

A hand holding a glowing globe with a network overlay. The globe is semi-transparent, showing continents, and is surrounded by a complex network of white dots and lines. A bright light source on the right creates a lens flare effect.

L'utilizzo dell'hybrid chatbot può contribuire a evolvere e migliorare l'interazione con clienti e prospect? L'esperienza CRIF

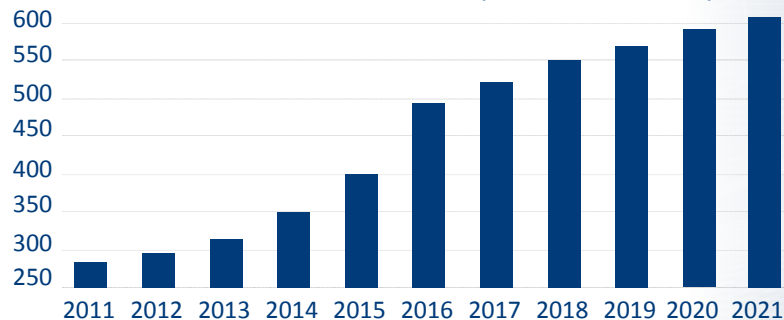
Beatrice Rubini

Executive Director CRIF

CRIF IN PRIMO PIANO



VALORE DELLA PRODUZIONE (milioni di Euro)



LA NOSTRA MISSION E VISION

“ **MISSION** / La missione che guida CRIF è quella di creare valore e nuove opportunità per i consumatori e le imprese fornendo informazioni e soluzioni affidabili, permettendo di prendere decisioni più efficaci e accelerando l'innovazione digitale. ”

“ **VISION** / Dal 1988 sosteniamo responsabilmente i nostri clienti a livello locale nel loro percorso finanziario quotidiano, attraverso informazioni affidabili, soluzioni avanzate e all'avanguardia e conoscenze specialistiche uniche. ”



CRIF È IMPEGNATA NELL'INCLUSIONE DIGITALE E FINANZIARIA

Lavoriamo responsabilmente per offrire soluzioni innovative a supporto dei nostri clienti per migliorare l'accesso al credito in conformità con la normativa vigente, consentendo alle persone finora escluse e meno servite di accedere ai servizi finanziari digitali.

La linea di servizi Personal Solutions di CRIF: cosa facciamo

La mia affidabilità creditizia mi consente di richiedere un prestito e quale importo di rata potrei permettermi al mese?

Come posso migliorare la mia affidabilità creditizia e monitorarla per richiedere un prestito?

CRIF, grazie ai dati gestiti e agli analytics, può aiutare i consumatori a capire la propria affidabilità creditizia

La linea Personal solutions di CRIF: cosa facciamo

Qualcuno potrebbe utilizzare i miei dati per richiedere e ottenere credito a mio nome?

Se non lo rimborsa, come posso proteggermi?

Trascorro molto tempo online e utilizzo spesso servizi online: come posso proteggermi dai rischi informatici del furto di dati?

CRIF può aiutare i consumatori a difendersi da rischi informatici e frodi

CRIF Personal Solutions: la nostra sfida



I consumatori vengono in contatto con noi dopo aver cercato CRIF sui motori di ricerca, per capire la loro situazione creditizia nel momento dell'accesso al credito. Oppure perché hanno acquistato un nostro servizio

La nostra sfida è quella di prenderli per mano e far capire cosa facciamo e come possiamo aiutarli

I nostri siti sono il principale canale di informazione e contatto per i consumatori

Il sito CRIF presenta una **sezione consumatori** ricca di **informazioni**



Nuovo finanziamento? Prestito rifiutato?
METTINCONTO

la soluzione facile e veloce per capire la tua situazione e richiedere credito in maniera sicura e consapevole.

- ✓ Ottieni in 48 ore un quadro completo dei tuoi dati e della tua storia creditizia
- ✓ Scopri subito la valutazione della tua affidabilità
- ✓ Affidati al servizio di consulenza di CRIF
- ✓ **NOVITÀ** Analizza entrate ed uscite dei tuoi conti correnti

SCOPRI I VANTAGGI

RICERCHI ONLINE

Il sito Mister Credit presenta **le soluzioni CRIF per i consumatori**



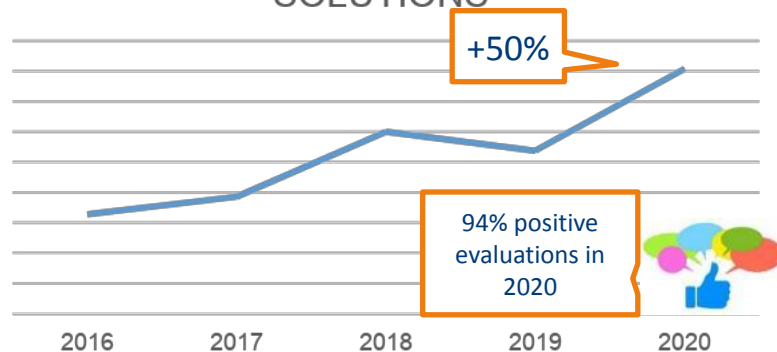
Il tuo consulente di fiducia.
Affidabilità creditizia, protezione dati e tutela dell'identità online.



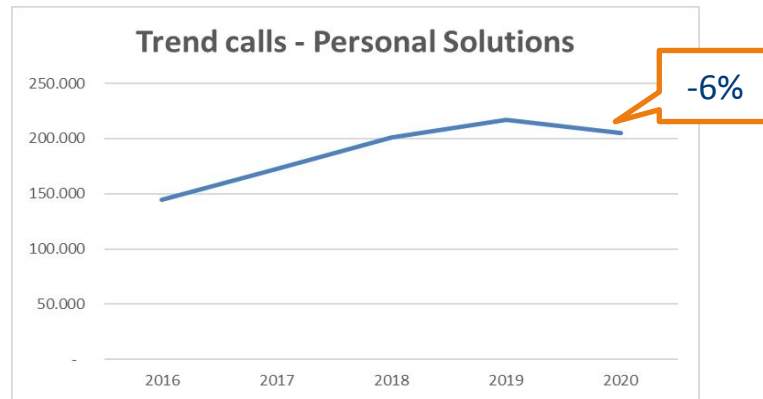
Il nostro approccio multicanale e l'impatto della pandemia

- Dal 2015 a fianco di un servizio assistenza telefonica, e e-mail abbiamo implementato una **live chat per favorire una interazione più immediata** verso chi visita i nostri siti, con l'obiettivo di fornire **risposte in tempo reale**.
- Dialogando in tempo reale con un servizio clienti preparato, non soltanto si crea **fiducia nel consumatore** durante l'esperienza di navigazione del sito, ma si aiuta anche a **migliorare il tasso di conversione**.
- La **pandemia ha spinto per una maggiore digitalizzazione** delle interazioni con i consumatori: abbiamo visto un **incremento delle chat** gestite di anno in anno, mentre **le chiamate hanno subito una flessione**.
- Dall'altro lato grazie alla live chat **avevamo maturato una esperienza solida** su quelli che erano gli argomenti e le domande più frequentemente rivolte al nostro servizio di assistenza.

Trend WEBCHAT - PERSONAL SOLUTIONS



Trend calls - Personal Solutions

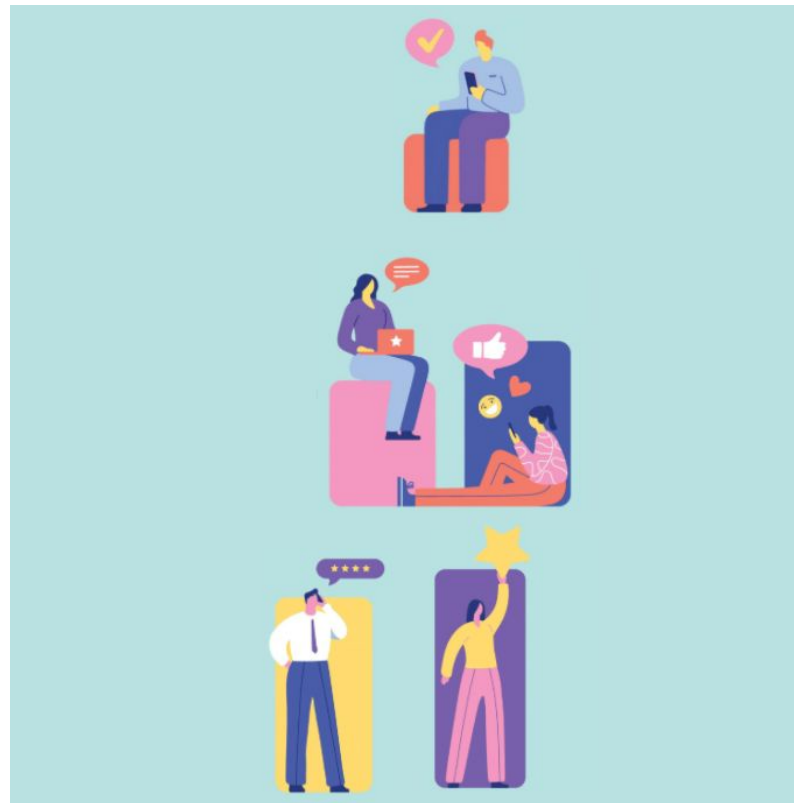


La valutazione del passaggio da LIVE CHAT a CHATBOT

Attraverso una serie di analisi qualitative e quantitative sulla **webchat con operatore**, abbiamo notato un **aumento del numero di domande ricorrenti** su alcuni temi, ad esempio:

- come ottenere una visura sui propri dati creditizi
- alert e messaggi ricevuti dai servizi Mister Credit
- istruzioni per l'attivazione dei servizi

Pertanto abbiamo deciso di **valutare l'introduzione di un chatbot** che potesse integrarsi con l'assistenza tramite operatore per domande più complesse.



Il passaggio da LIVE CHAT a CHATBOT: i nostri obiettivi

- Gestire **volumi in entrata più elevati**
- **Migliorare il livello di assistenza** con una copertura 24/7
- **Offrire immediatezza dell'interazione** e fruizione dei contenuti che generano soddisfazione, garantendo al contempo un'**omogeneità dei contenuti**
- **Dedicare gli operatori alle risposte più complesse**
- **Incrementare l'efficienza** dei processi di assistenza



Il passaggio da LIVE CHAT a CHATBOT: i nostri dubbi

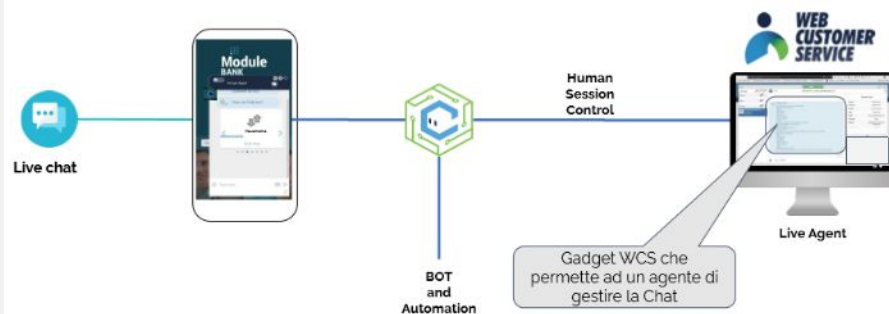
- **Reazione negativa verso l'interazione con un robot e non utilizzo dello strumento** da parte dei consumatori, tenendo conto dello stato emotivo di chi visita il sito CRIF
- **Qualità delle risposte**, tenendo conto della specificità dei contenuti che trattiamo



Gli step per l'avvio del HYBRID CHATBOT: valutazione di fattibilità

- **Vendor selection:** abbiamo valutato diverse referenze fornendo loro le domande frequenti e i dialoghi principali delle nostre webchat
- **Abbiamo considerato in particolare:**
 - Capacità del fornitore di farsi carico di una **soluzione completa** che ci guidasse nell'intero progetto
 - **Velocità** nell'implementare un **POC** in modo da misurare l'efficacia della soluzione per il target dei nostri utenti
 - **Facilità di integrazione** sui nostri siti e **personalizzazione** dell'interfaccia grafica
 - **Struttura costi**, in particolare proporzionalità tra costo e utilizzo

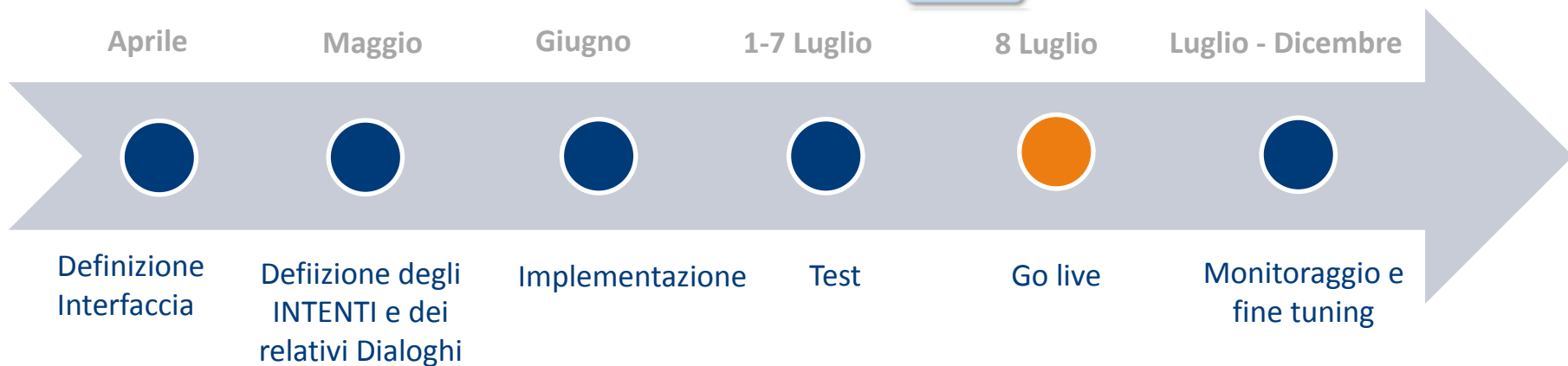
Target Architecture



Gli step per l'avvio del HYBRID CHATBOT: il POC con Eudata

Abbiamo deciso di fare un **POC con Eudata** per competenza e capacità di dare **consulenza, supporto e gestire il progetto a 360°**

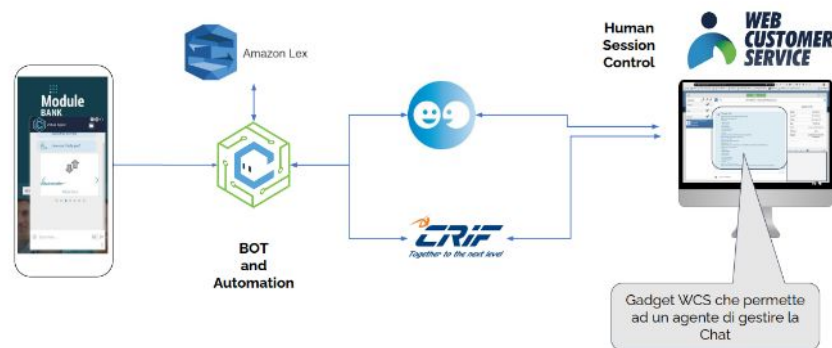
Fasi principali del progetto



Per i siti MISTER CREDIT e CRIF abbiamo richiesto un'applicazione in grado di:

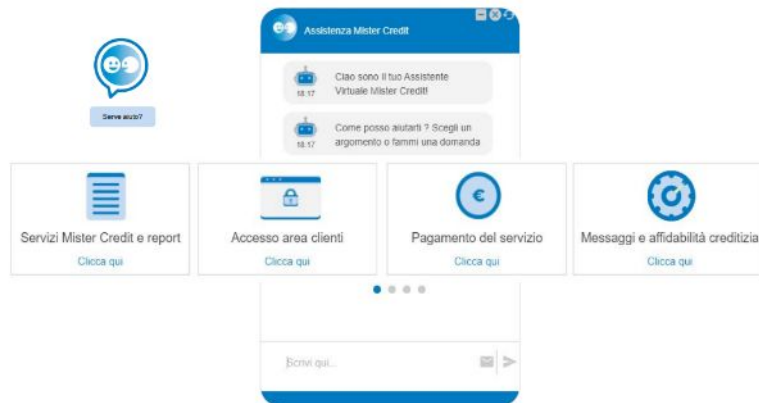
- **Automatizzare** attraverso un sistema BOT una parte dei **processi di supporto** dei clienti e utenti attraverso un chatbot informativo dedicato ai processi tipicamente più richiesti.
- Nella prima fase sono stati considerati circa **5 intenti per ogni BOT** per un massimo di 10 flussi che coprono un'ampia parte degli argomenti presi in considerazione (circa il 75%).
- Per ogni BOT si aggiungono i flussi di:
 - AVVIO / RIAVVIO
 - SALUTI
 - HANDOVER
 - SURVEY BOT e OPERATORE

Realizzazione



Sono stati sviluppati **2 chatbot** dedicati ai 2 siti gestiti da CRIF:

- supportati da un **motore semantico amazon Lex** per comprendere ed interpretare il significato di quanto scritto dal cliente attraverso il linguaggio naturale
- prevedono la possibilità di fare **handover** verso operatore umano



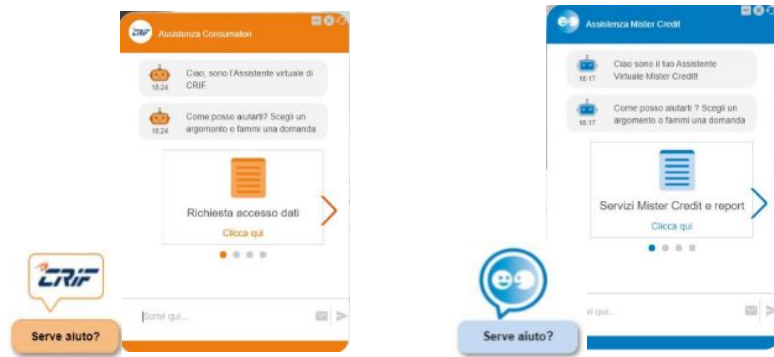
Risultati ottenuti – CRIF e MISTER CREDIT

Efficacia:

- Forte incremento interazioni via chat
- < 10% delle chat con interazione ha richiesto l'intervento di un **operatore umano**

Aumento del livello di servizio:

- Le sessioni di chatbot sono concentrate tra le 9-12 e le 15-18
- Circa il **10%** delle sessioni si svolge nel **fine settimana**
- Circa il **15%** delle sessioni infrasettimanali si svolge negli **orari di chiusura** dalle 19 alle 9



- L'introduzione del chatbot sui siti di CRIF e MISTER CREDIT ha **incrementato complessivamente del +300% le sessioni chat**
- Sul totale delle domande scritte dagli utenti, **il BOT ha risposto direttamente nella maggioranza dei casi**
- La **soddisfazione complessiva del chatbot è 7,5/10**

>> Le persone sono più che disponibili a rivolgersi a un bot piuttosto che ad un operatore umano.

Lessons learned grazie all'utilizzo del chatbot

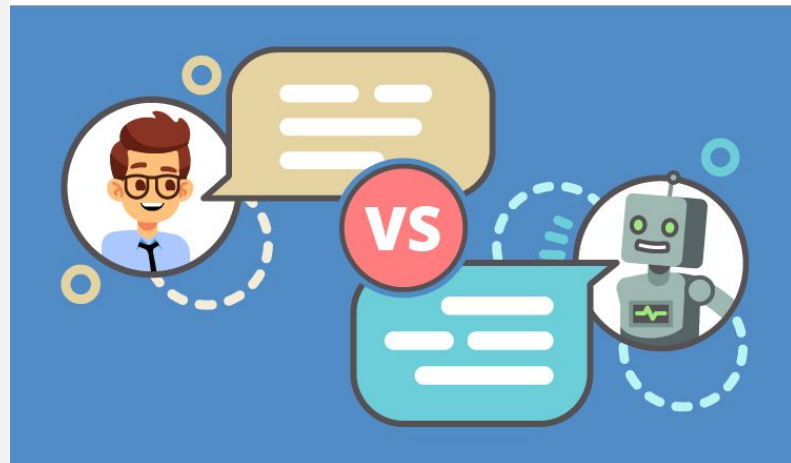
I chatbot hanno 2 vantaggi importanti per gli utenti:

1. sono **sempre disponibili** (di giorno, di notte, di domenica o il giorno di Natale)
2. sono **veloci e rispondono in tempo reale**.

Ciò non nega il fatto che gli operatori siano necessari per gestire le domande particolari e personalizzate e posseggono le cosiddette "soft skills" pertanto sono gli unici che possono gestire le richieste complesse e far sentire a proprio agio i clienti.

Per questo abbiamo impostato il chatbot in modo che, quando non è in grado di rispondere, effettui il trasferimento dell'utente all'operatore.

In altre parole, un bot affiancato a un essere umano è una soluzione migliore rispetto a un essere umano e un bot che lavorano da soli.



Lessons learned grazie all'utilizzo del chatbot

Il chatbot ben impostato permette di **individuare**, grazie all'analisi delle domande dei utenti e all'inserimento di survey, **interessanti insights** sui **bisogni dei clienti e come questi evolvono**.

>> grazie ad **analisi per parole chiave** è emerso che sempre più utenti iniziano a richiedere la possibilità di accedere ai servizi tramite SPID.

Un importante vantaggio è la possibilità di **modificare immediatamente i dialoghi dei BOT**.

>> può essere utile aggiungere un messaggio che avverte che un determinato **servizio è temporaneamente in manutenzione**, oppure si possono personalizzare i dialoghi in determinati periodi (es **auguri di buone feste**).



L'evoluzione futura dell'utilizzo del chatbot

Ma non ci fermiamo qui!

Vogliamo continuare a migliorare nell'ottica di un'evoluzione continua dell'interazione con gli utenti.

Qualche esempio:

- analizzare tutte le sfumature dei comportamenti dei clienti, le preferenze e i punti critici, anche attraverso una **area survey**
- individuare meccanismi più **immediati** nel fornire **soluzioni personalizzate** ai propri clienti
- introdurre un'area **Glossario**, essendo il nostro bot soprattutto informativo
- cercare di **rendere sempre più umano il bot**, utilizzando espressioni, domande e risposte in modo da intensificare la percezione di **empatia** e il **coinvolgimento** dell'utente.





Grazie per l'attenzione!

