



Soluzioni & Progetti di Speech Analysis

Settembre 2017

Vincenzo Giliberti
Innovation & Solution Design Manager
Teleperformance Italy
vincenzo.giliberti@teleperformance.com
+39 348 51333 58





Siamo il leader mondiale
**nella gestione della Customer
Experience Omnicanale in
Outsourcing.**

Siamo esperti nelle interazioni delle
persone e nel fornire una eccellente
customer experience in ogni singolo
contatto.

Ogni anno riceviamo riconoscimenti e premi dai
nostril clienti e dai migliori analisti di mercato per la
nostra competenza in innovazione, tecnologia e
sicurezza.

Gartner.

FROST &
SULLIVAN

 **IDC**

Everest Group
From insight to action.



**Abbiamo il team
multiculturale più
grande del mercato.**

Siamo un team di
217.000
persone

Forniamo servizi
in
265
lingue e dialetti

Siamo presenti
in
74
paesi

340
siti

Al servizio di
160
mercati

Interagiamo con
più del
40%
della
popolazione
mondiale ogni
giorno

Fatturato 2016:
\$4,050 mld
€3,649 mld

Teleperformance Group

Siamo presenti nei seguenti paesi:

EWAP

- 1 Australia
- 2 Canada
- 3 China
- 4 Guyana
- 5 India
- 6 Indonesia
- 7 Ireland
- 8 Jamaica
- 9 Malaysia
- 10 Philippines
- 11 Singapore
- 12 South Africa
- 13 Thailand
- 14 United Kingdom
- 15 United States
- 16 Vietnam

IBERO LATAM

- 17 Argentina
- 18 Brazil
- 19 Chile
- 20 Colombia
- 21 Costa Rica
- 22 Dominican Republic
- 23 El Salvador
- 24 Mexico
- 25 Panama
- 26 Portugal
- 27 Spain

CEMEA

- | | | |
|-------------------------|--|----------------|
| 28 Albania | 43 Ghana | 60 Romania |
| 29 Algeria | 44 Greece | 61 Russia |
| 30 Armenia | 45 Israel | 62 Serbia |
| 31 Azerbaijan | 46 Italy  | 63 Slovakia |
| 32 Belarus | 47 Jordan | 64 Suriname |
| 33 Bosnia & Herzegovina | 48 Kazakhstan | 65 Sweden |
| 34 Czech Republic | 49 Kenya | 66 Switzerland |
| 35 Denmark | 50 Lebanon | 67 Tanzania |
| 36 Egypt | 51 Lithuania | 68 Tunisia |
| 37 Ethiopia | 52 Luxembourg | 69 Turkey |
| 38 Finland | 53 Madagascar | 70 Uganda |
| 39 France | 54 Montenegro | 71 Ukraine |
| 40 Gabon | 55 Morocco | United Arab |
| 41 Georgia | 56 Netherlands | 72 Emirates |
| 42 Germany | 57 Nigeria | 73 Uzbekistan |
| | 58 Norway | 74 Zimbabwe |
| | 59 Poland | |

TP ITALIA: NUMERI



Fondata
nel **2003**

Fatturato
€ 92
milioni

3 sedi
Roma
Fiumicino
Taranto

Persone
3.350

7+
Lingue
parlate

Postazioni
2.500

Certificazioni
UNI EN ISO 9001
BS OHSAS 18001
UNI EN 15838
ISO IEC 27001
COPC

TP ITALIA: CLIENTI

	Energy & Utilities				
	Insurance				
	Services			Telco	
	Entertainment				
	Technology	LEADER MONDIALE HI TECH		Travel & Tourism	
	Financial Services				
	Retail				



Siamo leader
**nella gestione della
Customer
Experience
Omnicanale.**

Siamo specializzati in ogni canale, e nella conoscenza delle preferenze dei clienti, abbiamo competenze nei maggiori settori di mercato, il tutto grazie al nostro impegno e coinvolgimento per vivere il tuo business come se fosse nostro.

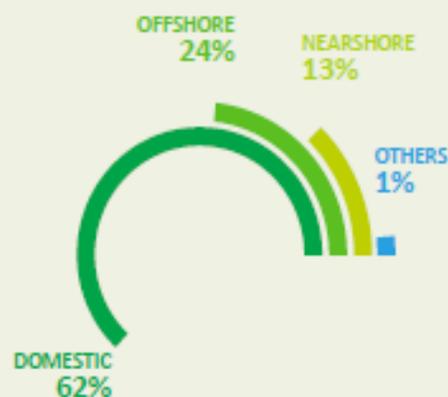
Fatturato 2016

\$4,050
€3,649
miliardi

Risultato della partnership con i nostri clienti.

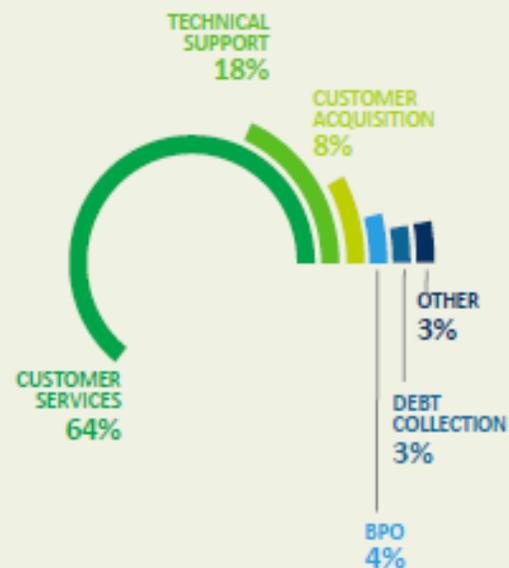
Esperienza globale e locale

Con un fatturato da shoring di:



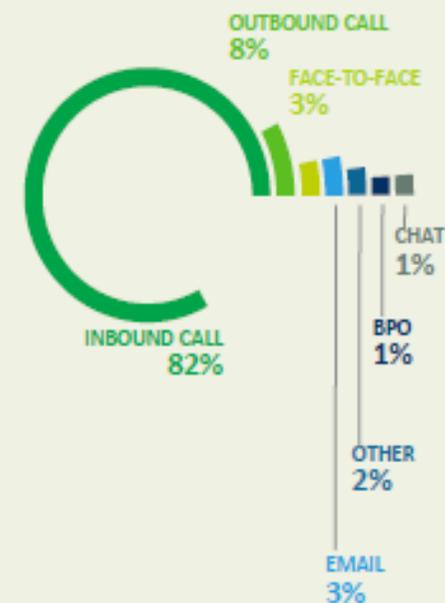
Fornendo soluzioni secondo le tue esigenze

% fatturato



Usando diversi canali di contatto

% fatturato

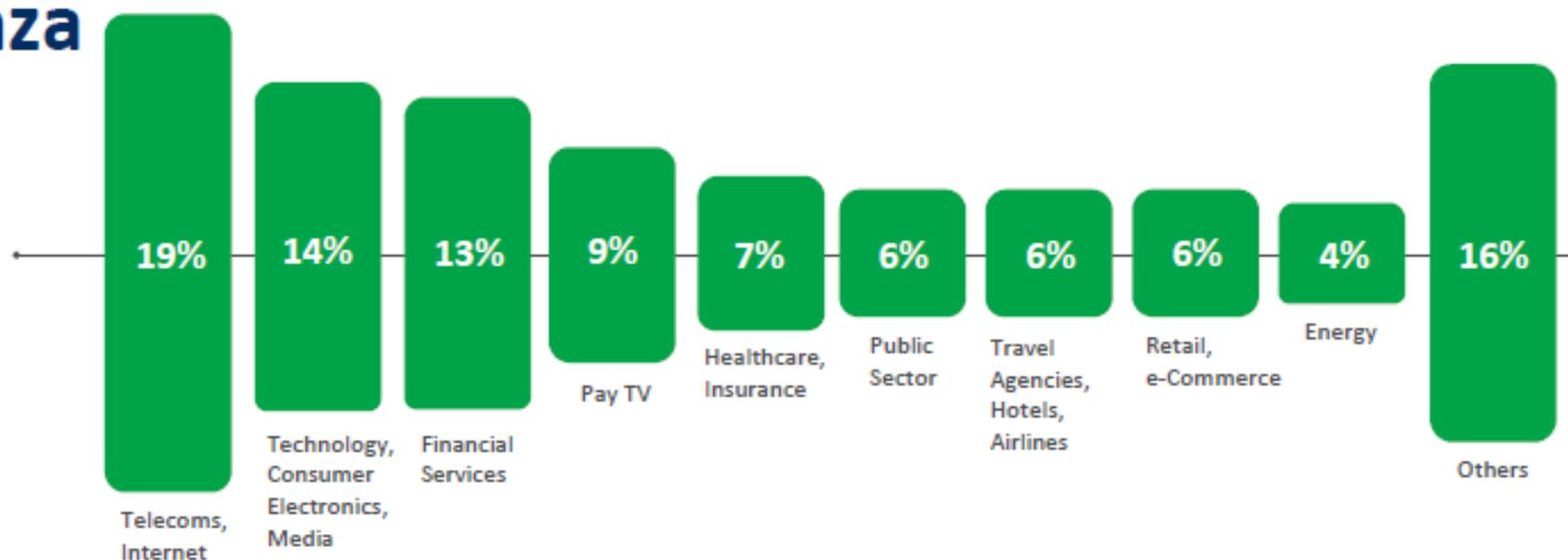


Più di 4 DECENNI

migliorando, imparando e creando nuovi processi, metodologie e strumenti per fornire un'esperienza memorabile.

Competenza in diversi settori

Ricavi per settore - 2016



Più di 4 DECENNI

migliorando, imparando e creando nuovi processi, metodologie e strumenti per fornire un'esperienza memorabile.

Sviluppo continuo di
**Soluzioni
omnicanale
integrate**



Contact Center

Face-to-face

Interactive
Teleperformance Hybrid Interactions 

e-Performance
Teleperformance Digital Solutions 

Connection
Teleperformance Mobility Solutions 

Platinum
Teleperformance IP and Specialized Solutions 

Teleperformance
BPO non-Interaction 

Teleperformance
Analytics 

Teleperformance
Best Location 

Teleperformance
Automation 



L'OPPORTUNITA':
*estrarre valore dalle
conversazioni con i
Clienti*



LA SOLUZIONE:
*BeSmartCall per la
Speech Analysis*



LE BEST PRACTICES:
*Progetto nel mercato
italiano*



IL PRICING MODEL:
Elementi chiave



Opportunità: estrarre valore dalle conversazioni con i Clienti

Obiettivo

Implementare un vero e proprio “Ascolto del Cliente”, sia in inbound sia in outbound, attraverso la comprensione e l’analisi di informazioni non mediate ma provenienti direttamente dalla voce degli attori coinvolti nella telefonata: l’agente e il cliente.

Componenti

Soluzioni tecnologiche in grado di:

- trascrivere automaticamente le conversazioni telefoniche;
- effettuare statistiche a partire dal testo trascritto.

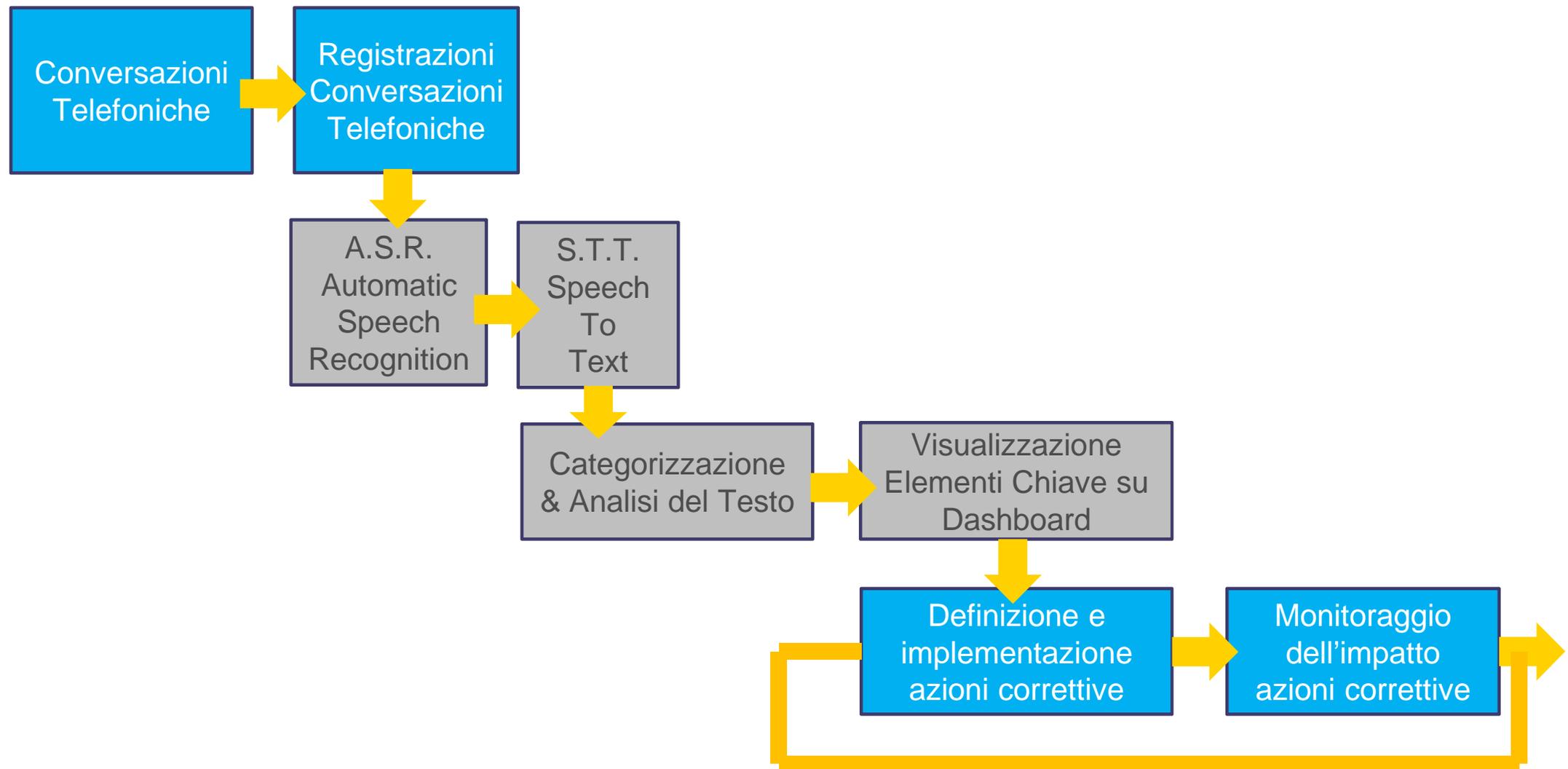
Processi di analisi del dominio, del testo, di categorizzazione, di definizione ed applicazione di metriche e di azioni correttive

Vantaggi

- Individuare i Clienti insoddisfatti e gestirli al meglio prevenendo switch-out;
- Individuare nuove opportunità di business;
- Migliorare il controllo della qualità erogata;
- Ridurre i tempi medi di gestione dei contatti.

L'OPPORTUNITA': ESTRARRE VALORE DALLE CONVERSAZIONI

Analytics Cycle



L'OPPORTUNITA': ESTRARRE VALORE DALL'ANALISI DELLE CONVERSAZIONI

Analisi percezione del Cliente

Le offerte e/o le bollette sono chiare ai Clienti ?
Se si, cosa emerge che ne pensano ?

Possiamo proporre:

- la domiciliazione bancaria dei pagamenti ?
- l'attivazione della bolletta web ?
- un cambio tariffario ?
- up-sell o cross-sell ?

I Clienti segnalano criticità nei servizi erogati o nei prodotti forniti ?
Se si, possiamo prevenire o intercettare un reclamo o uno switch-out ?

I Clienti indicano dei prodotti/servizi di competitori che reputano migliori dei nostri ?

Analisi qualità del Servizio

Gli agenti rispettano contenuti e modalità degli script ?

Gli agenti conoscono bene i prodotti/servizi dell'offerta, i punti di forza e i processi del Committente ?

Gli agenti hanno capacità propositiva di up-sell o di cross-sell ?

Gli agenti hanno necessità di training ?

Analisi statistica e/o basate su algoritmi di intelligenza artificiale



2

*Soluzione BeSmartCall per la
Speech Analysis*

SOLUZIONE

Caratteristiche



TP Italia utilizza la soluzione «BeSmartCall» sviluppata da Cedat85

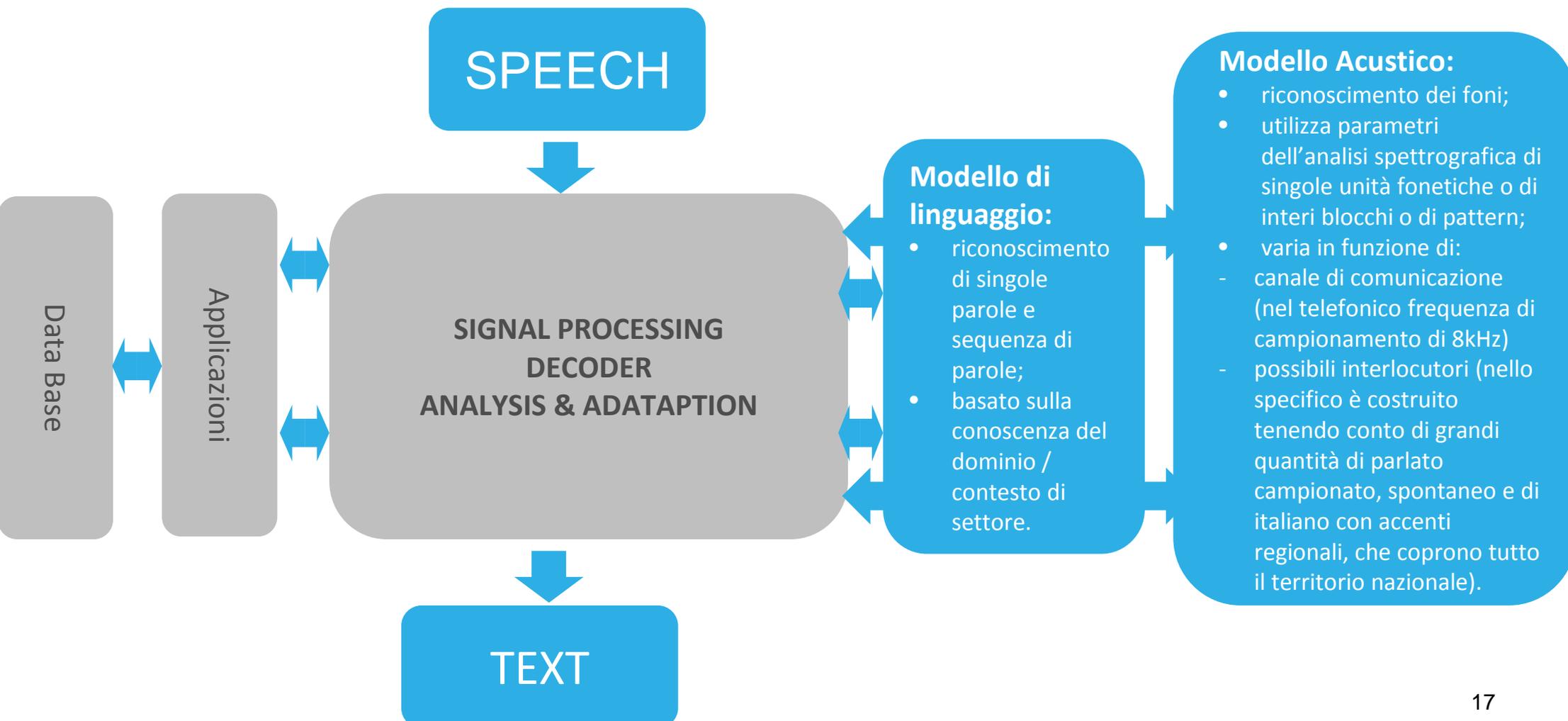
che trasforma automaticamente le conversazioni vocali in testo scritto e le rende disponibili all'analisi e alla ricerca dei contenuti.

- si basa su un sistema di trascrizione proprietario in **Natural Language** di tipo “**Speaker Independent Continuous Speech Recognition System**”
- si differenzia dagli altri disponibili sul mercato poiché **interamente progettato e sviluppato nativamente per la lingua italiana.**
- ottiene risultati al di sopra della media di mercato attestandosi su un valore di **Word Error Rate** su canale telefonico (operatore) pari al **19,5%**.

$$WER = \frac{S + D + I}{S + D + C}$$

N. parole: S= sostituite; D= eliminate; I = Inserite; C= corrette.

- è **scalabile** e può essere dimensionato per trascrivere il **100%** del volume delle telefonate.
- la trascrizione e l'analisi possono essere **immediatamente disponibili** dopo un tempo pari alla durata della conversazione.



SOLUZIONE

Consultazione delle conversazioni



Teleperformance



Si accede alla trascrizione automatica della telefonata, separata per oratore e per fase della telefonata, e allineata con il relativo audio.

SOLUZIONE

Pannello di controllo ed export dei dati



Teleperformance



CATEGORIE

Permette di taggare automaticamente le telefonate secondo il contenuto del dialogo fra operatore e cliente.



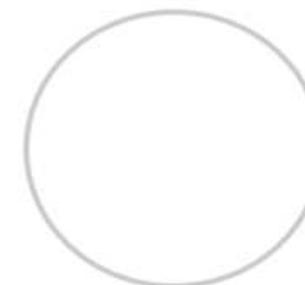
ARGOMENTI

Così come le categorie, anche gli argomenti più rilevanti possono essere definiti (es. contratti, reclami e solleciti).



KEYWORDS

Possono essere definite delle parole speciali di proprio interesse statistico al di fuori di una categoria.



STOPWORDS

In ogni momento si possono eliminare le StopWords, parole non significative al fine delle analisi.



RICERCA/FILTRAGGIO

permette di estrarre dati e concentrare le analisi su un sottoinsieme di telefonate, individuabile attraverso l'incrocio di una o più variabili, fino ad individuare la componente che ha causato un determinato fenomeno.

È possibile esportare in vari formati tra cui anche CSV tutti i dati alla base dell'analisi in corso per poterli sfruttare anche in software specializzati in analisi statistica descrittiva come ad esempio il software «R»



SOLUZIONE

Statistiche (1)

BeSMARTCALL

Statistiche

IMPOSTA FILTRI

PRINCIPALI >

DATA

da: 21/08/2017 a: 31/08/2017

CARATTERISTICHE >

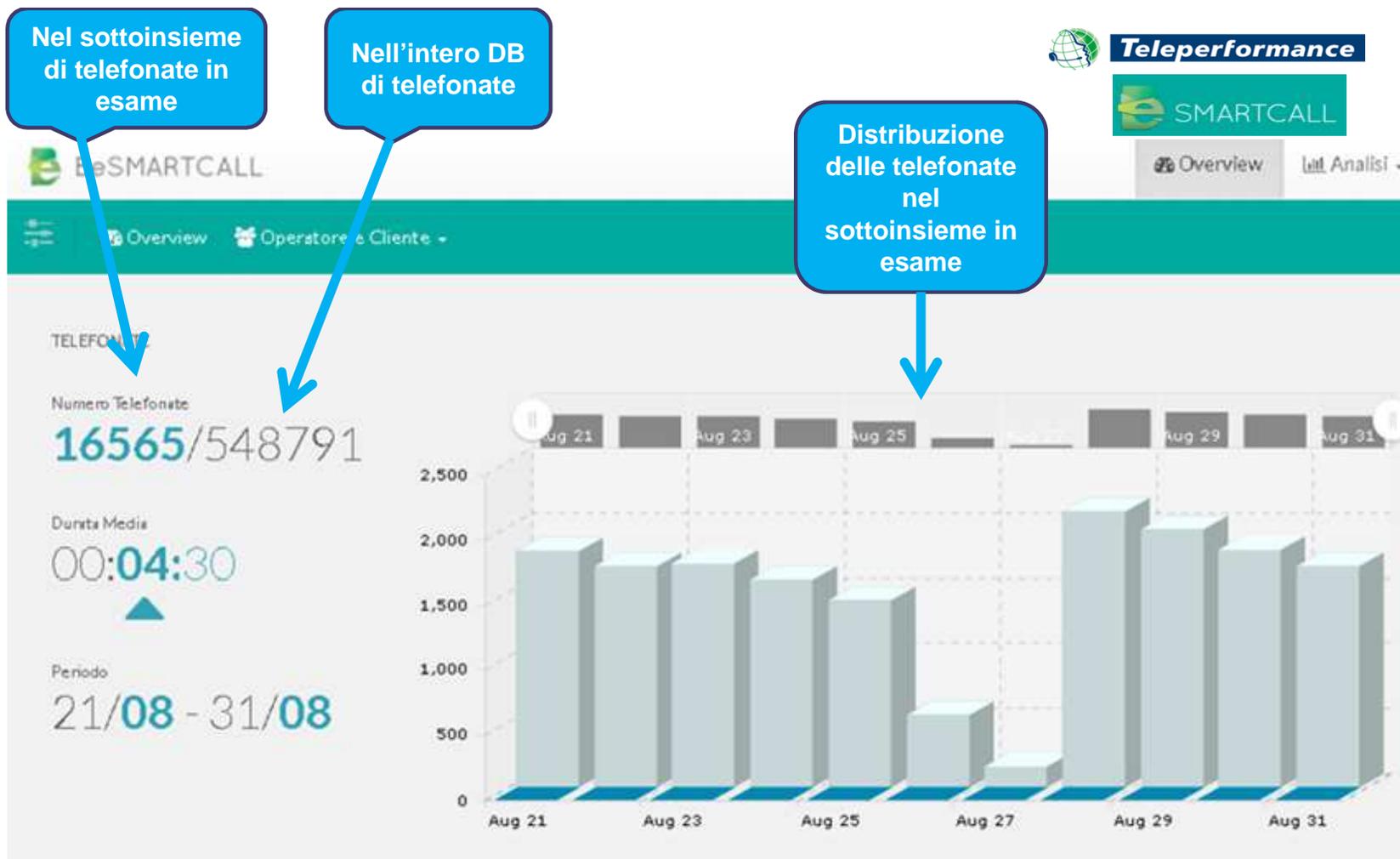
TOPICS >

METADATI >

TESTUALI >

KEYWORDS >

Statistiche di
overview



SOLUZIONE

Statistiche (2)

BeSMARTCALL

Statistiche

IMPOSTA FILTRI

PRINCIPALI >

DATA ✕

da: 21/08/2017 a: 31/08/2017

CARATTERISTICHE >

TOPICS >

METADATI >

TESTUALI >

KEYWORDS >

BeSMARTCALL

Overview Operatore e Cliente

PREVALENTI

Parole Prevalenti	Increase Prevalenti	Topics Prevalenti	Increase Topics
bolletta 9151	tg 35191%	P.f_reclami 13317	Debranding 120876%
fattura 6935	nazionale 1318%	O-credito 10617	O-servizi digitali 34068%
fornitura 6352	online 188%	Credito 9816	Canale di contatto 23202%
casa 6070	tratta 107%	P.f_feedback cliente 8849	Contatori gas 2796%
contratto 5271	internet 84%	Gestione cliente - contatti 6873	Afsostituzione contatori ele 564%
contatore 4582		O-fatturazione 6802	
gas 4206	Decrease Prevalenti	Fatturazione 6544	Decrease Topics
bollette 4151	agenzia -44%	Gr_invito a chiamare_focus 6073	Invito a chiamare -79%
fax 4148	ente -43%	Contratto 5031	Consensi -79%
luce 4097	registrazione -43%	Web_ff 4330	Cc_duplicato fattura -70%
	canone -42%		Canone rai -66%
	subentro -35%		Richiamate -51%

Statistiche su
parole e categorie
prevalenti

SOLUZIONE

Statistiche (3)



Teleperformance



BeSMARTCALL

Statistiche

IMPOSTA FILTRI

PRINCIPALI

DATA

da: 21/08/2017 a: 31/08/2017

CARATTERISTICHE

TOPICS

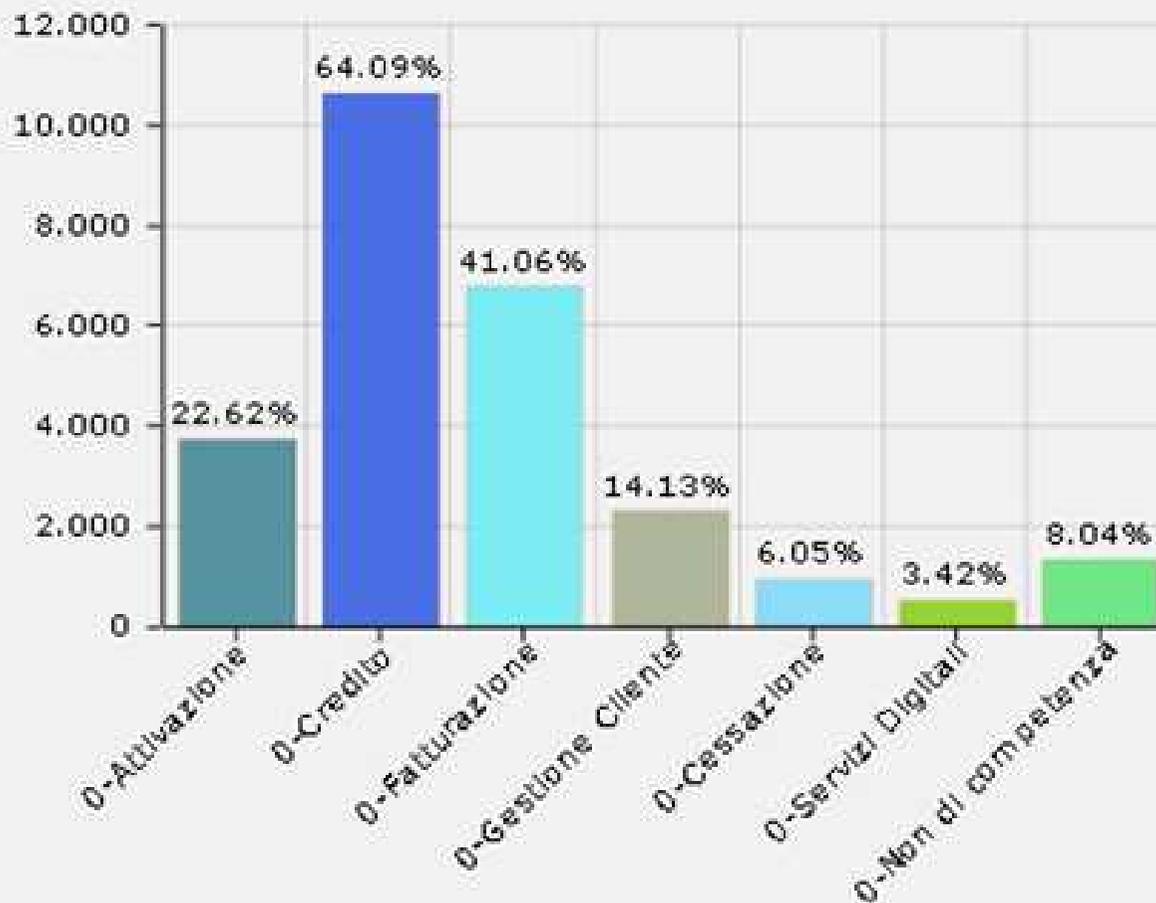
METADATI

TESTUALI

KEYWORDS

Statistiche su
macro argomenti

MACRO ARGOMENTI



SOLUZIONE

Statistiche (4)

BeSMARTCALL

Statistiche

IMPOSTA FILTRI

PRINCIPALI >

DATA

da: 21/08/2017 a: 31/08/2017

CARATTERISTICHE >

TOPICS >

METADATI >

TESTUALI >

KEYWORDS >

**Statistiche su
telefonate, silenzi,
sovrapposizioni**

BeSMARTCALL

Statistiche

Teleperformance

SMARTCALL

▼ Telefonate

Numero Telefonate:	16565	(112845)
Prima telefonata:	2017-08-21 07:00:10	(2016-09-01 07:00:44)
Ultima telefonata:	2017-08-31 21:02:40	(2016-11-18 21:01:48)
Durata Totale:	1117:35:20	(7387:45:35)
Durata Media:	00:04:30	(00:03:55)
Telefonate con durata superiore alla media:	38 %	(41 %)
Telefonate con durata inferiore alla media:	62 %	(59 %)

▼ Silenzi e Sovrapposizioni

Tolleranza impostata:	1 s	
Sovrapposizione:	31.48 %	(45.42 %)
Silenzio assoluto:	9.71 %	(13.21 %)
Tempo di reazione dell'operatore:	0.28 s	(0.42 s)
Silenzio Operatore:	55 %	(36.02 %)
Parlato Operatore:	45 %	(63.98 %)
Silenzio Cliente:	23.74 %	(32.95 %)
Parlato Cliente:	76.26 %	(67.05 %)

Annotations:

- Nel sottoinsieme di telefonate in esame
- variazione del sottoinsieme in esame rispetto all'intero database
- Nell'intero DB di telefonate

SOLUZIONE

Statistiche (5)

BeSMARTCALL

Statistiche

IMPOSTA FILTRI

PRINCIPALI >

DATA

da: 21/08/2017 a: 31/08/2017

CARATTERISTICHE >

TOPICS >

METADATI >

TESTUALI >

KEYWORDS >

BIGRAMMA	FREQUENZA ASSOLUTA	VARIAZIONE	FREQUENZA NELLE TELEFONATE
domiciliazione;bancaria	1729 (6111)	86% ▲	6,57% ▲ (3,85%)
deposito;cauzionale	1371 (5097)	77% ▲	4,55% ▲ (2,59%)
chiusura;contratto	945 (3777)	65% ▲	3,63% ▲ (2,29%)
gas;metano	1085 (4848)	47% ▲	5,26% ▲ (3,39%)
risulta;pagata	759 (3508)	43% ▲	3,28% ▲ (2,32%)
fattura;chiusura	708 (3299)	41% ▲	3,04% ▲ (2,11%)
modulo;adesione	783 (3691)	40% ▲	2,37% ▲ (1,77%)

Numero di occorrenza della parola / coppia di parole

% di variazione della frequenza della parola / coppia di parole rispetto al periodo in esame

% dei file che contengono la parola / coppia di parole

Nel sottoinsieme di telefonate in esame

Nell'intero DB di telefonate

Nel sottoinsieme di telefonate in esame

Nell'intero DB di telefonate

Statistiche su frequenza su parole o coppie di parole

IL SUCCESSO DEL PROGETTO DI SPEECH ANALYSIS

OLTRE CHE DALLA TECNOLOGIA DIPENDE IN MANIERA IMPRESCINDIBILE DAL LAVORO CONGIUNTO DEL TEAM DI PROGETTO CONGIUNTOI CUI COMPONENTI DEVONO «REMARE» INSIEME E SINCRONIZZATI NELLA STESSA DIREZIONE.





3

*Best Practices: Progetti nel
mercato italiano*

BEST PRACTICES

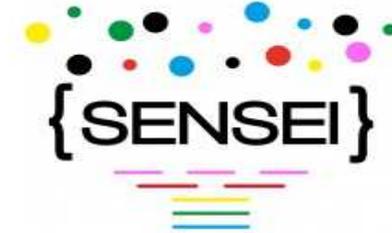
Progetto R&D europeo



<http://www.sensei-conversation.eu/>

Making Sense of Human - Human Conversation

Home About News Partners Publications Press References Deliverables Case studies Contacts



PARTNERS



UNIVERSITY OF TRENTO - Italy
Information Engineering
and Computer Science Department



Prototypes of Conversation Summarization

We are developing the language technology and evaluation frameworks for the SENSEI summarisation technology. We are now ready to show the first prototypes of multilingual summarisation systems and its application to spoken conversations (call centres) as well as news and social media conversations

If you want to know more, please visit the website sensei-conversation.eu or contact info@sensei-conversation.eu

Analysis and Summarisation of Spoken Conversations



Data releases

- o French, Italian, English
- o Call Center Spoken Human-Human Conversations
- o Social Media Conversations
- o Annotations (Semantic, Parasegmentic, Discourse, Summaries

Analysys and Summarization of Social Media Conversations



BEST PRACTICES

Progetto R&D europeo

theguardian

How to make sense of long comment threads on newspaper websites

Computer scientists create system to summarise hundreds of reader opinions

As I write, I note that there are 2,668 comments to my posting yesterday about the Labour party and Jeremy Corbyn. And no, of course I haven't read them all. As so often, many commenters go off at a tangent, some debate with each other and several of them return in order to hose their arguments or because they have second thoughts.

Whatever the case, comment threads, especially those which attract many hundreds of participants, can be tough to read and to make sense of.

But help, courtesy of a group of Sheffield university computer scientists, is at hand. They have created a system to transform a large thread into a coherent and concise account of the commenters' opinions.

By using a computer imitation of the skills traditionally used by newspaper reporters, the commenters are treated as if they are attending a virtual town hall meeting.

The comments are then grouped and summarised so that the writer or a newly arrived reader can quickly gain a sense of the issues raised by commenters. The accompanying video shows how it's done.

The system, SENSEI, has been developed in collaboration with the Guardian through testing its viability on the comment-is-free section.

It is the creation of an eight-member team led by Rob Gaizauskas and Mark Hepple. "Reader comments are a mix of insight and inanity that few of us have the time or energy to digest," says Gaizauskas.

"SENSEI has the very practical aim of helping readers to make sense of this mass of comment. We use advanced natural language processing technologies to automatically summarise social media conversations,

"We identify key issues discussed and the range of opinion. The result should be practical tools for on-line news providers... and deeper understanding of the nature of informal argumentative discourse."

The study of how novel language processing technologies can help make us sense of large volumes of human conversational data has been funded by the European Union and involved four universities in three countries, plus two private sector partners.

Sources: YouTube/SENSEI



INNOVARE PER VINCERE



Abbiamo scritto altre volte su queste pagine dell'innovazione possibile in TP Italia ma ora possiamo affermare che "tele lettere est" ("il dato è sotto") Giulio Cesare, circa duemila anni fa, il nostro "Publione" lo abbiamo passato e indietro non possiamo tornare.

Con l'innovazione TP Italia vince in Europa, come abbiamo fatto superando una concorrenza di 80 competitori nell'ambito del settimo programma quadro ICT dell'Unione Europea, con il Progetto di ricerca e sviluppo Sensei sulla prototipazione di un tool per l'analisi delle interazioni telefoniche e web, che stiamo portando avanti con le Università di Trento, Aix-Marseille, Sheffield ed Essex.

Con l'innovazione TP Italia vince in Italia, come abbiamo fatto applicandoci una piccola ma strategica commessa, sulla Speech Analysis, ovvero sull'analisi dettagliata dei contenuti delle conversazioni lato Clienti, per comprendere dalla loro diretta voce perché stanno contattando il contact center, quali sono i reali bisogni e le azioni che si possono intraprendere per rispondere adeguatamente a tali esigenze.

Con l'innovazione TP Italia può vincere nelle sfide con i nostri competitori, proponendo ad esempio come stiamo facendo, le soluzioni:

- **TPClient** che consente la gestione dei contatti provenienti da differenti canali di interazione e in particolare dai social media come Facebook o Twitter, e il miglioramento della gestione delle interazioni con i Clienti, elaborando un flusso di lavoro automatizzato che segue i casi dei Clienti, segnala quando ha bisogno di essere completato e monitora il tutto fino alla completa risoluzione.
- **Click to Call** che permette ai Clienti che stanno navigando su un sito web di chiamarci, di ricevere il proprio numero di telefono ed essere immediatamente richiamato da un operatore del nostro call center per aver supporto nell'acquisto del prodotto o servizio.

Con l'innovazione TP Italia può vincere la sfida della sostenibilità, come stiamo facendo implementando ad esempio soluzioni per il risparmio energetico e il monitoraggio pro-attivo della continuità elettrica dei nostri Siti produttivi, ma anche sedendosi da coprotagonisti nei tavoli dove si discute e si decide sulla redazione dei bilanci sociali di Impresa. L'innovazione vince solo se riesce a pervenire tutta TP Italia e a tal fine abbiamo intrapreso degli innovation dissemination meeting, coinvolgendo diverse aree aziendali in workshop tematici bidirezionali nei quali illustriamo queste innovazioni e raccogliamo idee e proposte, e ne abbiamo in cantiere molte altre, un cantiere che non si ferma e non si deve fermare mai perché "nata è permanente, tranne che il cambiamento" (Erasmo, circa duemila anni fa). To be continued.

Vincenzo Gilberti
Direttore Solution Design & Innovation
Teleperformance Italy

Aggiornato il: 28/11/2013 | autore: MilanoFinanza

Teleperformance: vara progetto ricerca europeo con Università Trento

MILANO (MF-DJ)—Teleperformance Italia, società leader nel settore dei call center, in partnership con l'Università di Trento (coordinatore del progetto) Università di Aix-Marseille (Francia), Università di Sheffield (United Kingdom), Università di Essex (United Kingdom) e la società di servizi Websays (Spagna), svilupperà un progetto di ricerca innovativo nel campo dell'analisi delle conversazioni voice e social media.

Il progetto, si legge in una nota, è stato scelto al termine di un processo molto selettivo dalla Commissione europea Direzione ricerca per l'accesso ai finanziamenti del 7ø programma quadro sull'innovazione, dopouna selezione al termine della quale sono stati ammessi otto progetti sugli oltre 80 presentati da laboratori di ricerca Europei.

Dir. Resp.: Claudio Scamardella

Call center Teleperformance, progetto di ricerca innovativo coinvolgerà Taranto

● **Teleperformance** Italia, in partnership con l'Università di Trento (coordinatore del progetto) Università di Aix-Marseille (Francia), Università di Sheffield (United Kingdom), Università di Essex (United Kingdom) e la società di servizi Websays (Spagna), svilupperà un progetto di ricerca innovativo nel campo dell'analisi delle conversazioni voice e social media. **Teleperformance** Italia coinvolgerà nel progetto risorse umane impegnate nelle aree Information Technology Qualità e Operazione della sede di Taranto, dove attualmente sono occupati circa 3.000 addetti nelle attività di call e contact center. Il progetto è stato scelto al termine di un processo molto selettivo dalla Commissione europea Direzione ricerca per l'accesso ai finanziamenti del settimo programma quadro sull'innovazione, dopo una selezione al termine della quale sono stati ammessi otto progetti sugli oltre 80 presentati da laboratori di ricerca Europei. Denominato "Sensei" (Making Sense of Human-Human Conversation Data), il programma ha l'obiettivo di analizzare le conversazioni e le relazioni che i cittadini intrattengono con la pubblica amministrazione e le imprese private per chiedere e ricevere informazioni e servizi. Lo scopo della ricerca è la realizzazione di un prototipo informatico che, mediante l'analisi semantica delle conversazioni, sia di supporto a enti e aziende per fornire risposte corrette agli utenti nel minor tempo possibile e migliorare la qualità e ampliare la gamma dei servizi offerti.

Lettori: n.d.
Diffusione: n.d.

Comere | **Comunicazioni**

16-DIC-2013
da pag. 22

Voce-dati, business «ad personam»

► **Teleperformance** e **Università di Trento** in prima fila nel progetto **Ue Sensei** che punta a integrare conversazioni vocali e online per consentire ad aziende e PA di sviluppare servizi iper-personalizzati

Si punta allo sviluppo di una innovativa piattaforma semantica

In campo una squadra di specialisti operativi nella sede di Taranto

LORENZO FORLANI

■ Migliorare la qualità dei servizi offerti ai cittadini da Pubbliche amministrazioni e aziende attraverso l'analisi semantica delle interazioni telefoniche e online, incluse le sessioni su blog, chat e social network.

È questa la sfida portata avanti da **Teleperformance** e dall'**Università di Trento** grazie al progetto triennale (a scadenza e fissato al 2016) europeo **Sensei** (Making Sense of Human-Human Conversation Data) da 3,5 milioni di euro finanziato per 2,65 milioni dalla Commissione europea nell'ambito del 7° Programma quadro sull'innovazione.

Il progetto vede in campo anche ricercatori degli atenei di **Essex** e **Sheffield** (Regno Unito) e di **Aix-Marseille** (Francia) nonché la società di servizi spagnola **Websays** che partecipa attivamente allo sviluppo del prototipo della soluzione. Due le attività che vedranno coinvolta l'azienda romana. "Nella fase iniziale ci occuperemo dell'analisi proattiva di progetti già esistenti in ambito call-center, e poi passeremo allo sviluppo e alla realizzazione vera e propria del prototipo, assieme ai ricercatori universitari degli atenei coinvolti", spiega l'IT manager di **Teleperformance** **Vincenzo Gilberti**.

In dettaglio, si punta all'analisi, il più dettagliata possibile, delle interazioni fra cittadini e Pubbliche amministrazioni-imprese: "Il monitoraggio delle preferenze espresse dai consumatori sui vari canali di comunicazione è fondamentale", puntualizza Gilberti.

L'aspetto più importante del progetto è l'integrazione tra le comunicazioni vocali (ovvero le conversazioni gestite attraverso i contact center) e quelle sui social network (sempre più un canale di comunicazione e interazione fra aziende e clienti e in qualche caso anche fra cit-

tadini e amministrazione pubblica) che prima di ora non erano mai state integrate, ma sempre monitorate separatamente. L'altro punto di forza è la stretta collaborazione fra mondo privato e università che consente di ottenere analisi qualitative basate sulle indagini portate avanti dai ricercatori. Per portare a termine l'ambiziosa iniziativa **Teleperformance** coinvolgerà la squadra di specialisti operativi nelle aree "Information Technology, "Qualità e Process" e "Operation" della sede di Taranto, dove attualmente sono occupati circa 3.000 addetti nelle attività di call e contact center.

La mission di Sensei è dunque rendere disponibile e leggibile il patrimonio di informazioni costituito dalle opinioni degli utenti - su un servizio di una azienda o di una pubblica amministrazione - per aiutare aziende e PA a sviluppare servizi innovativi in grado di rispondere realmente alle necessità dei clienti-cittadini. Le analisi potranno essere condotte in simultanea attraverso lo screening di tutte le piattaforme in chat e multimediale e multimediate. Sensei e, inoltre, il primo progetto nel suo genere a prevedere l'analisi multilingua includendo anche l'italiano. "Grazie alla soluzione le aziende private potrebbero, ad esempio, mettere in moto un ciclo "produttivo" facendo leva sulle informazioni raccolte dai clienti - spiega il docente **Giuseppe Riccardi** del Dipartimento di Information Engineering e Computer Science dell'Università di Trento nonché coordinatore scientifico del progetto europeo.

In questo modo si potranno migliorare non solo i processi interni ma anche la progettazione dei servizi finali. Per il comparto pubblico tali tecnologie possono fare la differenza tra un servizio che è la voce del cittadino a quello dei decision maker della vita politica".



VINCENZO GILBERTI
IT manager di Teleperformance
"Il mondo delle imprese e dei cittadini è fondamentalmente"

BEST PRACTICES

Progetto per leader nel settore Utility



Progetto

Teleperformance Italia gestisce un Progetto innovativo di Speech Analysis per una multinazionale leader nel settore Energia nel mercato italiano, che riceve tramite contact center milioni di chiamate/anno.

Attivo da Novembre 2013 a tutt'oggi.

Obiettivo

Implementare un vero e proprio "Ascolto del Cliente" attraverso la comprensione e l'analisi di informazioni non mediate ma provenienti direttamente dalla voce degli attori coinvolti nella telefonata: l'agente e il cliente.

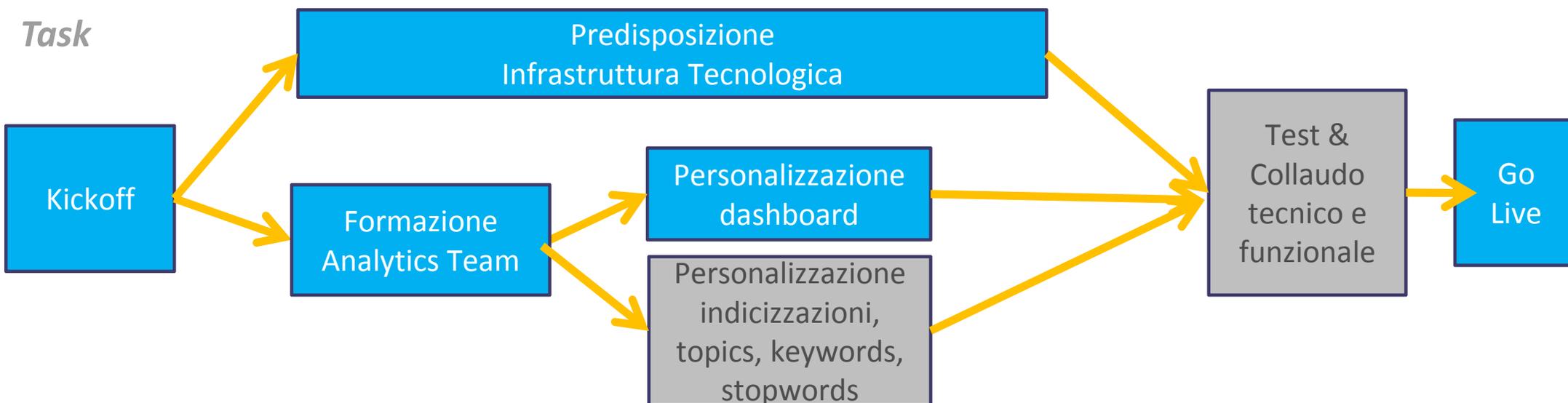
Processo

1. quotidianamente una % definita del totale delle chiamate inbound ricevute e registrate sono inviate dal Committente a TP;
2. TP le trascrive automaticamente e le analizza in profondità;
3. TP rende disponibile al Committente:
 - le trascrizioni
 - le statistiche su parole, coppie di parole e categorie che avvengono con frequenza insolita, allertando su fenomeni anomali da gestire tempestivamente.

BEST PRACTICES

Progetto per leader nel settore Utility

Task



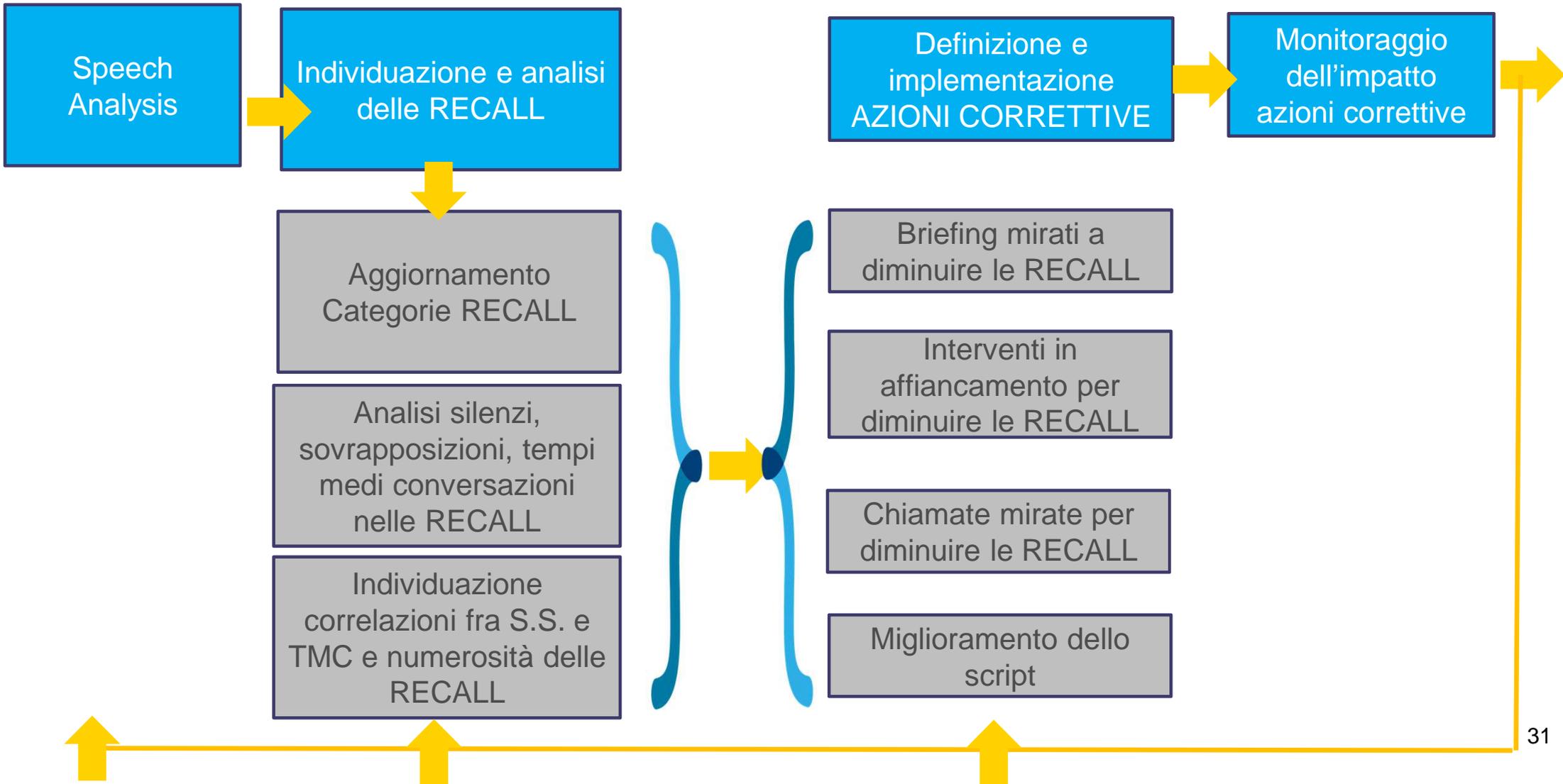
Risultati

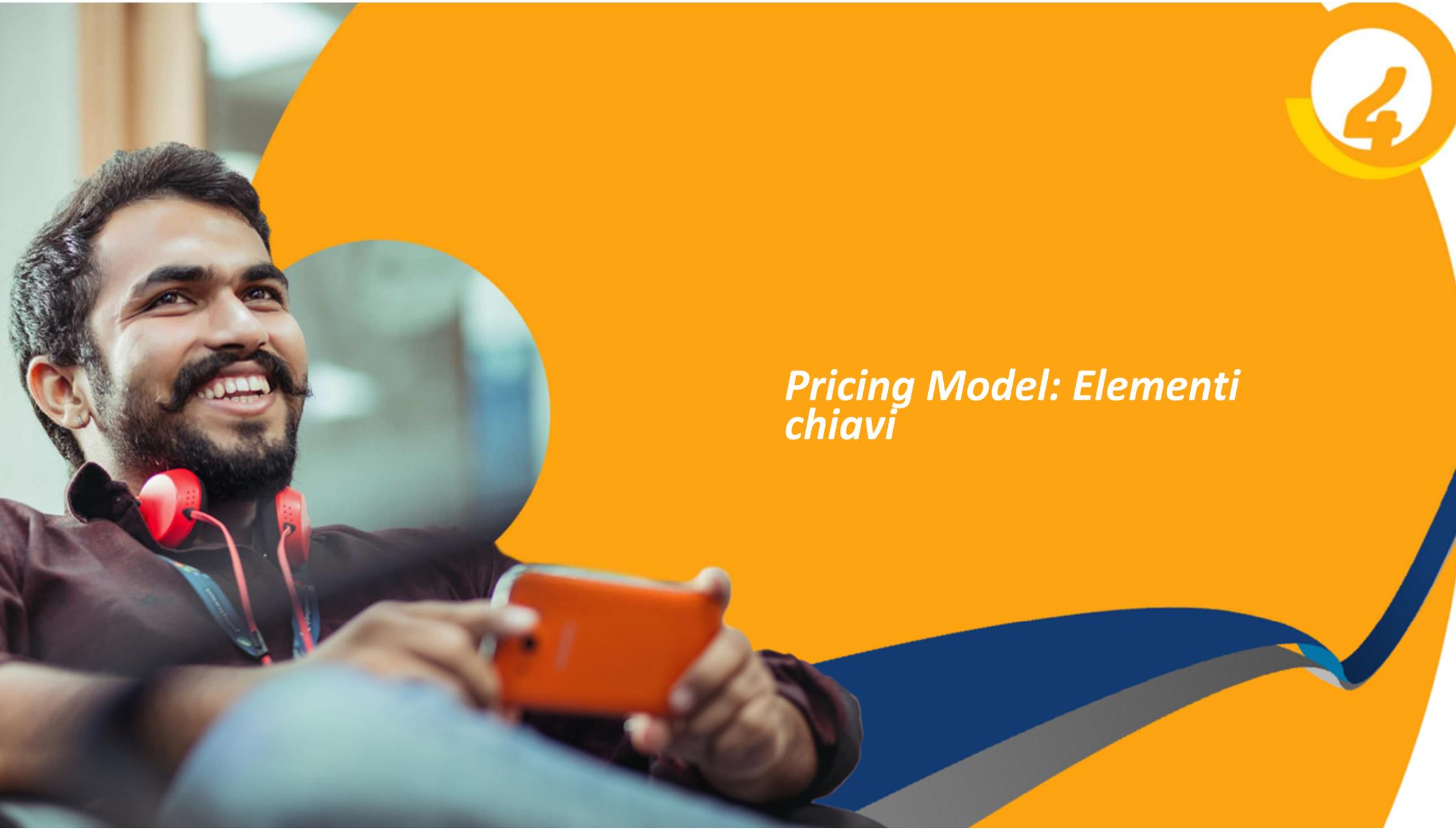
Oltre **1,5 milioni di chiamate** registrate, trascritte e analizzate **ogni anno** con importanti risultati in termini di:

- Implementazione nuovi processi operativi migliorativi
- incremento soddisfazione dei Clienti
- individuazione nuove opportunità di business

BEST PRACTICES

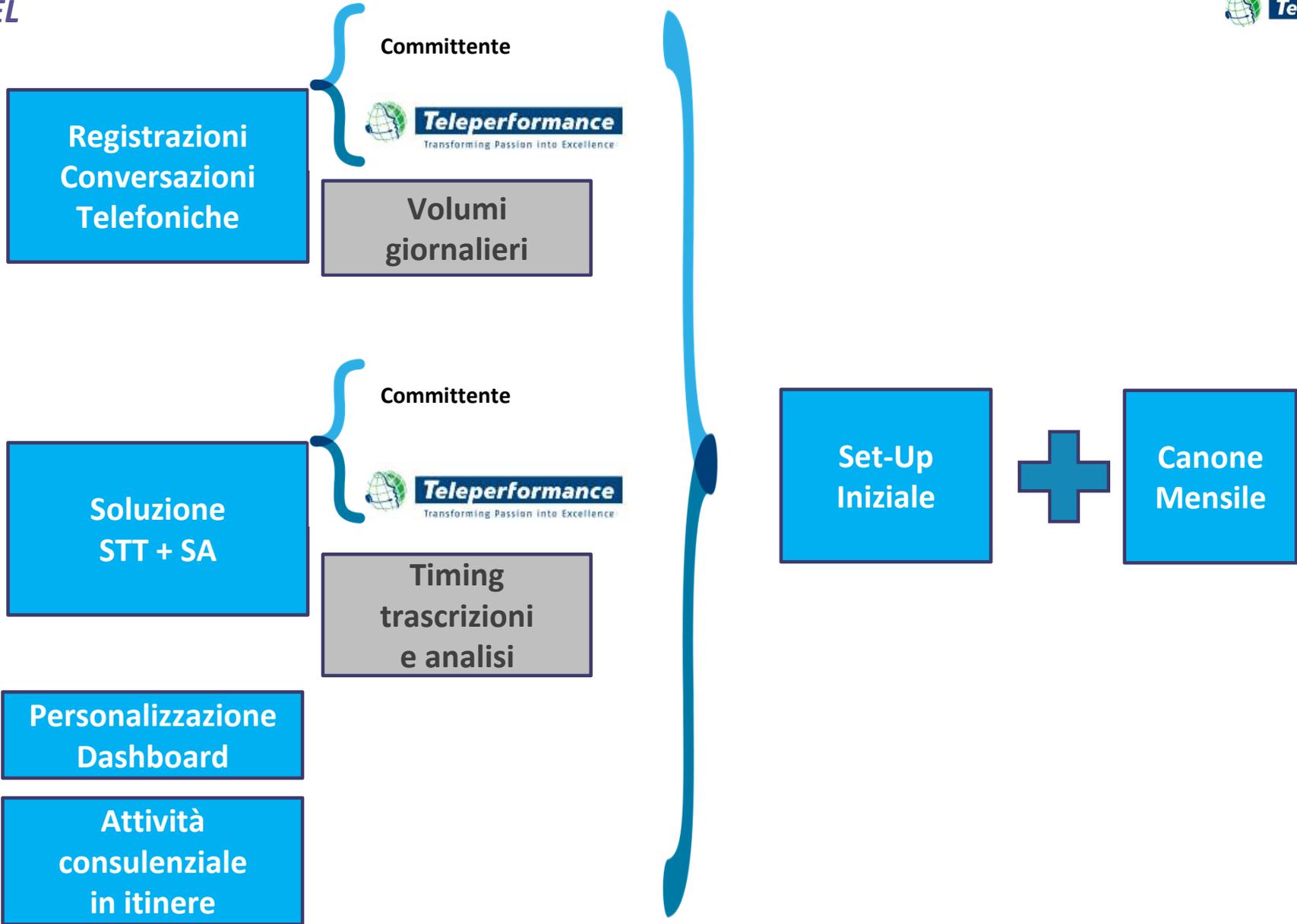
Caso d'uso: incremento OCR





*Pricing Model: Elementi
chiavi*

PRICING MODEL





Teleperformance
Transforming Passion into Excellence



Thank you

Vincenzo Giliberti
Innovation & Solution Design Manager
Teleperformance Italy
[*vincenzo.giliberti@teleperformance.com*](mailto:vincenzo.giliberti@teleperformance.com)
+39 348 51333 58

