

Assistenti Virtuali Conversazionali Personalità al telefono e sul web

Nel Customer Care, gli Assistenti Virtuali consentono di offrire un servizio personalizzato e sofisticato contenendo i costi

Nel self-service interattivo (web o telefono che sia) ciò che spesso manca è un servizio "personale" che aiuti a semplificare la ricerca e individuazione di quello che ci occorre. La tecnologia degli Assistenti Virtuali Conversazionali può aiutare a colmare questa lacuna per fornire al Cliente un servizio personalizzato, amichevole e specializzato. L'Assistente Virtuale rappresenta il modo per fornire al Cliente un percorso privilegiato nel Customer Care. Infatti si comporta come una persona: è intelligente, capace di sostenere una conversazione - non una semplice sequenza di domande/risposte, di comprendere e servire una richiesta.

L'evoluzione della tecnologia consente all'Assistente Virtuale di analizzare il contesto in cui opera e riconoscere le intenzioni del Cliente. È quindi capace di intraprendere o lasciarsi coinvolgere in una conversazione, di interagire sia attraverso la parola che attraverso la comunicazione non verbale. Se rappresentato da un avatar, l'assistente può adottare un comportamento espressivo, mostrare emozioni

attraverso il viso e il tono della voce, assumendo una personalità adeguata al contesto dell'interazione.

La tecnologia di comprensione del linguaggio naturale (Natural Language Understanding, NLU) è la base affinché un Assistente Virtuale Conversazionale comprenda e interpreti significato e contesto di una richiesta, risponda alle domande, fornisca link a risorse e informazioni, registri richieste di intervento, effettui prenotazioni, aggiorni un database. Tutto questo in modo efficiente e contenendo i costi del servizio. Al telefono, con interfaccia vocale, il Cliente non è più obbligato a rispondere a una lunga serie di domande per fornire le informazioni necessarie a trovare risposta alle sue esigenze. Un Assistente Virtuale accoglie il Cliente con un confortante prompt "salve, come posso



aiutarla?" e comprende le richieste espresse liberamente con un dialogo aperto e naturale. Su web, piuttosto che navigare attraverso pagine e pagine di strutture complesse, superando l'inefficienza di on-line help e FAQ, il Cliente scrive o pronuncia la sua richiesta e l'Assistente Virtuale lavora preciso e rapido per

fornire la risposta. Contenere sia al telefono che su web la durata dell'interazione self-service implica una significativa ottimizzazione delle funzioni e delle strutture di Customer Care. I Clienti trovano ciò che cercano e il personale dell'Assistenza Clienti può essere dedicato a compiti più produttivi per l'azienda.

Buongiorno Signora Masini, come posso aiutarla?

Per immaginare come potrebbe essere il futuro dell'Assistenza Clienti basata su Assistenti Virtuali Conversazionali, invitiamo alla lettura e all'ascolto del profetico racconto di Stefano Benni "Fratello

Bancomat" (*L'ultima lacrima*, Feltrinelli, 1994): all'indirizzo <http://www.imnet.com/en/dive/video/258-futuro-presente.html> è disponibile una narrazione da parte di un attore "reale".

L'approccio "salve, come posso aiutarla?" e la comprensione del linguaggio naturale fanno sì che il Cliente non debba conoscere il "gergo" dell'azienda o la sua logica di "parole chiave": l'Assistente Virtuale Conversazionale parla la lingua del Cliente e comprende il suo linguaggio.

Benefici

Il Customer Care utilizza processi di servizio automatici e assistiti. Il personale necessario al servizio assistito è costoso ma capace di gestire richieste complesse e importanti. Un sistema self-service IVR/Web è più economico ma gestisce le transazioni più semplici. Tuttavia, il processo complessivo rimane abbastanza costoso, anche quando si usano tecnologie vocali (vedi figura). Gli Assistenti Virtuali permettono invece di ottenere significativi risultati in termini di bilanciamento tra riduzione dei costi e sofisticazione del servizio.

Addestrato per compiti specifici, basato su un modello di linguaggio calibrato sul servizio, l'Assistente Virtuale Conversazionale incorpora le migliori caratteristiche del

migliore assistente clienti dell'azienda. E si comporta sempre nello stesso modo cortese ed efficiente in cui è stato formato. Le informazioni scambiate tra Cliente e Assistente Virtuale sono riservate e i dati personali protetti. Grazie alla sentiment analysis riesce a percepire lo stato d'animo del Cliente ed è quindi capace, ad esempio, di "decidere" quando trasferire la chiamata all'assistenza clienti.

Avatar

Gli esseri umani comunicano attraverso una gran varietà di modi: parole, espressioni facciali, postura, gesti. La comunicazione non verbale accompagna il fluire dell'eloquio, è correlata ai termini, alle sillabe più o meno accentate e alle pause tra le frasi (Kendon, 1974, Schefflen, 1964). Assieme a un'accattivante interfaccia grafica, l'Assistente Virtuale deve saper integrare e sfruttare appieno l'intelligenza artificiale per avere l'abilità a "ragionare" con i Clienti, conversando con loro

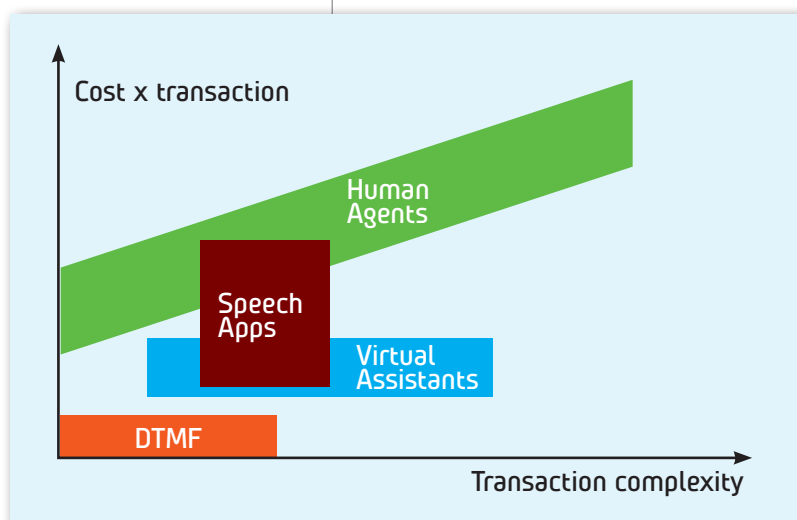
Gli Avatar conversano con i clienti con quelle capacità comunicative ed emozionali che sono proprie degli esseri umani

servendosi di quelle capacità comunicative ed emozionali che sono proprie degli esseri umani.

Associando le funzionalità di un Assistente Virtuale Conversazionale con un avatar 3D si possono erogare servizi di alto valore su web come su smartphone (iPhone, Android e BlackBerry) e tablet. I canali mobile e Internet possono sostanzialmente utilizzare le stesse modalità di interazione grazie alla possibilità offerta dalle reti mobili 3G+ di gestire i canali dati e voce separatamente. Pertanto le stesse applicazioni di servizio, con pochi aggiustamenti mirati, possono essere rese disponibili sia su web per PC che su terminali mobili. La capacità di operare

in contesti Web 2.0, interagire con sistemi CRM, sistemi di backoffice e database attraverso le più comuni interfacce standard, gestire più canali contemporaneamente (web, voce, email, sms, ...), rendono un Assistente Virtuale il paradigma ottimale per la realizzazione di servizi multimodali. Un servizio interattivo multimodale, soprattutto in un contesto di mobilità, è molto efficace e fruibile: il Cliente è in grado di formulare domande e richieste all'Assistente Virtuale tramite la voce, attraverso un meccanismo di push-to-talk, con SMS, chat o email e di ricevere le risposte sui diversi canali anche sotto forma di tabelle, grafici, immagini, filmati, testi.

Perché un Assistente Virtuale?



- Comprende le richieste del Cliente espresse in forma libera e personale, senza vincoli di sequenza e senza dover conoscere a priori come il sistema IVR/Web "vuole" ricevere le richieste.
- Capace di chiedere solo le informazioni mancanti, per esempio, il CAP se si sta fornendo un indirizzo e si è dimenticato di comunicarlo (approccio form-filling).
- Facilita l'uso del self service da parte delle persone diversamente abili.
- Permette una significativa riduzione dei costi grazie all'automazione dei servizi.