

iCXM: trasformare la Customer Experience sfruttando le potenzialità dell'Intelligenza Artificiale

Mariella Borghi - Business Development Manager



A.I. CX
ARTIFICIAL INTELLIGENCE



Artificial Intelligence: Using algorithms and computers to figure out complex (human) tasks

Barack Obama, Joi Ito, Scott Dadich - Wired - Novembre 2016

Decision making algorithms and AI
are increasingly common in our
everyday life

A man with short brown hair, wearing a light green button-down shirt and white shorts, stands on a dirt road in a desert landscape. He is seen from behind, looking out over a vast, arid valley with red rock cliffs and sparse vegetation. He is holding a black smartphone in his left hand. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day. The text "In moments of need, people turn to their phone and search" is overlaid in white on the lower half of the image.

In moments of need, people turn to their phone and search

2018 Goals

Avoid the “medical professionals” who added these songs to operating room playlists:

- Stressed Out
- Can't Feel My Face
- Stairway to Heaven
- Say You Won't Let Go

**Machine Learning,
Probabilistic Models**

gle

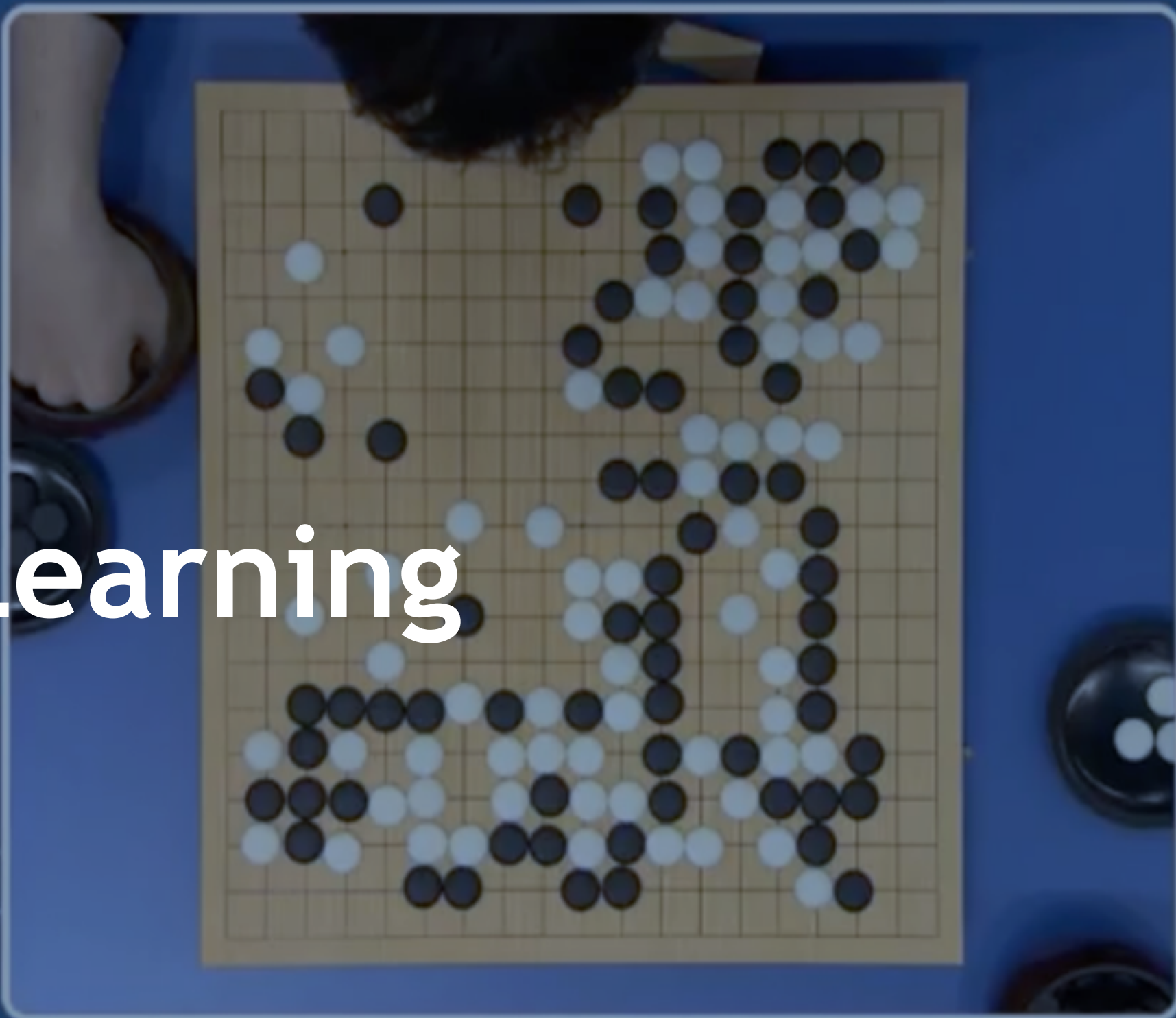
浙江省体育局



Deep Reinforcement Learning

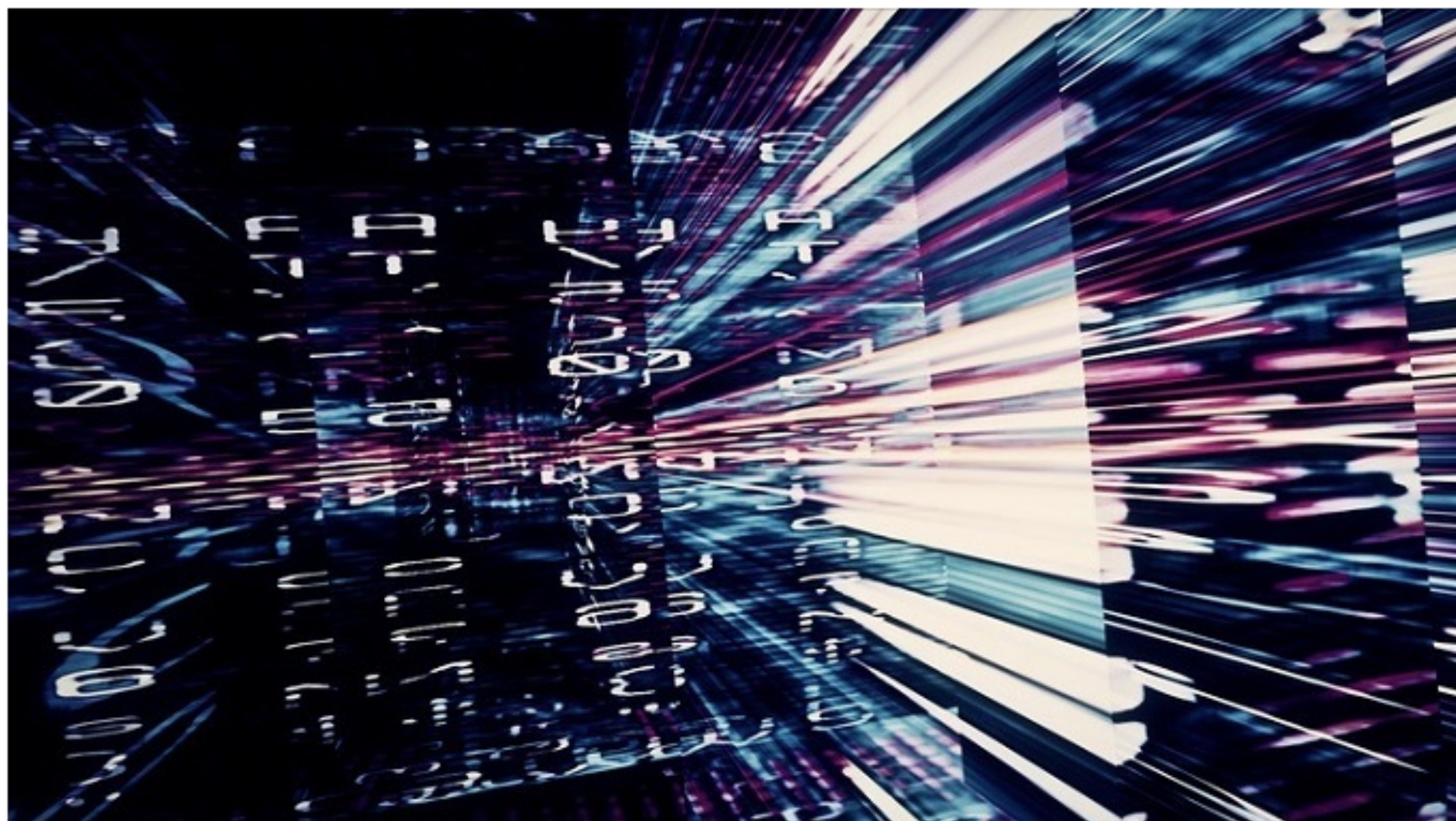
● 柯洁 KE JIE
00:53:27

● ALPHAGO
02:12:36



Axa, pronti a condividere i big data

La compagnia lancia Give Data Back, piattaforma che, nel rispetto delle leggi sulla privacy, mette a disposizione i propri dati



12/10/2017

Autore: Giacomo Corvi

In un mondo interconnesso, le informazioni corrono su device sempre più diffusi e sofisticati, capaci di raccogliere le cosiddette *tracce digitali* per trasformarle in *big data*. Patrimoni informativi che possono rivelarsi molto utili nella gestione dei rischi e nella profilazione della clientela. E che **Axa** ha deciso adesso di mettere a disposizione del proprio pubblico per offrire consigli utili su imprevisti come furti e danni da acqua.

È in quest'ottica che nasce *Give Data Back*, piattaforma pensata per la condivisione dei dati che la compagnia ha elaborato sulla base delle oltre 500 mila polizze staccate in Italia negli ultimi tre anni. Il tutto nel totale rispetto delle leggi in vigore sulla tutela dei dati personali, un impegno testimoniato anche dalla creazione, nel 2015, di un *Data privacy advisory panel*.

A detta di **Patrick Cohen**, ceo di **Axa Italia**, lo strumento consentirà "di migliorare la vita delle persone attraverso informazioni utili e consigli mirati sulla casa, uno dei patrimoni più importanti per gli italiani". La piattaforma renderà pubblici i dati sui sinistri avvenuti in Belgio, Francia, Germania, Italia, Spagna e Svizzera, distribuendoli su tre livelli (nazionale, regionale e locale). Inoltre, fornirà agli utenti informazioni pratiche su costi medi e ricorrenza dei sinistri, offrendo suggerimenti per evitare l'evento si verificchi di nuovo.

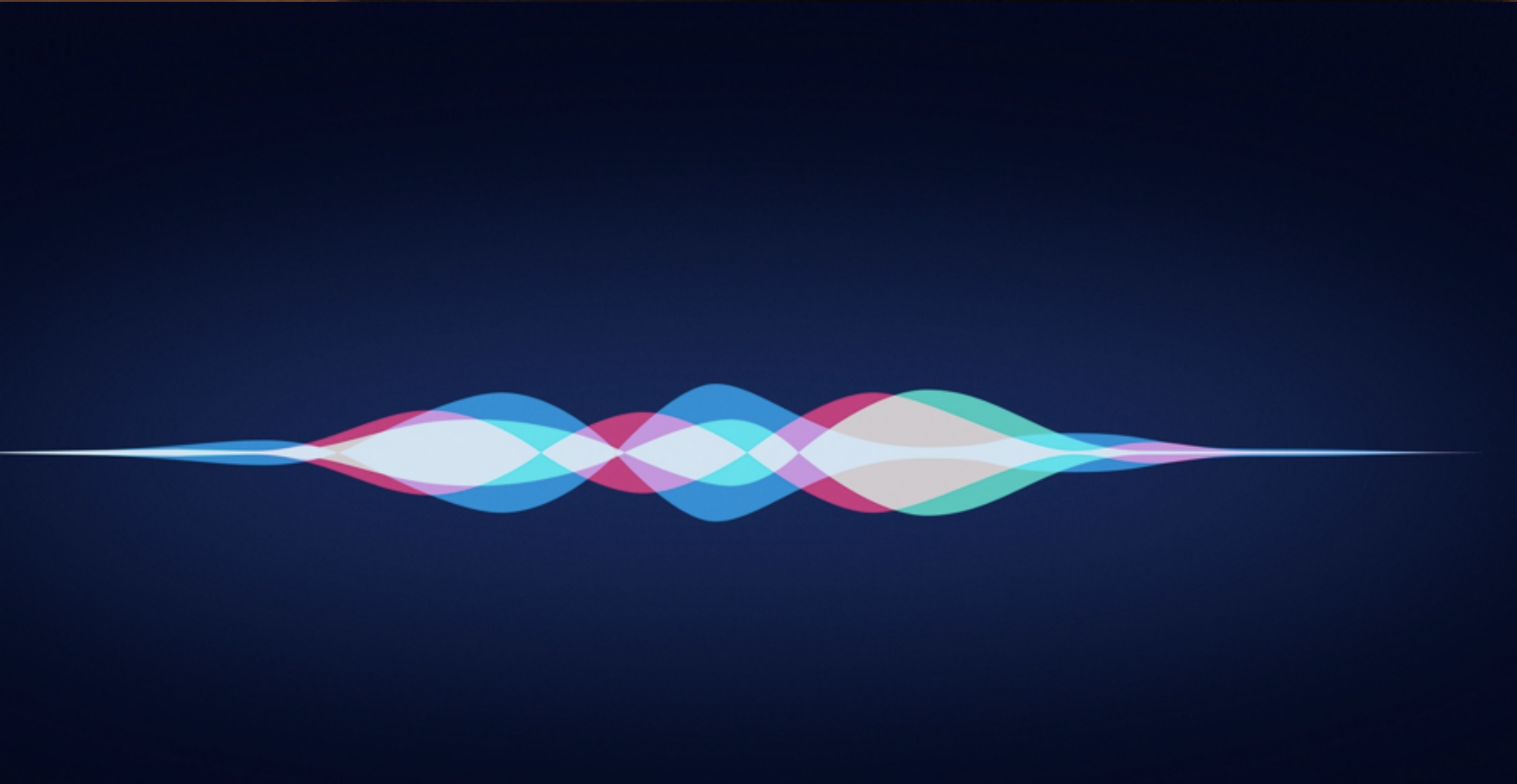
<http://www.insurancetrade.it/insurance/contenuti/tecnologie/7426/axa-pronti-a-condividere-i-big-data>

Natural Language is the ultimate interface



94,1%*

*Accuratezza raggiunta nel riconoscimento vocale
Fonte: Accenture

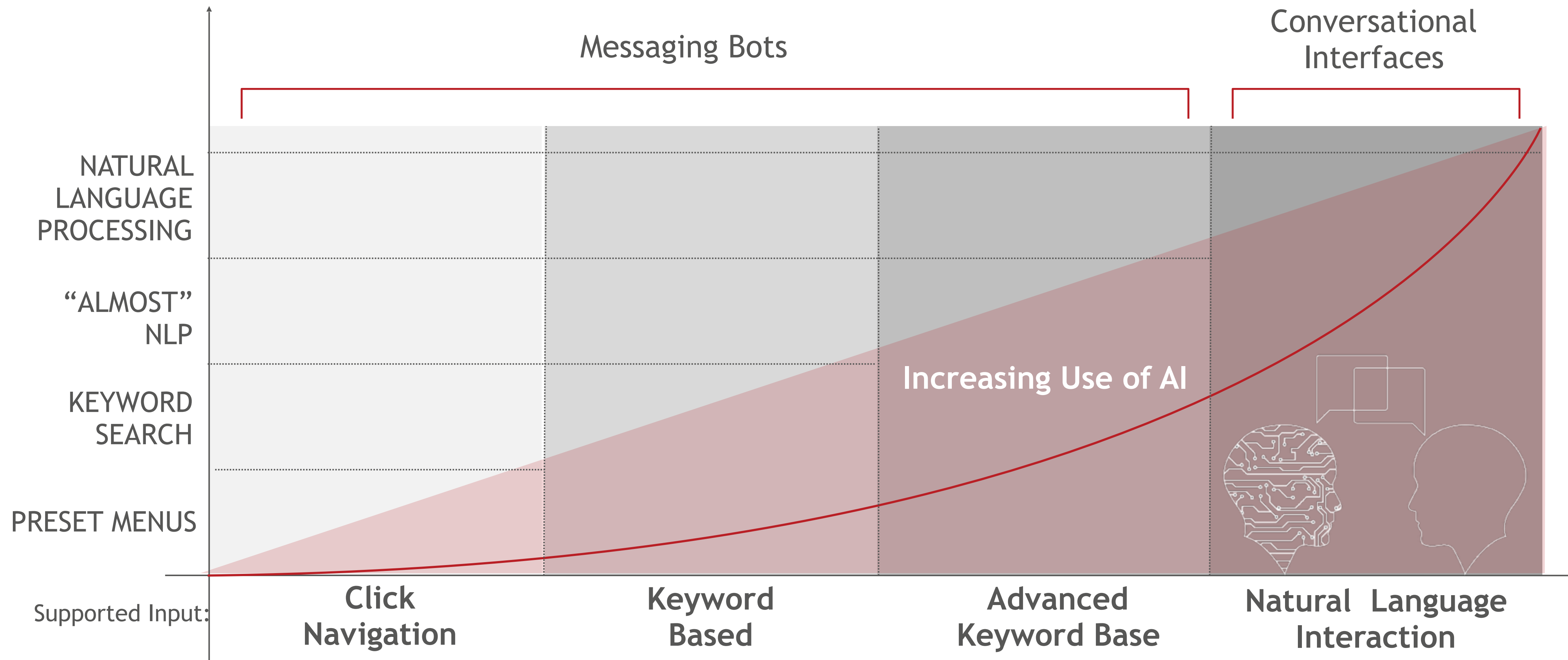


E l'interazione con i clienti?

SO... COMPUTERS HAVE MASTERED
PLAYING CHESS AND DRIVING
CARS ACROSS THE DESERT, BUT
CAN'T HOLD FIVE MINUTES
OF NORMAL CONVERSATION?

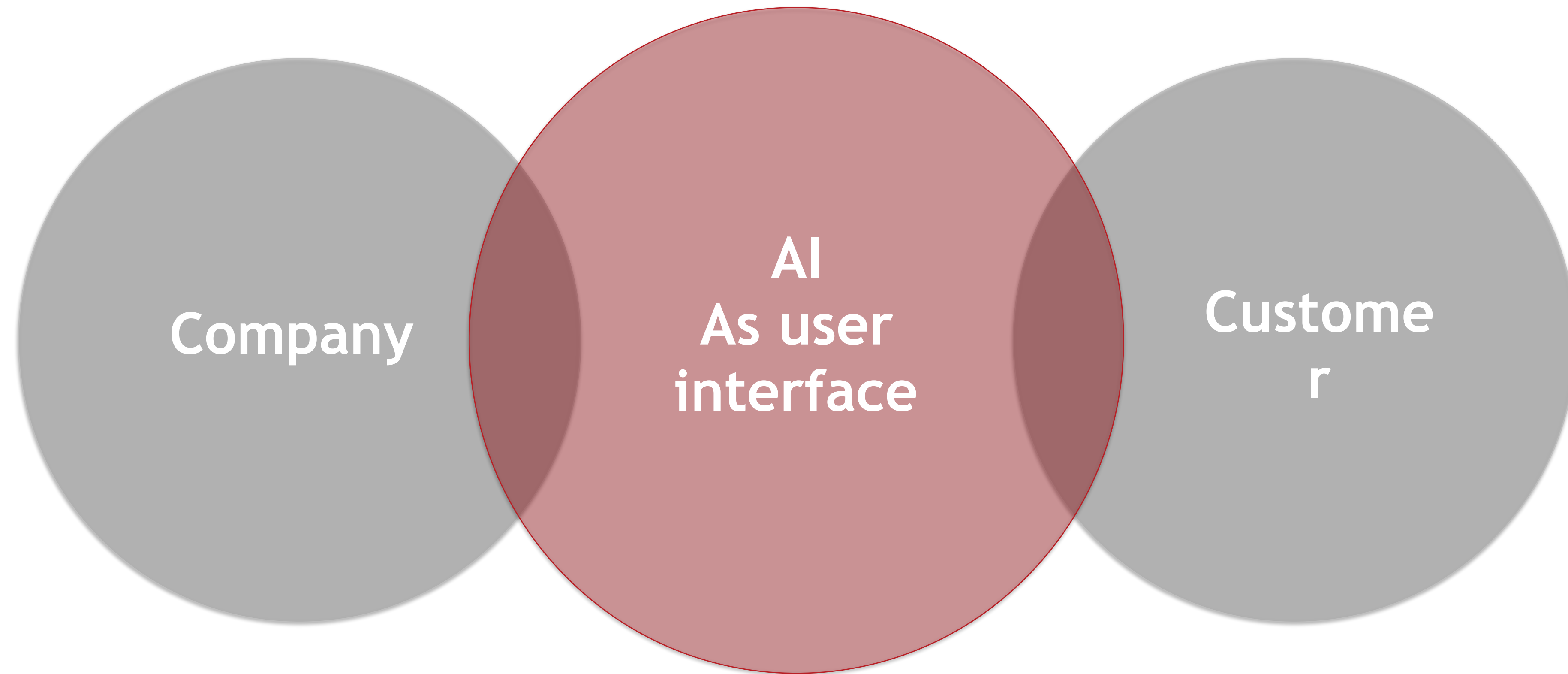


Conversational interfaces



Copyright © CELI S.r.l.

Un chatbot è un'interfaccia conversazionale che aiuta l'utente a soddisfare un'esigenza **CONCRETA** in maniera più semplice ed efficace rispetto a quanto potrebbe fare in autonomia



L'intelligenza artificiale è uno strumento di **relazione con il cliente** e quindi di **Customer Experience**

AI e relazione con il cliente

Di fronte a un bisogno o ad una esigenza **operativa il cliente usa indifferentemente diversi canali**: negozio, telefono, web, mobile (app)

L'AI fornisce uno **strumento** per **garantire un'esperienza uniforme ed efficace**:

- Interazione naturale (voce e testo)
- Predizione dei bisogni e proposta della soluzione

CX & AI: evoluzione possibile

*The good news is that AI has matured to the point where it's feasible **to design experiences that deliver a good experience while also reducing costs and driving ROI.***

2018: come sarà la Customer Experience?*



Your **voice** will be your **password**



You will use a **virtual assistant (VA)** for customer service - and it will work!



You will add a **brand as your messaging “Friend”** - and you will mean it



Brands will be better enabled to **anticipate your needs**

* Secondo Nuance

AI: il nostro approccio

**PROBLEM:
NATURAL LANGUAGE
INTERACTION**

Tra i molti campi riconducibili all'AI la nostra focalizzazione è la realizzazione di sistemi dotati di **competenza linguistica**, ovvero in grado di **comprendere e usare il linguaggio naturale** in maniera automatica

**HOW:
MACHINE LEARNING**

La **mole e la frammentarietà dei dati** disponibili rende necessario che le macchine sappiano **apprendere e svolgere compiti sempre più complessi** in maniera **automatizzata**

**HOW:
TECNOLOGIE DEL LINGUAGGIO**

Il **linguaggio naturale** e in particolare la **voce** assumeranno un ruolo di strumento ed **interfaccia centrale di interazione** con la tecnologia e con le esperienze digitali

Diventa quindi fondamentale detenere le competenze per **comprendere il linguaggio parlato** in maniera automatica

AI e Customer Experience



Registrare e interpretare le interazioni verbali e scritte con i clienti, per decifrarne il significato - sfruttando tutti i touchpoint



Studiare a fondo le interazioni per individuarne il valore nascosto - garantendo una elevata qualità del dato

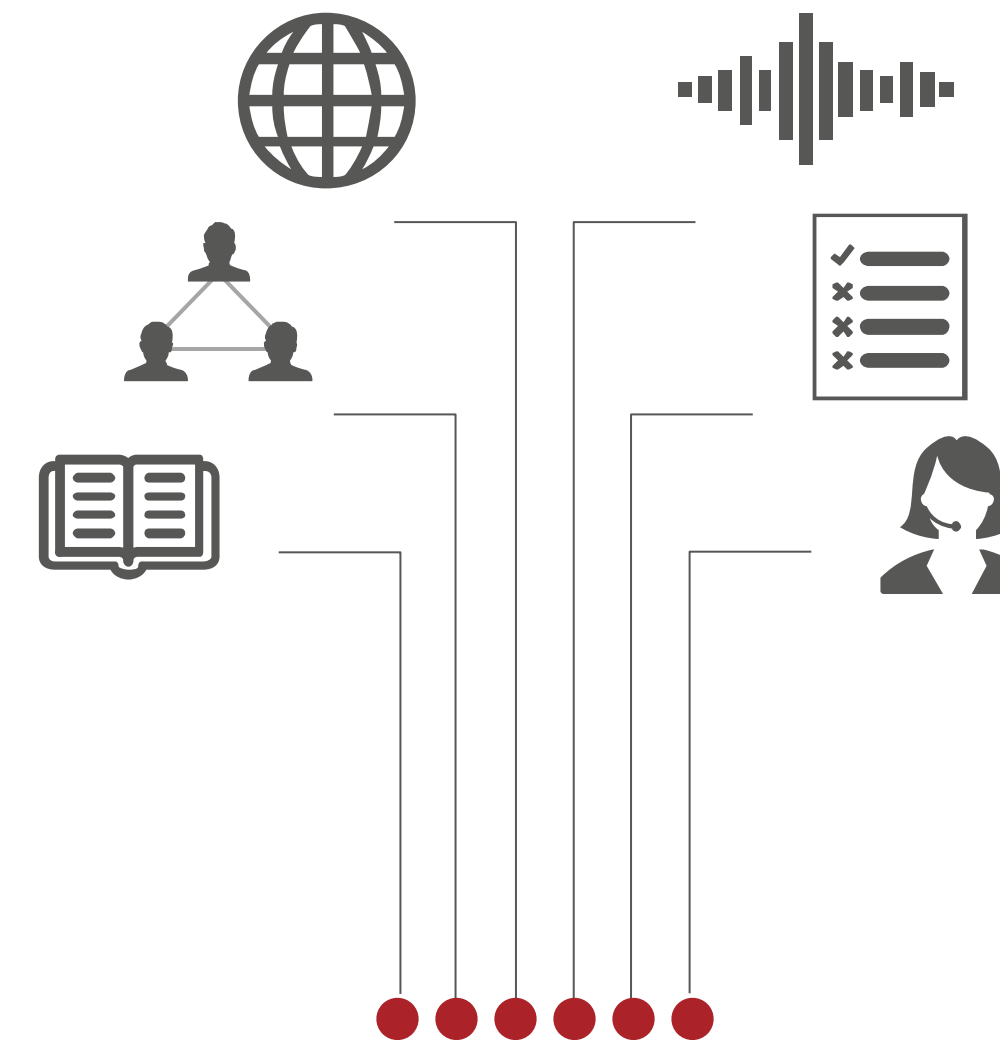


Sfruttare la conoscenza approfondita del cliente per interagire con lui in un modo naturale e pertinente

Sophia analytics è un motore semantico in grado di leggere e analizzare qualsiasi tipo di testo in linguaggio naturale



Existing channels



AI

Actionable results



Estrarre valore da tutti i dati



L'analisi del **linguaggio**, coniugata ai dati **transazionali** permette di arricchire la **conoscenza del cliente** e rafforza gli strumenti di **Marketing e Business Intelligence**, anche oltre le analisi **NPS**



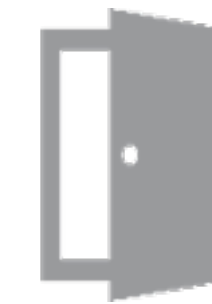
PERSONAS

Arricchire i tradizionali modelli di **clustering** dei clienti con informazioni **qualitative, attitudinali e comportamentali**



MODELLI PREDITTIVI

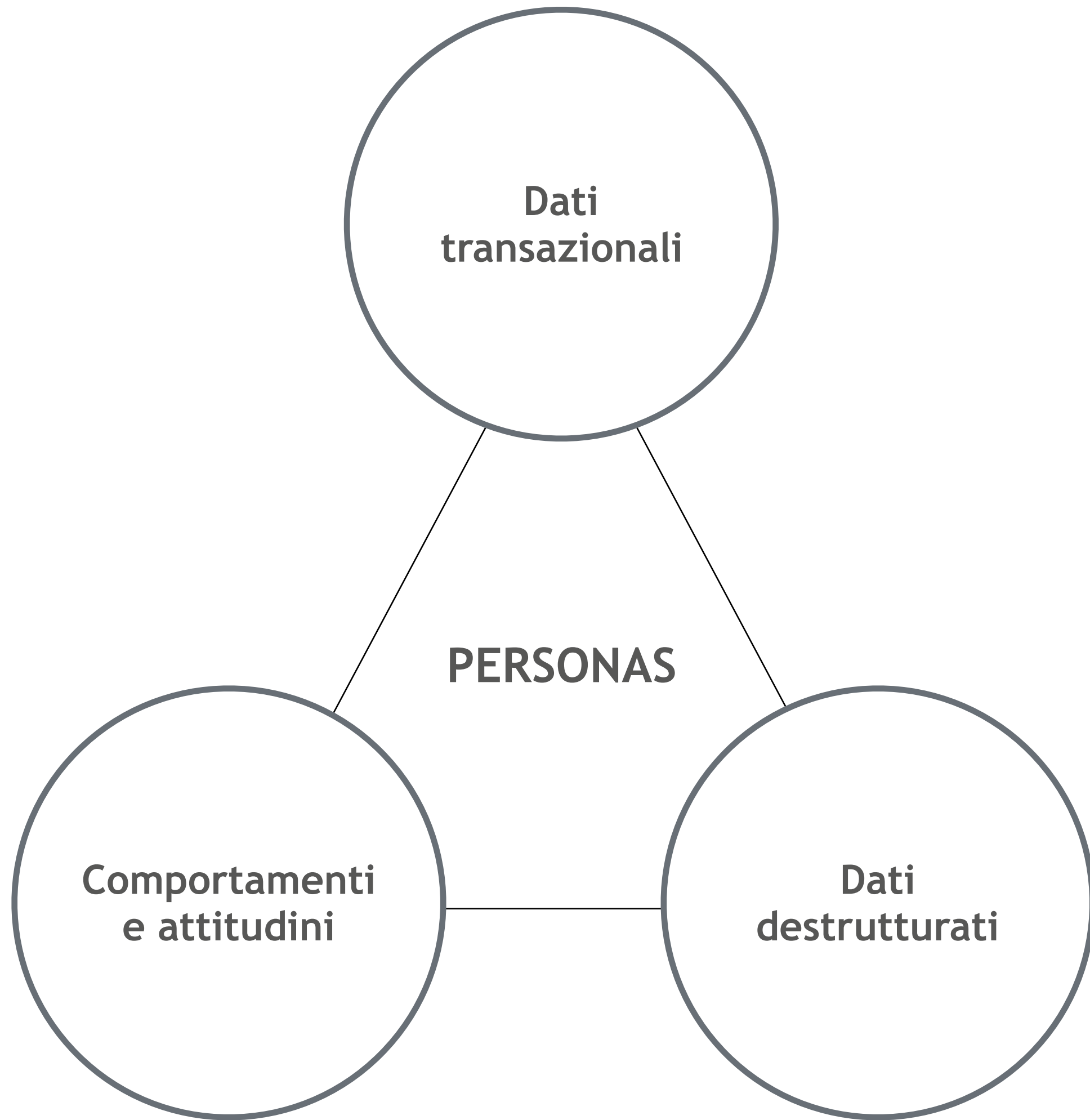
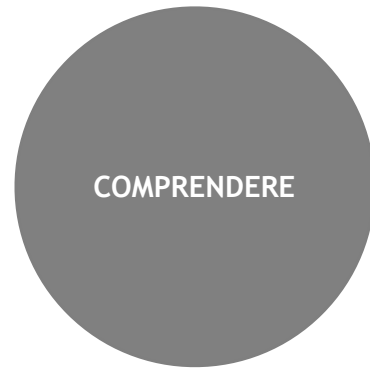

Sviluppare algoritmi di **propensione** rispetto ad alcuni comportamenti di **acquisto**, per ottimizzare il **cross-selling**



MODELLI DI CHURN

Individuare con anticipo i **segnali deboli di propensione all'abbandono**, in modo da intervenire **proattivamente**

Linguaggio per estrarre informazioni inedite

V1 - ARMANDO - IL RISPARMIATORE

Età 68 anni
Stato civile Sposato
Numero di figli 2
Anzianità relazione 2 anni

1,1%
21% 3%

CHI È ARMANDO?

Armando apprezzava la fiducia e la competenza del cliente. La vita non...

V1 - ARMANDO - IL RISPARMIATORE

Età 68 anni
Stato civile Sposato
Numero di figli 2
Anzianità relazione 2 anni

1,1%
21% 3%

INDICATORI TECNOLOGICI

Tecnologia base	Basso	Alto
Tecnologia evoluta	Basso	Alto
Acquisto online di servizi	Basso	Alto
Prevenzione tramite IoT	Basso	Alto
Fai da te	Basso	Alto

INDICATORI INGAGGIO COMMERCIALE

Cliente solo Cattolica	Basso	Alto
Percezione di copertura	Basso	Alto
Propensione al viaggio	Basso	Alto
Sensibilità alla fiducia personale	Basso	Alto

INDICATORI SPECIFICI

Propensione alla comunicazione tramite social	Basso	Alto
ROPO	Basso	Alto
Propensione alla modularità dell'offerta	Basso	Alto

DEVICE E CANALI DI CONTATTO:

Computer, Tablet, Smartphone, Facebook, Chat, H-FARM

La commistione di dati assicurativi «tradizionali» e informazioni personali qualitative e destrutturate, ha permesso di ricavare una vista completamente inedita della base clienti, mettendo in luce rischi, opportunità e consentendo di ragionare in modo nuovo sulla loro esperienza con la compagnia

Portare il dialogo su nuove interfacce



Il **linguaggio** è lo strumento più naturale che le persone abbiano a disposizione per esprimere **richieste, bisogni e comandi**.

La nuova **sfida** è quella di relazionarsi con il cliente tramite **interfacce conversazionali** che siano al tempo stesso:



FUNZIONALI

Devono rispondere ad un'**esigenza concreta** del cliente:

- Richiesta di prestito/carta di credito
- Gestione delle informazioni legate al prestito/carta di credito
- Richieste di caring

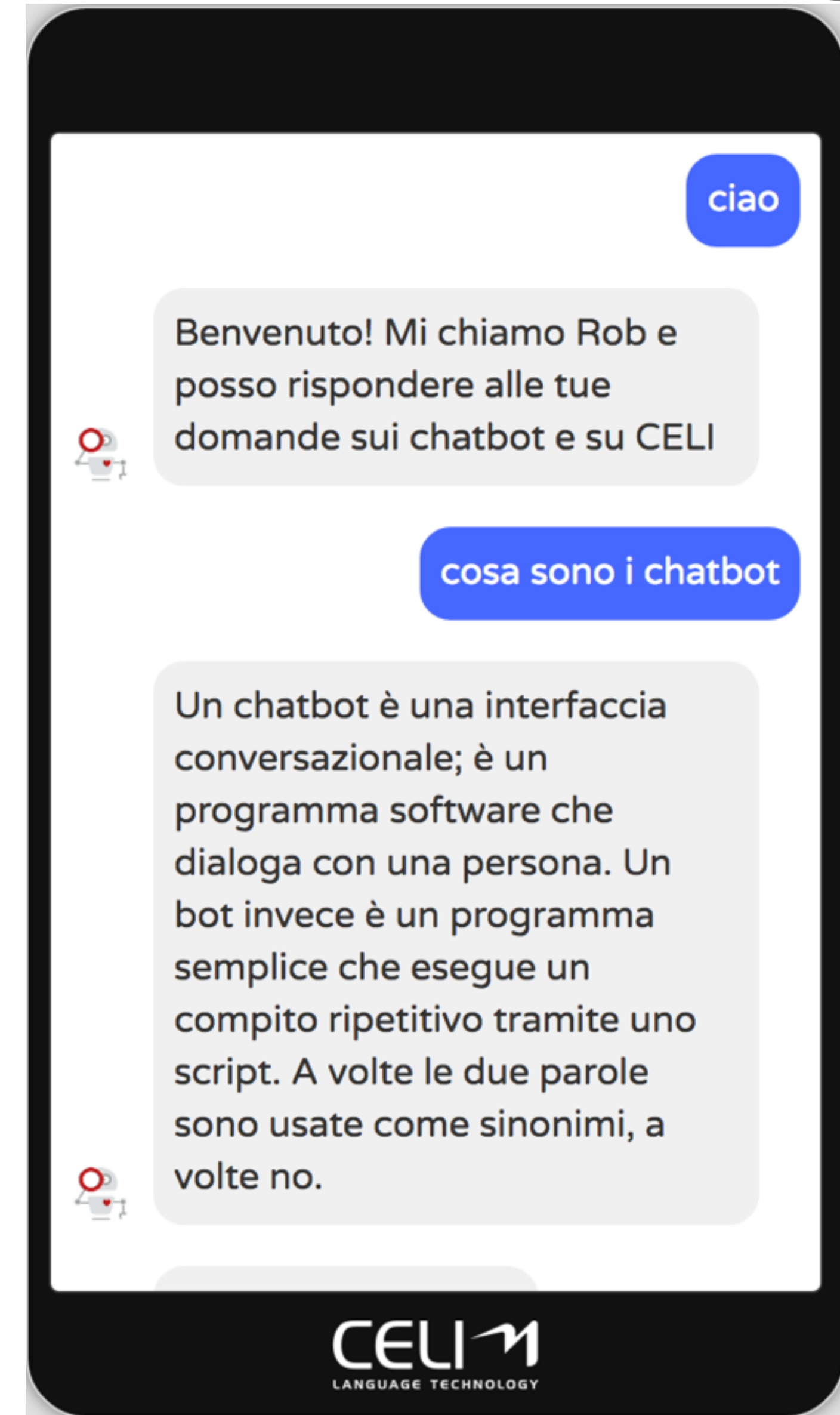


ESPERIENZIALI

Offrono un'interazione che non si riduce al semplice svolgimento di una funzione:

- Possiedono una **personalità**
- Elaborano risposte **coerenti e contestualizzate**
- **Conoscono l'utente e apprendono** durante la relazione con lui

Sophia chatbot è un'interfaccia conversazionale che aiuta l'utente a soddisfare un'esigenza concreta in maniera più semplice ed efficace rispetto a quanto potrebbe fare in autonomia



Linguaggio come interfaccia centrale di interazione

COMPRENDERE

ANALIZZARE

DIALOGARE


Gli automobilisti di oggi vogliono interagire in modo naturale e personale con le auto.

I produttori stanno quindi investendo in tecnologie che consentano ai veicoli di:

- **Comprendere i comandi vocali e le peculiarità linguistiche**
- **Leggere informazioni con una voce molto vicina a quella umana**
- **Interagire con l'automobilista attraverso conversazioni naturali**



Copyright © CELI S.r.l.



**Difficult to see.
Always in
motion is the
future**

Star Wars Episode V - The Empire Strikes Back - 1980



Mariella Borghi - Business Development Manager - borghi@celi.it - 392 094 1071