

# LiveBot, l'equilibrio perfetto tra competenze umane e intelligenza artificiale

Hybrid Bot a supporto di clienti e operatori: le molteplici applicazioni dei motori conversazionali porteranno benefici a tutto tondo per migliorare le performance dei Contact Center.



ALESSANDRO LA CIURA

CEO & LiveHelp Chat Master  
a.laciura@sostanza.it

Nell'immaginario comune i chatbot sono macchine che parlano con l'utente al posto di un essere umano, minacciandone la professione; per questo c'è una diffusa tendenza a trascurare quanto i chatbot possano invece essere utili agli operatori del Contact Center. Con LiveBot stiamo esplorando un nuovo mondo in cui il chatbot non sostituisce gli esseri umani, ma li supporta e ne ottimizza il lavoro. Con questo fine abbiamo messo a punto due tipi di bot "ibridi", per massimizzare l'efficacia dell'assistente virtuale e dei lavoratori in carne ed ossa, orientandoci a fornire una risposta rapida ed esatta senza precludere l'impronta umana, che è il cuore e la forza del Customer Care.

### Hybrid Bot: l'evoluzione della specie

Nella nostra esperienza di analisi delle chat e durante i corsi di formazione agli operatori, ci siamo accorti che non è semplice insegnare agli operatori a rispondere sempre in modo corretto, sia per un fattore umano di concentrazione, sia per la grande mole di documenti che i dipendenti sono obbligati a consultare prima di fornire una risposta al cliente. Come soluzione abbiamo messo a punto due tipi di chatbot ibridi che combinano la rapidità dell'intelligenza artificiale con l'insostituibile sensibilità umana.

Sono così nati due LiveBot: il primo orientato ad assistere direttamente il cliente, l'altro di supporto all'operatore. La scelta del termine "live" non è casuale e richiama un elemento "vivo", umano: la sinergia fra una macchina e una persona reale.

### Il motore conversazionale al servizio del cliente

Il primo tipo di LiveBot è il più comunemente utilizzato nell'area Customer Care: sa fornire risposte brevi in merito a problemi comuni, inviare al cliente documenti e link oppure indirizzarlo verso altre azioni desiderate dall'azienda. Se l'utente ha bisogno di aiuto e il chatbot non è in grado di assisterlo, trasferisce la conversazione a un operatore. LiveBot consente di configurare le modalità in cui far avvenire questo passaggio: l'azienda può decidere di far intervenire i propri dipendenti quando il cliente non trova l'argomento desiderato, richiede informazioni aggiuntive oppure in funzione di specifiche esigenze che l'azienda preferisce lasciare in mano agli operatori, come la conferma di una prenotazione o l'annullamento di pratiche già avviate.

Il passaggio da bot a operatore umano può avvenire anche in corrispondenza di insoddisfazione da parte del cliente. Tramite l'analisi del sentiment, LiveBot è in grado di percepire l'umore del cliente e passare all'operatore umano una chat non produttiva. Abbiamo previsto che sia l'operatore che il team leader possano proporre chat in caso di sentiment negativo, in modo da compensare con la sensibilità umana la "freddezza" della macchina percepita da alcuni utenti. La forza di LiveBot consiste in:

- un trasferimento "indolore" per l'utente, che non è costretto a cambiare canale di comunicazione;
- un vantaggio per l'operatore, a cui viene trasmessa la trascrizione della chat.

Questo equilibrio fra risorse umane e virtuali non è uno standard, ma va studiato sul caso specifico dell'azienda, in base alle sue modalità di relazione con l'esterno e all'importanza data all'immagine e al tipo di rapporto che vuole instaurare con i propri clienti. Per esempio, alcune azien-

de che utilizzano LiveBot preferiscono rendere disponibile il chatbot soltanto in presenza di operatori umani, e utilizzarlo come supporto anziché come sostituto del Customer Care.

La formazione di un LiveBot completo è un'attività molto più *time-consuming* rispetto a quella degli operatori umani, ma presenta inequivocabili benefici. Il vantaggio consiste nel non dover ripetere la medesima formazione per ogni operatore in corrispondenza di un turn over del personale (o nuove assunzioni) e nell'evitare discordanze causate da regolamenti e normative soggetti a interpretazione.

Una volta strutturata la knowledge base di LiveBot, questa va solamente tenuta aggiornata a fronte di cambiamenti aziendali, e affinata in modo da incrementare il grado di soddisfazione del cliente. La percentuale di risposte corrette dopo un addestramento di 3 mesi supera l'80% e non richiede un successivo intervento umano.

Grazie al lavoro effettuato su LiveBot, i nostri clienti hanno rilevato:

- riduzione di *escalation* agli operatori e riduzione dei contatti telefonici;
- riduzione del numero di scambi di messaggi fra utente e operatore;
- diminuzione della durata delle singole chat;
- numero di chat perse uguale a zero;
- operatori concentrati soltanto sulle chat ad alto valore: sgravati dalla routine sono motivati a fornire un'assistenza di migliore qualità;
- nessuna perdita di tempo legata a clienti che cliccano sul pulsante della chat solo per capire se funziona o meno;
- la misurazione delle performance del chatbot, che di fatto agisce come un operatore, viene registrata in termini di tasso di conversione e confrontata con quelle degli operatori umani.

## Il motore conversazionale al servizio dell'operatore

Il 75% degli utenti che si avvicinano alla chat desidera una risposta veloce e semplice che richieda pochi istanti per essere letta e compresa, non pagine intere di istruzioni complesse. Questo presuppone che gli operatori abbiano già la risposta sottomano o abbiano ottime capacità di sintetizzare un grande quantitativo di dati in poche righe. Spesso le aziende non possiedono una knowledge base strutturata, e l'operatore si trova a dover estrarre informazioni da documenti word e pdf o dal sito aziendale, fra testi prolissi e conoscenze frammentate.

Ciò comporta un decremento delle capacità operative e un allungamento dei tempi di attesa, con effetti negativi sull'esperienza dell'utente e di conseguenza sulla percezione del brand.

Il secondo tipo di LiveBot è pensato per essere di supporto all'operatore e aiutarlo a trovare la risposta ricercata dall'utente nel minor tempo possibile. Il chatbot ibrido analizza la conversazione fra utente e operatore e suggerisce a quest'ultimo una lista di FAQ da cui estrarre le informazioni, già strutturate secondo lo stile di comunicazione aziendale e sintetizzate in modo chiaro per essere comprese dal cliente. Questo senza nulla togliere all'abilità dell'operatore, poiché gli viene lasciata la libertà di modificare e personalizzare le risposte per dare ogni volta quel "tocco umano" che manca alle macchine e spesso causa insoddisfazione da parte del cliente.

Anche se, lato formazione, questo tipo di Hybrid Bot richiede un importante investimento di tempo e risorse, il vantaggio è che l'azienda che implementa LiveBot sta di fatto costruendo una knowledge base già strutturata per essere utilizzata all'interno del Customer Care e del servizio di consulenza. La ricerca delle informazioni diventa così agevole e rapida per l'operatore che può rispondere a un maggior numero di richieste. In questo modo l'azienda sfrutta due volte il lavoro sulla knowledge base: sia per il chatbot, sia per il supporto agli operatori.

## L'Hybrid Bot perfetto per il Customer Care

Molte aziende si trovano in difficoltà nel monitorare le attività del proprio chatbot e cogliere il grado di soddisfazione del cliente in merito al servizio: non possiamo chiedere direttamente al chatbot cosa sa o non sa, dobbiamo sperare che il cliente risponda a un questionario, oppure affidarci a sistemi di misurazione del sentiment del cliente che stentano a riconoscere l'ironia e il sarcasmo. Tale analisi è ancora più difficile se i clienti sono costretti a navigare fra le scelte multiple di un diagramma ad albero. È per questo che LiveBot coordina intelligenza umana e artificiale anche nell'analisi dei risultati. I report finali sono frutto di un'estrazione di dati numerici e di un accurato monitoraggio manuale delle conversazioni: grazie alla comprensione delle specifiche esigenze dei clienti e all'integrazione testuale delle domande-risposte, la percentuale di successo di LiveBot è passata da un iniziale 65% a un valore che supera l'80%.

Un risultato eccezionale ma non incredibile, se si considera che gli Hybrid Bot raccolgono le migliori risorse del Customer Management: le capacità di comunicazione e interpretazione umane e l'immediatezza dell'intelligenza artificiale.