

CX 2020

SECONDA EDIZIONE

18.10.2018





L'Intelligenza Artificiale nel Customer Care

Andrea D'Anselmo - Sales Director, South Europe

 **interactions**
simply better understanding



INTERACTIONS

Interazioni facili con i clienti.
In qualsiasi momento.
Ovunque.

Ogni giorno siamo la porta d'ingresso per milioni di interazioni efficaci con i clienti per aziende molto importanti.

HYATT®

Humana®

 LifeLock®






MOUNTAIN AMERICA
CREDIT UNION

A.I.

COS'E' L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ?

**LA CAPACITA' DI UNA MACCHINA DI
IMITARE IL COMPORTAMENTO DI UN
UMANO.**



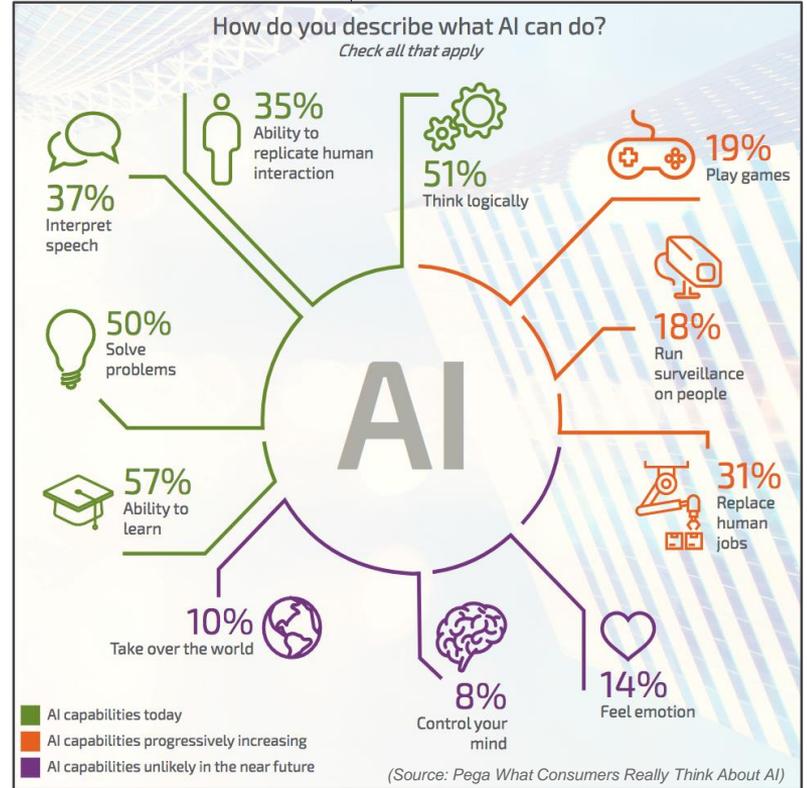
Come percepiscono l'A.I. i consumatori?

Gli assistenti virtuali intelligenti personali come Siri e Alexa hanno avvicinato i consumatori all'Intelligenza Artificiale. Nel 2017, Pega ha condotto una ricerca mondiale sull'argomento "Cosa pensano veramente i consumatori sull'A.I.", ed il 72% dei 6000 adulti intervistati ha risposto che aveva una comprensione sufficientemente chiara su come le aziende utilizzassero l' A.I.

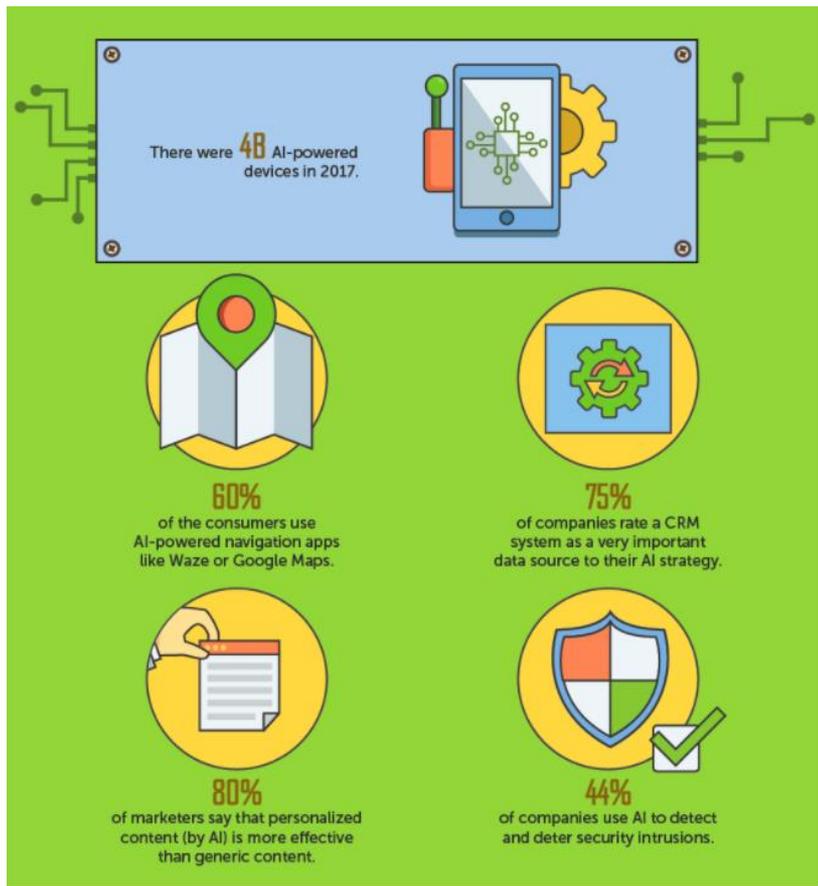
Il 68% dei consumatori ha risposto che sarebbe più disponibile ad utilizzare l'A.I. se questa potesse aiutarli nella loro vita quotidiana (per esempio, risparmiando loro tempo o denaro)

Ciao Siri, puoi avvisarmi tra 10 minuti ?

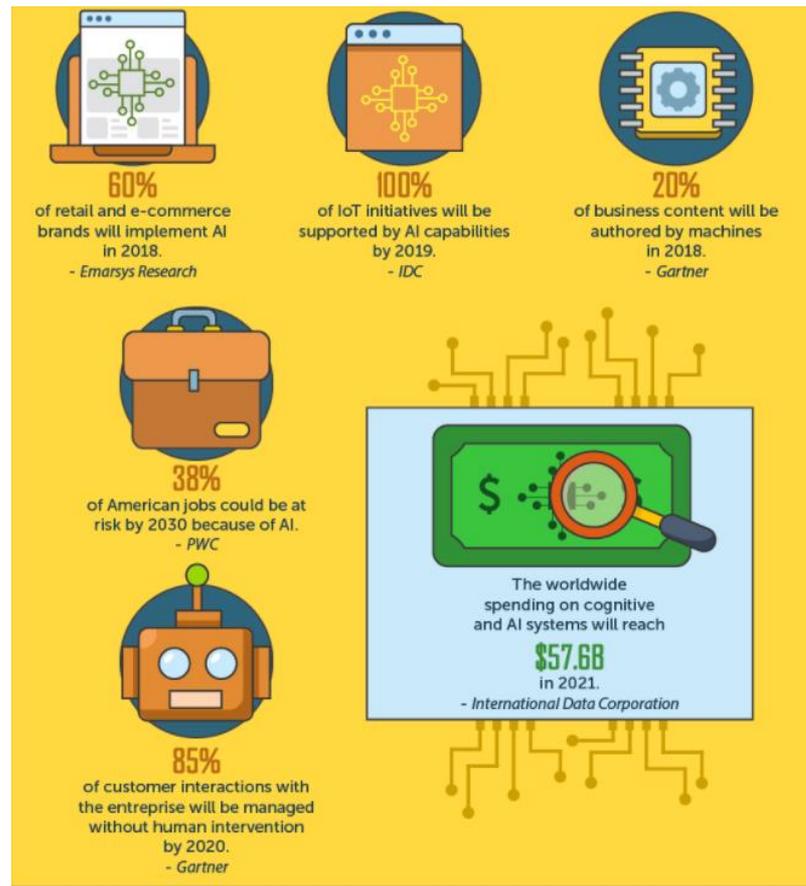
Alexa qual è lo stato del mio ordine su Amazon?



A.I. Oggi

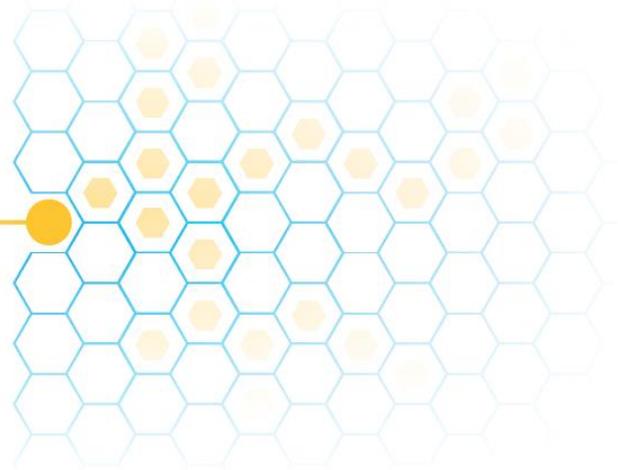
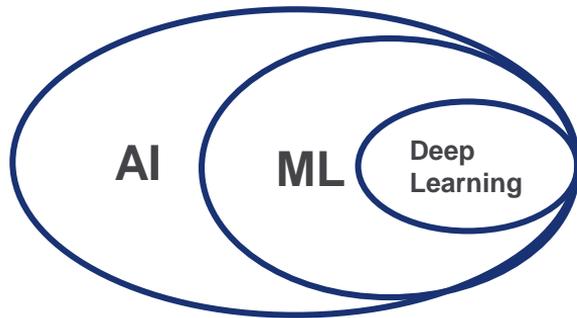


A.I. Proiezioni



SAPPIAMO VERAMENTE RICONOSCERE QUANDO L'A.I. VIENE UTILIZZATA?





Il **Machine Learning** è una serie di algoritmi che utilizza dati e/o esperienze apprese, anziché essere programmato a priori.

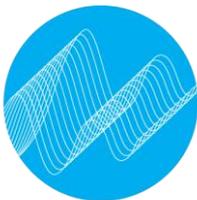
Artificial Intelligence vs Machine Learning

Machine Learning è la tecnologia alla base dell'intelligenza artificiale, il cui scopo è quello di imitare e mimare il comportamento umano, il machine learning utilizza strumenti matematici per permetterci di fare tutto ciò.



Cartelle Spam

Un algoritmo di machine learning è utilizzato per determinare quali email sono validi per l'Inbox e quali non meritano attenzione.



Streaming

Quando i servizi di video streaming suggeriscono uno spettacolo che dovresti vedere basato sulla tua preferenza.



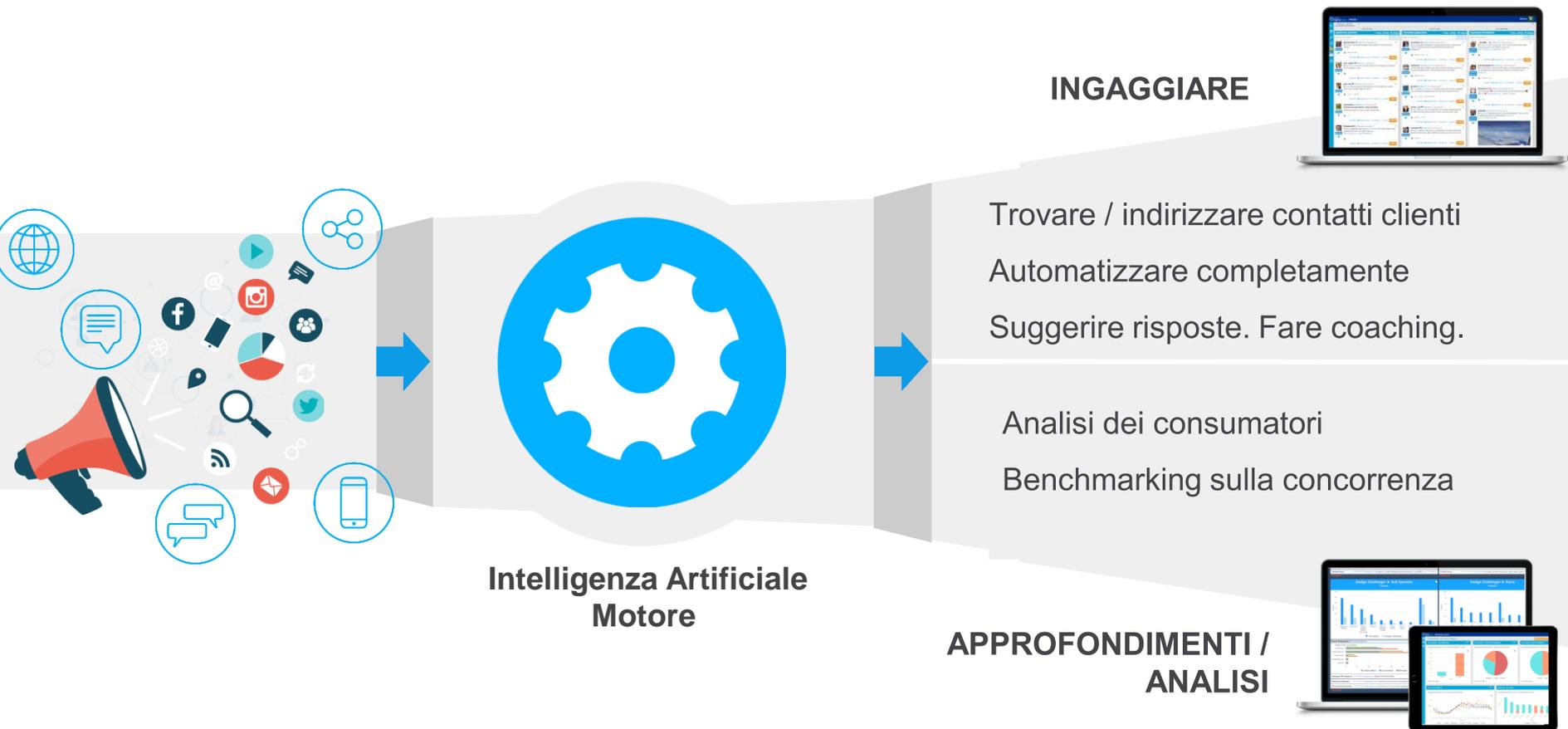
Il Machine Learning ha dimostrato di aver avuto un impatto profondo in tutti i settori

Il timore principale e l'incertezza riguardano le possibilità del A.I./ML e le sue abilità nel prendere le decisioni importanti.



L'A.I. è incentrata su una serie di equazioni matematiche ed algoritmi che richiedono un addestramento umano.

Questo significa che l'A.I. e ML, sono intelligenti nella misura in cui noi gli insegniamo ad esserlo.



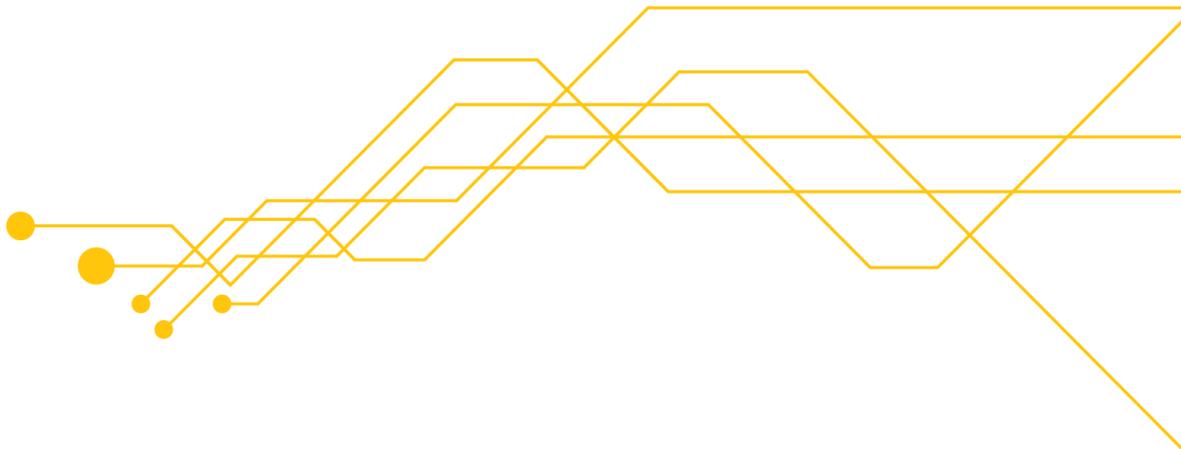
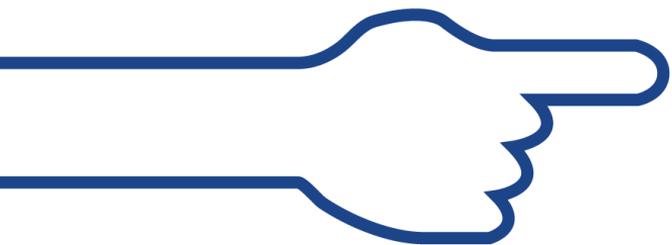
Intelligenza Umana + A.I. nel Customer Care

“ Il livelli di *customer satisfaction* caleranno quanto più le aziende continueranno ad indirizzare il traffico verso i chatbots, self-service e altri tipi di chat che NON sono completamente ottimizzati per interagire efficacemente con i clienti. Un servizio al cliente di successo, guidato dall’A.I., dipenderà molto dalla scelta, da parte dell’azienda, di una soluzione di A.I. miscelata (blended).

Gli umano giocheranno un ruolo critico nel processo continuo di ottimizzazione del A. I.”

Source: (Forrester) “Predictions 2018: Blended AI Will Disrupt Your Customer Service And Sales Strategy”

L'IMPORTANZA DELL' ELEMENTO UMANO

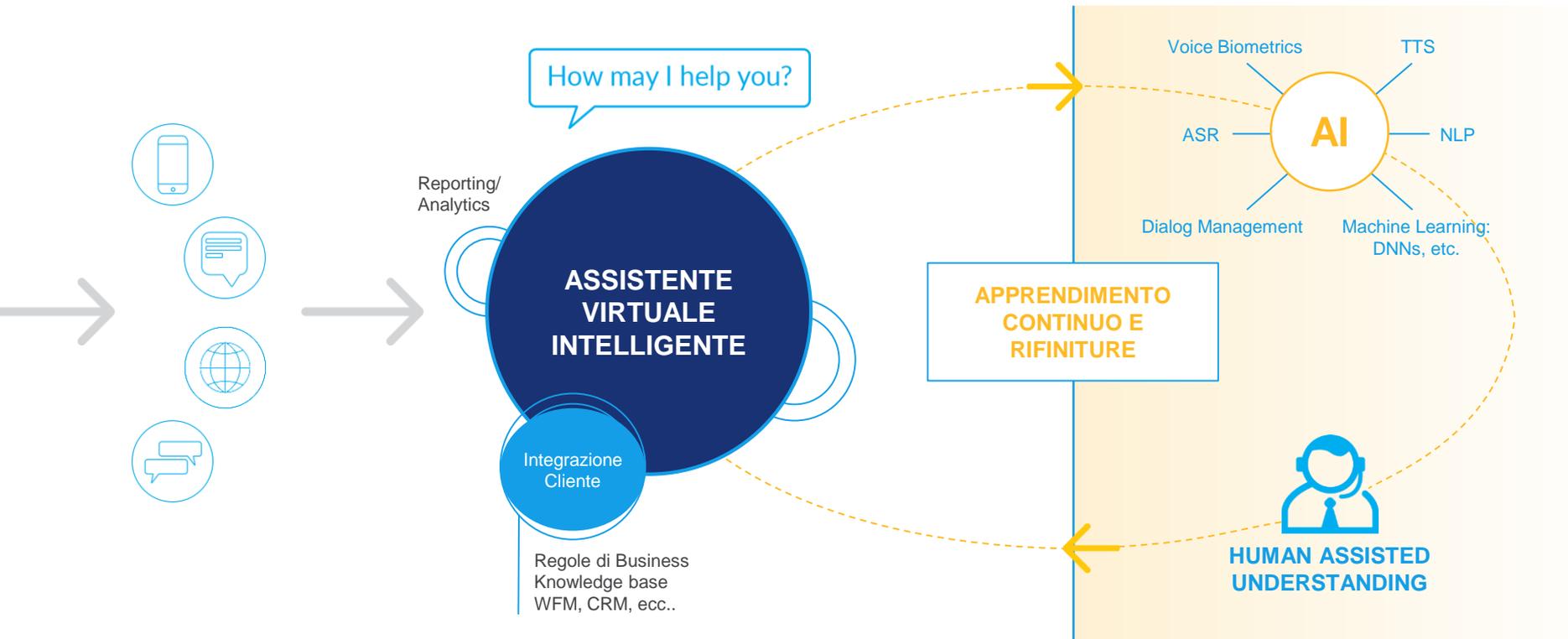


Gli Umani possono accelerare il processo di comprensione insegnando alla tecnologia in tempo reale.

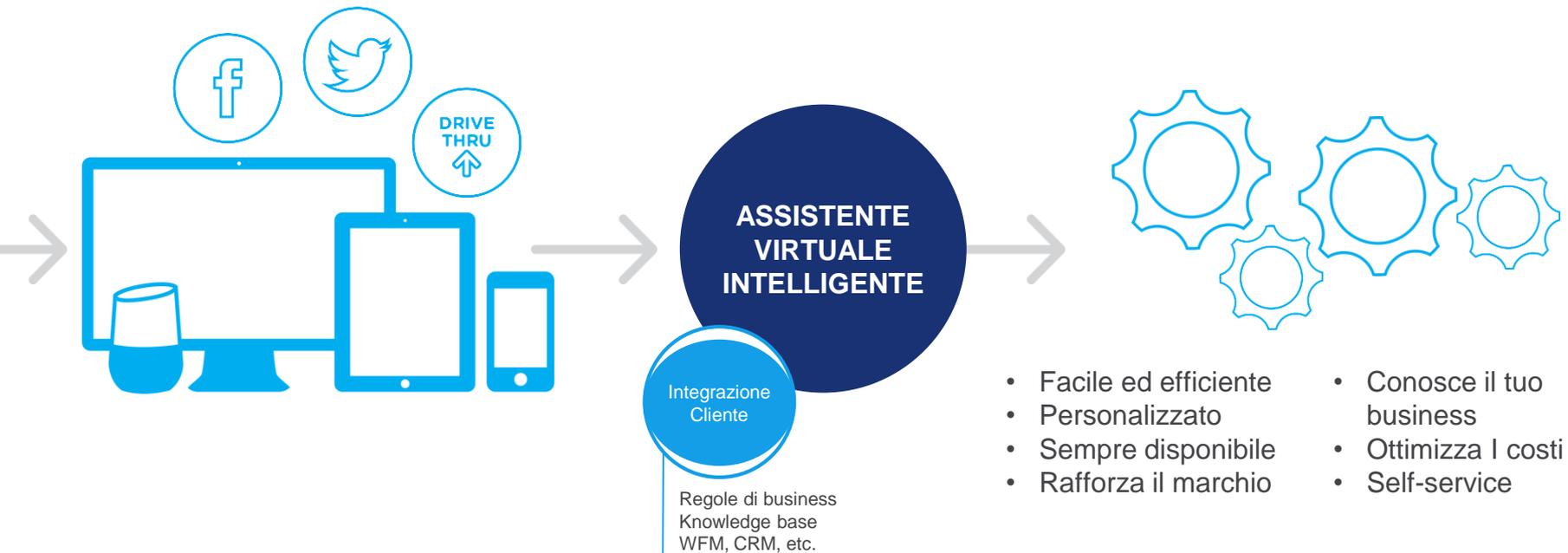
Aggiungendo gli umani al Sistema A.I. e al processo di machine learning, possiamo assistere alle interazioni in tempo reale e migliorare i modelli A.I. che mimano la comprensione umana.

INTERACTIONS “A.I. MISCELATA”

Il nostro Assistente Virtuale Intelligente utilizza l'*Adaptive Understanding*™ da noi brevettato, che unisce l'Intelligenza Artificiale e la comprensione umana



INTERACTIONS OMNICHANNEL AVI



Il nostro Assistente Virtuale Intelligente unisce l'Intelligenza Artificiale e la comprensione umana, fornendo una soluzione A.I. che funziona veramente.

UN ASSISTENTE VIRTUALE INTELLIGENTE NEL CUSTOMER CARE

- E' una soluzione che viene solitamente **utilizzata dalle aziende** per comunicare efficacemente con la propria clientela e fornire un self-service altamente funzionale.
- Gli AVI sono progettati per **imitare l'interazione umana** in modo pratico e non invasivo.
- Con un AVI, **i clienti** ricevono sia un'esperienza personale che umana. **Possono parlare normalmente, con il loro solito linguaggio ed essere capiti, indipendentemente dall'accento, dai rumori di sottofondo, frasi alfanumeriche o frasi con interruzioni, ed attraverso tutti i canali** (voce, chat, sms, piattaforme di messaggistica e altro).
- L'intelligenza dietro questa tecnologia ha le capacità **di apprendere, di ragionare** e di **comprendere: 3** elementi chiave su cui concentrarsi quando si fornisce un servizio clienti.
- Soprattutto, gli AVI sono essenzialmente **a prova di futuro**. Una nuova generazione di consumatori (Millenials +) è alle porte e si aspetta che il servizio sia semplice e immediato, aree in cui l'AVI è eccellente.



INTERACTIONS

- Fondata nel 2004
- Oltre 2 Miliardi di transazioni annuali
- Più di 1300 brevetti e vincitore di numerosi premi e riconoscimenti
- Headquarter Franklin, Massachusetts (USA)
- www.interactions.com
- Andrea D'Anselmo (Team EMEA) adanselmo@interactions.com
- Partner in Italia:



GRAZIE PER L'ATTENZIONE.

A dark blue rectangular box containing the text "CX2020" in a bold, sans-serif font, with "CX" in white and "2020" in orange. Below this, the words "SECONDA EDIZIONE" are written in a smaller, white, all-caps, sans-serif font, separated from the text above by a thin white horizontal line.

CX2020
SECONDA EDIZIONE