizione per valutarne la congruenza e le modalità.

Orientamento per profilo di attività

Se il tuo lavoro è prevalentemente...	Lo strumento di riferimento potrebbe essere...
Analisi qualitativa e descrittiva: trascrizioni, report interpretativi, IDI, focus group	Claude — per la gestione di contesti lunghi e la profondità interpretativa
Analisi quantitativa: brand tracker, dataset, script Python/R, modellazione statistica, Excel avanzato	Claude — per la capacità di ragionamento esplicito su dati strutturati e scripting
Produzione di contenuti e comunicazione: proposte commerciali, brief, presentazioni, email strategiche	ChatGPT — per la fluidità nella produzione testuale e la varietà di registro

Come si decide

Se hai dubbi su quale strumento sia più adatto al tuo profilo, parla con il tuo caporeparto. La scelta viene formalizzata con il supporto dell'IT e non è lasciata alla discrezione individuale: l'obiettivo è costruire un uso organizzato e coerente a livello aziendale, non massimizzare la libertà di scelta del singolo.

4. Come organizzare il tuo lavoro

Uno degli errori più comuni nell'uso degli strumenti AI è trattarli come una calcolatrice: si apre, si digita, si chiude. Il risultato è che il contesto si perde, i lavori si frammentano e le conversazioni precedenti non sono più recuperabili. Con una minima organizzazione, questi problemi si evitano completamente.

4.1 Usa i Progetti

Sia Claude che ChatGPT permettono di creare Progetti (o GPT personalizzati, in ChatGPT). Un Progetto è uno spazio dedicato a un tema, un cliente o un'attività specifica, dove puoi:

- caricare documenti di riferimento che restano disponibili in tutte le conversazioni del progetto
- mantenere il contesto tra sessioni diverse senza dover rispiegare ogni volta chi è il cliente, qual è il framework di riferimento, quali sono gli obiettivi
- separare nettamente i lavori: il progetto X non si mescola con il progetto Y

Esempi di Progetti utili in Key-Stone:

- *un Progetto per ogni cliente ricorrente, con brief, tracker di onda precedente, note metodologiche*
- *un Progetto trasversale per la metodologia interna (framework OFI, paper, template di report)*
- *un Progetto per le attività commerciali, con template di proposta e profili cliente*

4.2 Dai un nome alle conversazioni

All'interno di un Progetto, ogni conversazione dovrebbe avere un titolo descrittivo. "Chat nuova" non ti aiuta a ritrovare il lavoro di tre settimane fa. "SDI AUS — analisi Brand Funnel W2" sì.

4.3 Non ricominciare da zero ogni volta

Se stai lavorando su un report o un'analisi in più sessioni, continua la stessa conversazione invece di aprirne una nuova. Il modello mantiene il contesto di tutto ciò

che è stato detto nella sessione: ricominciare da zero significa perdere quel contesto e dover rispiegare il punto di partenza.

A volte i modelli AI fanno difficoltà a mantenere a fuoco le nozioni e il contesto di conversazioni molto lunghe, quindi è buona norma iniziare una nuova chat. Per non perdere le informazioni e il contesto della chat interrotta è possibile – prima di cambiare chat - chiedere al modello di generare un file “markdown” (.md) da caricare nella nuova chat, così che il modello ritrovi informazioni e contesto rilevanti per proseguire la conversazione. NOTA: se alcuni files sono importanti e devono essere richiamati in modo specifico nella nuova chat, sarà necessario ricaricarli.

4.4 Il contesto è uno strumento, usalo

Prima di iniziare un’analisi complessa, dedica qualche riga a spiegare allo strumento chi sei, per chi stai lavorando, qual è l’obiettivo e qual è il framework interpretativo che vuoi applicare. Questo non è tempo perso: è il modo per ottenere output di qualità superiore fin dal primo tentativo.

Esempio pratico

Invece di: “Analizza questa trascrizione” Scrivi: “Stiamo lavorando su una ricerca qualitativa multicountry per PreBiomics, un test microbiologico per la gestione della peri-implantite. Il target è dentisti e igienisti. Voglio analizzare questa trascrizione applicando il framework a tre livelli (manifesto, latente, strategico): aiutami a identificare le implicazioni strategiche che non emergono dalla lettura superficiale.” La differenza nell’output è sostanziale.

5. Privacy e sicurezza dei dati

Questa è la sezione più importante del documento dal punto di vista della responsabilità professionale. Le regole qui descritte non sono opzionali: tutelano i clienti, tutelano Key-Stone e tutelano te.

5.1 La regola fondamentale: account business, non account personali

La differenza tra un account personale e un account business non è solo una questione di funzionalità: è una questione di garanzie contrattuali sulla gestione dei dati.

Account personale (Free, Pro, Plus)	Account business (Claude for Work, ChatGPT Business)
I tuoi dati possono essere usati per addestrare i modelli AI, salvo opt-out manuale	I dati aziendali non vengono mai usati per addestrare i modelli — garanzia contrattuale esplicita
La conservazione dei dati può arrivare fino a 5 anni se il training è attivo	Conservazione minima, con cancellazione entro 30 giorni salvo obblighi di legge
Nessun accordo di trattamento dati (DPA) con l'azienda	Data Processing Agreement disponibile — supporto alla conformità GDPR
Non adatto a materiale riservato di clienti	Progettato per uso professionale con dati sensibili

5.2 Cosa puoi caricare

Con un account business attivato da Key-Stone, puoi caricare e usare:

- trascrizioni di interviste e focus group
- report e presentazioni di progetto
- brief e specifiche di ricerca
- dataset quantitativi in forma aggregata o disaggregata
- materiali metodologici interni

Nota sulla pseudonimizzazione

Anche con account business, è buona pratica non caricare dati identificativi non necessari. Se stai analizzando una trascrizione qualitativa e i nomi dei partecipanti non sono rilevanti per l'analisi, sostituiscili con codici (P1, P2, ecc.) prima di caricare. Non è un obbligo assoluto, ma è una misura di igiene dei dati raccomandata.

5.3 Cosa non devi caricare

Anche con account business, esistono categorie di informazioni che richiedono particolare attenzione o che non devono essere caricate su strumenti AI esterni:

- dati personali sensibili dei partecipanti alla ricerca (nome, cognome, dati di contatto, dati di salute) quando non strettamente necessari

- contratti, accordi di riservatezza (NDA) o documenti legali riservati — vedi nota sotto
- credenziali di accesso, password, chiavi API
- dati finanziari riservati di clienti o di Key-Stone
- qualsiasi documento che il cliente abbia esplicitamente classificato come non condivisibile con terze parti

Una nota sui documenti legali

L'uso dell'AI per supporto all'analisi e alla comprensione di documenti legali è una pratica diffusa e utile. Prima di caricare un documento legale, valuta se contiene informazioni che il cliente o la direzione hanno classificato come riservate. In caso di dubbio, chiedi al tuo responsabile o all'IT prima di procedere. Per qualsiasi esigenza non coperta da queste indicazioni, il riferimento è sempre il reparto IT o la direzione.

Regola pratica

Prima di caricare un documento, chiediti: “Se questo documento finisse visibile a qualcuno al di fuori di Key-Stone, ci sarebbero conseguenze?”. Se la risposta è sì, non caricarlo direttamente: anonimizza le parti sensibili prima di farlo, oppure chiedi indicazioni.

5.4 Le impostazioni già configurate

Gli account aziendali attivati dal reparto IT sono già configurati con le impostazioni corrette. In particolare:

- il training sui dati è disabilitato per contratto — non è una preferenza che puoi attivare o disattivare
- i dati sono criptati in transito e a riposo
- l'accesso ai tuoi dati da parte dei provider è limitato ai casi previsti dai rispettivi termini di servizio

Non devi fare nulla di speciale per attivare queste protezioni: sono attive per default sugli account business. Se hai dubbi sulla configurazione del tuo account, contatta l'IT.

Se succede un imprevisto, parlarne è la cosa giusta

Può capitare di caricare per errore un file che non andava condiviso, o di avere un dubbio su una conversazione già avvenuta. Non è una cosa da nascondere: basta segnalarlo subito al reparto IT — e, per le questioni che riguardano i dati personali, al Responsabile della protezione dei dati (DPO) — così da poter valutare insieme se serve qualche azione e tutelare cliente e azienda.

Chi segnala in buona fede non va incontro a conseguenze: la trasparenza tempestiva è proprio ciò che ci aspettiamo ed è ciò che tiene tutti al sicuro.

6. Indicazioni per tipo di attività

I principi descritti nelle sezioni precedenti valgono per tutti. Qui offriamo indicazioni più specifiche per i due macro-profil di utilizzo presenti in Key-Stone.

6.1 Ricercatori e analisti — il lavoro sul campo e sui dati

Cosa funziona bene — ricerca qualitativa

- Analisi interpretativa di trascrizioni qualitative: caricare il materiale e lavorare con il modello per identificare i layer latenti e le implicazioni strategiche, applicando il framework a tre livelli (manifesto, latente, strategico).
- Strutturazione di commenti per brand tracker: usare la struttura OFI (Osservazione → Fenomeno → Implicazione) come prompt esplicito per ottenere output già orientati all'insight.
- Revisione della coerenza narrativa di un report: chiedere al modello di verificare se le conclusioni delle diverse sezioni sono coerenti tra loro e con il brief originale.
- Costruzione di confronti between slides o between wave: fornire il contesto della wave precedente e chiedere di identificare variazioni significative e la loro possibile spiegazione.

Cosa funziona bene — analisi dati quantitativi

- Esplorazione di dataset di vendita o di ricerca: caricare un file Excel o CSV e chiedere al modello di identificare pattern, anomalie, distribuzioni o correlazioni rilevanti con spiegazione del ragionamento.
- Scrittura e debug di script Python o R: descrivere l'obiettivo analitico (es. regressione logistica su dati di penetrazione brand, clustering su variabili di percezione) e ricevere codice funzionante con commenti esplicativi.

- Analisi statistica descrittiva e inferenziale: calcolo di medie, varianze, test di significatività, correlazioni, con interpretazione dei risultati in linguaggio accessibile.
- Automazione di operazioni ripetitive su Excel: formule complesse, tabelle pivot, macro VBA o script Python per elaborazioni su dataset strutturati.
- Verifica della qualità dei dati: identificazione di valori anomali, dati mancanti, incoerenze di codifica prima di procedere all'analisi principale.

Esempio pratico — analisi dati

Prompt efficace: “Ho un dataset Excel con i risultati del brand tracker SDI (Australia, 1.200 interviste). Le colonne includono: awareness spontanea, consideration, preference, NPS per 8 brand. Voglio: 1) una tabella di sintesi con i principali KPI per brand, 2) uno script Python che calcoli la significatività statistica delle variazioni rispetto alla wave precedente (file allegato), 3) un commento interpretativo in ottica OFI sui 3 brand con le variazioni più rilevanti.”

Attenzioni specifiche

- Non usare l'AI per generare dati che non hai. Il modello non sa cosa hanno risposto i tuoi intervistati: può aiutarti a interpretare, strutturare e argomentare, non a inventare.
- Valida sempre l'output rispetto al materiale originale. L'AI amplifica il ragionamento che riceve: se il prompt è vago, l'output sarà generico.
- Segnala nel deliverable finale quando e come hai usato l'AI, in modo che il referente commerciale possa validare il processo oltre che il risultato.

6.2 Profili commerciali e di relazione con il cliente

Cosa funziona bene

- Redazione di proposte commerciali: usare l'AI per strutturare la proposta, calibrare il tono rispetto al profilo del cliente e generare una prima bozza da rifinire.
- Preparazione di brief di ricerca: fornire le informazioni del cliente e chiedere al modello di strutturarle in un brief coerente con il formato Key-Stone.
- Comunicazioni strategiche: email di follow-up, sintesi di riunioni, messaggi di aggiornamento al cliente in cui è importante il tono e la chiarezza.
- Preparazione di presentazioni: strutturare lo storytelling a partire dai finding principali.

Attenzioni specifiche

- Non caricare proposte commerciali complete con prezzi dettagliati e condizioni contrattuali: usa l'AI per strutturare il contenuto, poi inserisci manualmente le parti riservate.
- Se stai lavorando su un cliente con NDA esplicito, verifica prima con il responsabile di progetto quali informazioni è appropriato utilizzare.
- L'output dell'AI su proposte e comunicazioni va sempre riletto e personalizzato: la relazione con il cliente è tua, non dello strumento.

7. Per approfondire

Questo documento copre il livello di orientamento generale. Nell'ambito delle ricerche descrittive o qualitative, è possibile approfondire come usare l'AI specificamente nel lavoro di ricerca e reporting mediante due paper metodologici interni sviluppati da Key-Stone.

Dal Dato all'Insight	Dal Campo all'Insight
Ambito	Ricerca quantitativa — Brand Tracker
Caso di riferimento	SDI Brand Tracker AUS+UK 2026
Tesi centrale	Il gap tra descrizione del dato e insight strategico è un problema sistematico. Il framework OFI lo risolve.
A chi è utile	Analisti e Project Owner che lavorano su tracker quantitativi

Dal Campo all'Insight	Dal Dato all'Insight
Ambito	Ricerca qualitativa — IDI e Focus Group
Caso di riferimento	PreBiomics PMT, ricerca multicountry dentisti/igienisti
Tesi centrale	Il gap nella ricerca qualitativa è ermeneutico. Il passaggio dal dato manifesto al meccanismo latente richiede un processo esplicito e documentabile.
A chi è utile	Ricercatori, analisti e referenti che lavorano su studi qualitativi

Entrambi i paper sono disponibili sul server interno nella cartella
\\Atena\Share\Utilities\FORMAZIONE\Reparto Surveys\A_Market analyst\Report\AI
governance e report

Per accesso o aggiornamenti, contatta il referente interno.

Nuove esigenze — come contribuire allo sviluppo della knowledge base

Se nel tuo lavoro quotidiano emergi bisogni metodologici non coperti dai paper esistenti — nuove tipologie di ricerca, nuovi contesti d'uso dell'AI, nuove sfide interpretative — segnalalo alla direzione. La direzione raccoglierà le esigenze, ne valuterà la rilevanza trasversale e si occuperà di tradurle in nuovi documenti metodologici, secondo lo stesso approccio dei paper già esistenti. La knowledge base di Key-Stone cresce attraverso l'esperienza di chi lavora sul campo.

Questo documento è un punto di partenza

La governance AI in Key-Stone è un processo in evoluzione. Questo documento verrà aggiornato periodicamente sulla base delle nuove esperienze interne, dei cambiamenti nelle policy dei provider e delle esigenze che emergeranno dall'uso quotidiano. Segnala al reparto IT o alla direzione qualsiasi situazione che non trovi risposta in queste pagine.

Key-Stone S.r.l.
La Direzione