*Workshop***Digit CX. Come la digitalizzazione può migliorare la Customer Experience***Venerdì 9 novembre 2018  
ENEL - Villa Lazzaroni* ***-*** *Viale di Tor di Quinto, 58 - ROMA*In occasione della “**Settimana Nazionale Relazione-Esperienza con il Cliente - AI e professioni in evoluzione”** - #CMMCnationalweek, il Club CMMC e Enel hanno promosso questo incontro per approfondire alcune delle attuali innovazioni consentite dalla digitalizzazione, che impattano sui processi di relazione ed esperienza cliente.   
In particolare, durante l’incontro si sono confrontate alcune delle realtà che sono state premiate nella recente serata di consegna dei premi CMMC 2018.   
Enel ospita l’incontro sia perché iscritta come sostenitore del Club CMMC, sia in quanto si è aggiudicata alcuni dei Premi di settore nel 2018, tra cui lo speciale Social Customer Management.  
  
Tra i partecipanti al workshop erano presenti i responsabili di BPO, partner di Enel.

## Ha aperto i lavori Filippo Ruggiero, Responsabile dei Canali Virtuali di Enel, che ha dato il benvenuto ai presenti e ha illustrato l’agenda del workshop. E’ seguita la presentazione di Mario Massone, fondatore del Club CMMC, il quale ha parlato degli obiettivi della “Settimana Nazionale della Relazione Esperienza Cliente 2018” e delle modalità di partecipazione (App, indagine in line) e ha ricordato alcuni dei Premi assegnati da CMMC nel 2018.

La prima testimonianza è stata presentata da **Alessio Pasqui**, Responsabile Canali Digitali di Enel, che ha illustrato l’evoluzione dei canali digitali come chat, app e Social Network e ha fornito qualche previsione a breve. **Marco Vano**, Responsabile Service Mercato Libero Canali Digitali di Enel, ha descritto in dettaglio i vari progetti, riprendendo anche le motivazioni del Premio “Social Caring Integrato” assegnato ad Enel Energia.   
E’ seguita la presentazione di **Marco Borgherese**, Vice Presidente, Newtork Contacts sul tema “Virtual Agent Trelpy, il caso Wind Tre”.  
**Valeria Sandei**, Amministratore Delegato, Almawave ha parlato di “Chat-Bot Integrato, il caso Groupama Assicurazioni”.   
**Tommaso Amanti**, Social & Content Manager di Hurry, è intervenuto su ”Bot ed e-commerce”.  
  
Infine, vi è stato un dibattito con i presenti. Tra gli altri, sono intervenuti: Marco Lombari (Call&Call) e Natascia Francavilla (Comdata).   
  
Nel seguito si riportano le sintesi delle descrizioni dei casi relativi ai **Premi CMMC 2018 presentati nel corso del workshop.   
  
ENEL ENERGIA   
SOCIAL Customer Management  
Dal 2015, Enel Energia è presente sui principali Social Network (Facebook, Instagram) e dai primi mesi del 2017 anche su Twitter e YouTube.**  
**Le finalità con le quali Enel Energia utilizza i social media sono di Caring e di Gestione delle richieste dei clienti e di Comunicazione e di Vendita verso i clienti/prospect.**   
**La maggior parte delle interazioni è concentrata su Facebook (oltre 1 milione di fan) e, a seguire Twitter. La fanbase di Facebook è in costante crescita.**   
**La piattaforma di Social Caring è integrata in mappa applicativa Enel e basata su ambiente Salesforce. La gestione dell’applicativo e delle interazioni dei clienti è affidata al Partner Network Contacts. Il processo di gestione è garantito dal lavoro sinergico delle diverse unità aziendali coinvolte: Marketing, ICT e Virtual Channels.  
  
WIND TRE   
Premio speciale APP & ChatBot Virtual Assistance 2018   
Il programma si caratterizza per un approccio metodologico nella realizzazione dei servizi digitali, sviluppato grazie alla collaborazione tra diverse funzioni aziendali, tutte orientate alla realizzazione di servizi customer centric. Inoltre si evidenzia una esperienza progettuale di realizzazione di un Virtual Agent integrato nella APP Servizio Clienti di Tre, secondo una prospettiva di integrazione, convergenza e coerenza di touch point diversi e con l’adozione di un modello ibrido Virtuale-Umano per la creazione di un servizio di caring.**   
**Il progetto - realizzato da Wind Tre in collaborazione con Network Contacts e con Piksel. – è un ChatBot integrato nell’APP Servizio Clienti Tre ed è un servizio di Virtual Agent realizzato utilizzando innovative tecnologie di Intelligenza Artificiale. Al ChatBot in grado di interagire in linguaggio naturale ed erogare servizi sia informativi sia dispositivi, si affianca un team di operatori esperti ingaggiati in particolari scenari o fasi del processo di interazione con il Cliente. Il ChatBot integrato nell’APP Servizio Clienti Tre ha già raggiunto risultati molto significativi: livello di accuratezza delle risposte pari al 96% e 500.000 utilizzatori/mese, dei quali la stragrande maggioranza non effettua nelle 72 ore successive le medesime richieste sugli altri touch point a sua disposizione.**    **GROUPAMA ASSICURAZIONI - ASF   
Premio ChatBot & AI Customer Service 3° posto   
L’applicazione ASF (Agent Service Floor) di Almawave fornisce alla rete agenziale di Groupama un servizio di assistenza in multicanalità e con un motore semantico per elaborare le richieste esposte dagli agenti ed indicizzate secondo algoritmi semantici specifici e mirati. Gli Agenti usufruiscono anche di un pannello di controllo “Iride ChannelHub” fruibile dai canali chat, audio e video, per comunicare con la loro direzione, e tramite App su dispositivi mobile. Le 850 Agenzie e i 1000 Agenti che operano in Italia impiegano anche le tecnologie Iride CRM e Iride KM con questi risultati: circa 5.000 web users, 1.000 mobile users e oltre 200.000 chat/contatti web all’anno. Il progetto è partito nel 2016. Con la rete di agenzie i canali sono chat e form. Per le chat gli SLA sono non oltre 10% di chat perse. Al momento il sistema funziona con Human Assisted Virtual Agent.  
  
HURRY – Hurry Bot   
Premio ChatBot & AI Customer Service Menzione**  
**Hurry è un sito di e-commerce dedicato a soluzioni di mobilità, dalla vendita di auto usate al noleggio a lungo termine, al pagamento dell’auto in base all’utilizzo.**  
**Il Bot é stato sviluppato dalla startup Stamplay su Facebook Messenger. Hurry ha un’alberatura snella che porta l’utente all’offerta più adatta alle sue esigenze per finalizzare l’acquisto. Inoltre Hurry Bot adempie alle funzioni di customer service rispondendo ai clienti con un sistema di riconoscimento semantico che pesca dalla Knowlege Base del sito. Nel 2018 Hurry Bot ha già risposto a migliaia di richieste ed è tra le prime 10 referenze per l’acquisto sul sito Hurry.**