



# CALL CENTER? NO, CHATBOT FACCIAMO CONVERSAZIONE

Proliferano gli assistenti virtuali intelligenti (chat più robot), usati dai social e dai siti delle aziende per facilitare i rapporti con i clienti. Telefonate di protesta addio

di **Chiara Sottocorona**

**L**a telefonata? «Sarà presto obsoleta». Le mail? «I Millennial non le usano più, comunicano con le messaggerie istantanee. La società umana è costruita sulla conversazione, ma mai nella storia forma e natura delle conversazioni sono cambiate tanto velocemente». Mike Curtis è il fondatore di Fjord, la società di Accenture Interactive specializzata nel service design. Ha aperto così il suo discorso al Meet The Media Guru, nei giorni scorsi a Milano, per tracciare il futuro delle Chatbot (chat più robot) basate su algoritmi intelligenti. Quelle capaci di simulare le conversazioni con gli esseri umani. «Possiamo parlare con i bot su Messenger come parliamo con i nostri amici», assicura il guru. Dimenticando magari che a rispondere è un robot.

A fine giugno, a Roma 50 giovani sviluppatori si sono sfidati nella finale dell'Hackathon. La maratona degli hacker in contemporanea in altre 15 città del mondo è stata dedicata quest'anno a intelligenza artificiale, deep learning e bot. L'ha vinta il gruppo Gaia, progettando una chatbot. E a Berlino sono arrivate centinaia di startup per il Chatbot Summit europeo: 80 conferenze di big del web (Facebook, Amazon, Microsoft), protagonisti dell'eCommerce (l'Oréal, Zalando), imprese innovative: come l'israeliana Nanorep che ha realizzato soluzioni «smart-bot» per 200 aziende e presentato *The Guide to Chatbot Strategy*, guida alla rivoluzione basata sulle conversazioni.

## Vodafone e gli altri

È in corso anche in Italia: il Vodafone Bot ha ricevuto il 28 giugno il premio Digital 360° per l'innovazione. È un virtual assistant, inserito da gennaio sulla pagina Vodafone di Facebook, che interpreta le domande degli utenti grazie a un motore semantico e risponde al-

l'istante su Messenger.

«Le chat-bot saranno le nuove app, la nuova frontiera — aveva avvertito Satya Nadella, amministratore delegato di Microsoft, all'ultima conferenza per sviluppatori del gruppo —. Abbinano la potenza dei software basati sul linguaggio naturale all'evoluzione dell'intelligenza artificiale». Sono capaci di auto-apprendere e di raccogliere dati sugli interlocutori. Possono essere integrate a Messenger, a Twitter, ai siti aziendali. I Customer care 4.0 saranno sempre più gestiti dai sistemi di intelligenza artificiale e la conversazione è «la nuova interfaccia», dice il rapporto Accenture Technology Vision 2017, che spiega come il «machine learning»,

l'apprendimento con le macchine, cambierà la relazione tra aziende e clienti.

## Il caso Indigo

«Ci sono 60 milioni di pagine di marchi e aziende su Facebook che contano milioni di seguaci e nel 60% dei casi non rispondono mai al cliente. O rispondono con un ritardo di giorni. Perché non c'è un operatore disponibile per la chat o manca una tecnologia abilitata», dice Gianluca Maruzzella. Ingegnere, ex Politecnico di Milano, ha co-fondato Indigo Ai, una startup incubata all'Iulm Innovation Lab di Milano. In febbraio Indigo Ai ha vinto la Chatbot Challenge organizzata da Digital Magics e la catena internazionale Bricoman. Al congresso di Berlino la startup italiana ha presentato una piattaforma di intelligenza artificiale per automatizzare con le chatbot la comunicazione con i clienti. «Abbiamo già realizzato un assistente virtuale per Bayer — dice Maruzzella —: cerca contenuti sul periodico *Sanere e Salute* e risponde in chat su Messenger a 56 mila messaggi al mese degli utenti. Sulla pagina Facebook di Maxi, catena veneta di supermercati, abbiamo creato invece una chat intelli-



gente per dare informazioni su negozi e promozioni. Stiamo preparando l'assistente virtuale per Bricoman: parlerà più lingue e continuerà a imparare, come un bambino». Su Facebook Messenger le chatbot intelligenti al servizio dei marchi sono già oltre 10 mila secondo Nanorep. Tra le più evolute quella di Ticketmaster, che dal 21 giugno in 83 Paesi suggerisce eventi e concerti, promuovendo la vendita di biglietti. E da fine giugno Messenger ha introdotto la funzione Discover per trovare le nuove chatbot interessanti. Ma la prossima sfida, dice Curtis, sarà rendere i servizi digitali di conversazione più simili agli umani addestrandoli a riconoscere emozioni, gesti e perfino stati d'animo degli utenti.

