

Speciale INTELLIGENZA ARTIFICIALE - Realtà Eccellenti

Partecipa alla AI Week 2022

La 3ª edizione della AI Week 2022, la Settimana Italiana dell'Intelligenza Artificiale, ti aspetta dal 9 al 13 Maggio 2022, tutta online! Dopo due edizioni strepitose con più di 10.000 partecipanti e 75 speakers, la AI

Week si conferma l'evento nel quale le soluzioni di Intelligenza Artificiale possono essere raccontate a tutti i manager e imprenditori italiani che sono alla ricerca di applicazioni innovative per il loro business. L'edizione 2022 conta presenze illustri: Lu-

ciano Floridi, Università di Oxford; Federico Faggin, inventore del microprocessore; Massimo Chiriatti, Chief Technical & Innovation Officer di Lenovo; Barbara Cominelli, CEO di JLL Italy; Alessio Lorusso, CEO e Founder di Roboze, e moltissimi altri già confermati.

Cinque giornate piene, tutte dedicate alla dimostrazione di casi pratici di numerosi speaker che con uno speech di 25 minuti spiegheranno in quale modo è stata adottata l'Intelligenza Artificiale e con quali risultati. Contenuti, bonus e ticket su www.aiweek.it



Itauros, una realtà giovane e dinamica

La società di consulenza torinese affianca le aziende nella trasformazione digitale

Itauros nasce nel febbraio 2020 da un'idea di Massimo Piras e Daniele Decaro, attuali amministratori. "Fin dal debutto, l'obiettivo è stato quello di supportare i clienti nell'affrontare le sfide della trasformazione digitale, abbracciando paradigmi e tecnologie innovative", racconta Piras.



Con sede operativa a Torino, nel giro di due anni la società di consulenza Itauros ha saputo conquistare un folto numero di clienti in tutto il territorio nazionale, soprattutto in Piemonte e Lombardia, con un focus particolare sui settori banking, energy&utilities, automotive, industry, healthcare.

"In poco tempo, il fatturato e il numero di risorse sono aumentati, dimostrando che passione, determi-

nità e versatilità. La società è al fianco delle aziende per lo sviluppo di progetti in ambito Big Data Analytics, Machine Learning, Artificial Intelligence e Cloud Computing. Possiede l'esperienza necessaria sia per supportare la migrazione dei workload verso il cloud, sia per supportare le imprese nella progettazione e gestione dell'infrastruttura. Il valore di Itauros risiede nel talento e nella motivazione delle persone. Il team, giovane e affiatato, è composto da ingegneri, informatici e matematici che, grazie a un approccio dinamico e a una grande competenza, sono in grado di offrire alle organizzazioni le migliori soluzioni tecnologiche.

Come abbattere le barriere d'adozione dell'AI?

Da dove partire per adottare AI in azienda? Digitiamo ha la risposta

Riuscire a diffondere l'intelligenza artificiale rendendola alla portata di tutte le medie aziende italiane: è lo scopo del nuovo progetto promosso da Digitiamo.



Design, un processo di co-design dove Digitiamo guida il cliente nell'identificazione dei propri processi da ottimizzare tramite l'utilizzo dei propri dati e algoritmi di intelligenza artificiale.

A caratterizzare il modello oltre l'elevata customizzazione legata alle necessità aziendali, la condivisione a tutti gli stakeholder e un'ana-

lisi e una continua condivisione di dati, attività e valori fondamentali allo sviluppo di soluzioni realmente strategiche.

Una metodologia vincente che ha permesso ad aziende italiane leader di settore di intraprendere un percorso di trasformazione digitale non indifferente, acquisendo valore fin dalle prime applicazioni nell'ambito della logistica, delle vendite, del marketing e del customer service e riuscendo così a favorire una strategia mirata ai clienti.

www.digitiamo.com
info@digitiamo.com
<https://www.linkedin.com/company/digitiamo>

AI per un Customer Care Straordinario

L'intelligenza Artificiale di LiveHelp che sa prendersi cura del cliente

Stai navigando su un sito, hai necessità di assistenza oppure un semplice dubbio. Visualizzi un bottone e pensi "bene, posso scrivere agli operatori e risolvere velocemente". Invece, un Bot, un'Intelligenza Artificiale. Scrivi la tua domanda e ti arriva una risposta imprecisa. Non capisce. Frustrazione. In realtà esistono diversi tipi di Bot basati su Intelligenze Artificiali (AI) che sono in grado di rispondere proprio come un umano. Ma cosa rende performante un'AI e felici i clienti? La conoscenza umana.

È importante rivedere l'idea di un'AI che autoapprende e sostituisce l'uomo, in favore di una collaborazione che valorizza il Customer Care e i clienti. L'esperienza positiva o negativa del cliente dipende dalla cura dei contenuti che vengono utilizzati per creare quella che si chiama Base di Conoscenza dell'AI. Essa non è altro che un insieme di corrispondenze fra "situazioni" identificate e "soluzioni" alle situazioni rispetto ai diversi contesti. In pratica, si tratta di esplicitare la conoscenza delle persone che gestiscono un Customer Care.

Quindi, più informazioni sono fornite al Bot, più il Bot sarà preciso nel comprendere e rispondere alle richieste degli utenti. Per questo è importante monitorare quando un utente esprime la sua insoddisfazione e continuare a "formare" il Bot rispetto alle risposte da fornire. Spesso un giudizio negativo di interazione comunica qualcosa di più profondo. I clienti potrebbero essere scontenti della risposta non perché sbagliata ma perché non rispecchia le loro aspettative. In altre parole, la risposta ottenuta sarebbe stata la medesima anche se dall'altra parte ci fosse stato un operatore umano, ma il cliente vorrebbe sentirsi dire altro.

Ed è così che i sistemi di AI indicano degli aspetti che possono essere ripensati a misura del cliente. Per essere veramente aziende cliente-centriche. L'altro aspetto interessante è la creazione della Knowledge Base. Di fatto, stiamo costruendo un vero e proprio asset aziendale che può essere scalato su diversi canali e che ci permette di liberare risorse umane da risposte routinarie per dedicarle a diversi compiti più complessi su un numero maggiore di canali, permettendo così di avvicinarsi all'Omnicanalità.



Esempio di conversazione con un'AI tramite Smart Speaker

Quali sono i canali che un'AI può gestire? Tutti! Da WhatsApp agli Smart Speakers, dal canale telefonico al sito web...

La finalità è garantire ad ogni cliente l'esperienza che preferisce attraverso il canale con cui ha maggiore confidenza, con un vero approccio Customer Centric.

L'aumento dei contatti viene gestito con il minimo sforzo grazie all'AI che risponderà alla maggior parte delle tematiche, mentre gli operatori potranno dedicarsi alle richieste più elaborate. Nel mondo iperconnesso di oggi i ritmi richiesti sono insostenibili per un umano, ma non per un'AI, capace di presidiare un canale 24/7 e un numero infinito di richieste contemporanee. Quando la richiesta del cliente richiede la sensibilità umana, l'AI mette in contatto utente e operatore. È giunto il momento di dare fiducia all'AI perché grazie ed insieme all'uomo si traduce in crescita. Crescita per le aziende, che potranno beneficiare di una conoscenza esplicita, un vero asset per migliorare le procedure. Crescita per il personale, che con carichi minori, avrà tempo e agio di dedicarsi a nuove attività e riqualificarsi. E tutto questo, rendendo felici i clienti.

Scopri di più con gli specialisti del Digital Customer Care: www.livehelp.it
www.LiveHelp.it/AI-e-Marketing-Conversazionale
info@livehelp.it



Interactive Media e l'intelligenza artificiale per la comprensione del linguaggio

Capiamo perché INPS, FINDOMESTIC, ACI e altri hanno deciso di affidarsi all'intelligenza artificiale di Interactive Media per i servizi ai loro Clienti

Le aziende italiane premevano nel mondo nel campo della moda, alimentare, auto di lusso, nautica, avionica e altri importanti settori. In ambito tecnologia dell'informazione o intelligenza artificiale questo riconoscimento non c'è a dispetto di diverse realtà italiane che dimostrano un grado di eccellenza di sicuro livello internazionale. È il caso di Interactive Media, azienda italiana costituita nel 1996 ed oggi presente con diverse sedi in Italia e all'estero.

In che cosa eccelle Interactive Media? Cerchiamo di capire. Avevamo mai interagito con un sistema automatico di risposta vocale capace di intendere il linguaggio naturale? Certamente sì. Sono infatti disponibili diverse tecnologie di questo tipo, come gli assistenti virtuali (Google, Alexa, Siri), i sistemi di navigazione delle automobili, i motori di ricerca ed i servizi ai Clienti di grandi aziende accessibili via telefono o app. Sulla base delle esperienze comuni i risultati non sono sempre all'altezza delle aspettative! Questo accade perché le tecnologie necessarie allo sviluppo di una applicazione o un servizio di successo richiedono una competenza di altissimo livello. La disponibilità, molto ampia, di strumenti di intelligenza artificiale presenti nel web, non sono affatto sufficienti a realizzare un caso di successo. È come dare una Formula 1 a chi ha appena preso la patente B.

Accade quindi spesso che le imprese ripongano eccessiva fiducia nella sola tecnologia e poi incontrino problemi insormontabili nella fase di esecuzione del pro-

getto. Le tecnologie di comprensione o trascrizione (in inglese STT - Speech-to-text) disponibili, come ad esempio Google, Microsoft, Amazon, sono tecnologie molto valide ma non perfette. Ad esempio, riescono a riconoscere una singola parola con una precisione superiore al 90% ma non del 100%. Vediamo un esempio. Nei casi dove l'accesso ai servizi è prettamente via voce, come ad esempio i servizi di customer care delle banche, assicurazioni, operatori telefonici ecc. è molto comune dover identificare l'utente mediante il riconoscimento del proprio codice fiscale. Altra richiesta molto comune è quella di un numero di telefono. Il riconoscimento vocale automatico di questi dati forniti vocalmente non è affatto semplice e le tecnologie più diffuse sul mercato non sono in grado da sole di fornire prestazioni sufficienti. Perché se è relativamente semplice riconoscere correttamente una singola cifra,



Ing. Roberto Valente, CEO di Interactive Media S.p.A.

ad esempio con una percentuale di riconoscimento corretto del 95%, la propagazione di quel 5% di errore su una sequenza di 10 cifre fa sì che il riconoscimento sull'intero numero o codice è solamente di circa il 60% (vedi tabella). La conseguenza è che il restante 40% delle chiamate devono essere indirizzate ad operatori umani con conseguente aumento esponenziale dei costi di erogazione del servizio. Interactive Media ha sviluppato

dei moduli che raggiungono un riconoscimento del 99% per singola cifra e, conseguentemente, un riconoscimento corretto dell'intero codice nel 90% dei casi, trasferendo ad operatore umano solamente il 10% delle chiamate. L'impatto economico può essere considerevole. Se parliamo ad esempio di 1 milione di chiamate e relativi riconoscimenti, nel primo caso verranno trasferite ad operatore umano 400.000 chiamate e nel secondo 100.000. Immaginando un delta costo di 2 euro, nel secondo caso il risparmio è di 600.000 euro.

Abbiamo visto solo un esempio di quanto sia importante l'accuratezza del riconoscimento vocale. Naturalmente ci sono molti altri aspetti altrettanto importanti e cruciali: l'importanza di riconoscere correttamente l'intenzione dell'utente (cosa vuole ottenere), l'affidabilità del servizio, la capacità di gestire migliaia di contatti simultanei, una reportistica dettagliata ecc. Interactive Media è focalizzata da anni nello sviluppo delle proprie tecnologie per raggiungere i livelli più avanzati del mercato in termini di affidabilità e prestazioni. Due sono i prodotti di punta dell'offerta di intelligenza artificiale di Interactive Media: Omnia e PhoneMyBot.

Omnia è la soluzione completa, end-to-end, di Interactive Media che comprende, oltre al motore di intelligenza artificiale, le componenti di front end telefonico, l'integrazione con il contact center e le tecnologie di STT e TTS. Il prodotto è disponibile on premise o nel cloud.

Portale telefonico INPS - come funziona
Flusso di gestione chiamata

INPS - Accoglienza conversazionale e servizi automatici del Contact Center
Il portale vocale dell'INPS (803164) utilizza le tecnologie di intelligenza artificiale di Interactive Media dall'aprile del 2016. In 6 anni il sistema ha gestito in modalità automatica l'accoglienza di più di 150 milioni di utenti. Attualmente le chiamate gestite all'anno sono 32 milioni. L'utente esprime la sua esigenza in modo naturale e informale, il

sistema OMNIA di Interactive Media capisce il problema (intent) dell'utente e lo associa ad una delle 260 casistiche previste dal sistema informatico di INPS indirizzando la richiesta al gruppo di operatori esperto nell'assistenza di quella specifica richiesta o continua la gestione della chiamata in modalità completamente automatica, sempre mediante interazione verbale naturale, fino all'evacuazione della richiesta.

PhoneMyBot è la soluzione di Interactive Media che aggiunge la voce e la telefonia ad un chatbot. Sul mercato esistono centinaia di software per lo sviluppo di chatbot, solo testuali. Tra questi Google Dialog-Flow, IBM Watson e Microsoft Luis. Coloro che volessero aggiungere la voce al proprio chatbot, in modo immediato,

con call center e riconoscimento e sintesi vocale sono affidate a PhoneMyBot.

Un altro caso di successo

Virtual Agent per presa appuntamento installazione linea fissa per primario operatore di telecomunicazioni in Italia. Il sistema OMNIA, mediante un servizio di Visual IVR, automatizza il processo di presa appuntamento con il tecnico di uno dei principali operatori di telecomunicazioni italiani per l'installazione a domicilio della linea fissa. L'utente riceve un SMS con link tramite il

quale accede ad un'interazione in stile chatbot per fissare l'appuntamento con il tecnico in maniera semplice e veloce. Inoltre, è disponibile un servizio di VoiceBot, sempre realizzato con OMNIA, servizio inbound che permette all'utente che ha fissato un appuntamento di modificarlo o annullarlo interagendo con il sistema in linguaggio naturale. Qualche dato: il 70% degli appuntamenti viene fissato entro due ore dall'invio dell'SMS, 5.000 gli appuntamenti fissati al giorno dal Visual IVR e 100 dal Voicebot. L'età media dei clienti è di 50 anni.

| # of digits | STT 1- 95% accuracy | STT 2- 99% accuracy |
|-------------|---------------------|---------------------|
| 1 | 95.0% | 99.0% |
| 2 | 93.3% | 98.0% |
| 3 | 85.7% | 97.0% |
| 4 | 81.5% | 96.1% |
| 5 | 77.4% | 95.1% |
| 6 | 73.5% | 94.1% |
| 7 | 69.6% | 93.2% |
| 8 | 65.7% | 92.3% |
| 9 | 63.0% | 91.4% |
| 10 | 59.5% | 90.4% |