

Contact Center: dall'informazione alla conoscenza real time

La soluzione Almaxwave per innovare la gestione del contatto

L'esperienza unita alle più avanzate tecnologie semantico-ontologiche per comprendere, classificare e analizzare le conversazioni che avvengono con il cliente, direttamente nel momento in cui avvengono all'interno dei canali di contatto.

Con Valeria Sandei parliamo del Contact Center di domani...

Volentieri. Per farlo è necessario un passo indietro. O, meglio, una premessa: il Gruppo Almaxviva è leader nell'outsourcing di servizi CRM per aziende private ed enti pubblici da più di venticinque anni, in Italia e all'estero, e gestisce per i suoi clienti circa 100 milioni di contatti l'anno. Da sempre il Gruppo Almaxviva è fortemente orientato all'innovazione, un'innovazione finalizzata che si motiva con la risoluzione dei problemi dei suoi clienti e con il miglioramento dei servizi verso i loro utenti.

Questa premessa mi consente di introdurre Almaxwave, la società del Gruppo Almaxviva, che in laboratori dedicati all'innovazione sviluppa soluzioni, in ambito Interactive & Semantic Enterprise, mirate a capitalizzare la gestione del contatto con il cliente. E l'offerta dei servizi di Contact Center del Gruppo Almaxviva diventa oggi ancor più distintiva sul mercato.

La soluzione IRIDE CRM di Almaxwave è dedicata specificatamente al canale Contact Center e, in sintesi, utilizza tecnologie semantico-ontologiche per comprendere, classificare e analizzare le conversazioni che avvengono con il cliente, direttamente nel momento in cui avvengono all'interno dei canali di contatto.

E veniamo al possibile ruolo delle tecnologie semantiche nei più moderni Contact Center.

Presso i Contact Center gestiti dal Gruppo Almaxviva arrivano ogni giorno enormi quantità di informazioni preziose che riguardano la relazione con il cliente; durante il contatto con operatori e consulenti le persone effettuano richieste, manifestano disagi, denunciano disservizi utilizzando il loro personale modello espressivo; l'operatore riporta nelle note i risultati dell'ascolto e la diagnosi, spesso in modo veloce e destrutturato per non



Valeria Sandei,
AD di Almaxwave,
Gruppo Almaxviva

Almaxwave



Almawave

Almawave è la società
d'innovazione
tecnologica in area
Consulting e Business
Intelligence del
Gruppo Almagiva.

Un'azienda nata
nel 2009 e formata
da professionisti
con competenze ed
esperienze diverse:
dalla conoscenza
dei processi
di business dei clienti
alle più avanzate
tecnologie. Almawave
opera in Italia e
all'estero per portare
ai clienti soluzioni
che rispondono
in modo efficace,
semplice e concreto
alle loro esigenze.

www.almawave.it

togliere tempo alla gestione complessiva della chiamata. Le tecnologie semantico-ontologiche consentono di valorizzare questo bagaglio di informazioni, "la voce diretta del cliente", che viene interpretata tempestivamente con affidabilità e accuratezza.

I risultati dell'analisi semantica consentono non solo di rendere più efficiente l'assistenza, suggerendo la risposta o il servizio da erogare, ma in alcuni casi anche di intercettare il reale motivo della chiamata, il "sentiment" del cliente, l'occorrenza o la gravità del fenomeno. Utilizzando tutti questi dati l'azienda può avviare un piano di miglioramento interno con un potenziale impatto su tutto il business: sui processi interni, sulla comunicazione, sul marketing, sulla formazione o sui sistemi.

Che cosa propone in particolare Almawave per portare innovazione "a valore" nei servizi di Contact Center?

La soluzione IRIDE CRM di Almawave analizza le conversazioni azienda-cliente sui diversi canali di contatto (Contact Center, e-mail e Web); supporta gli operatori nella classificazione precisa e immediata dei bisogni del cliente, agevolando la risoluzione o il corretto indirizzamento delle richieste; analizza i dati provenienti dai diversi canali e li sintetizza in un *dashboard* di informazioni utili per una pluralità di funzioni aziendali, dal marketing al business.

Il CRM semantico proposto da Almawave apre la strada a una significativa innovazione dei servizi di Contact Center e in generale della gestione della relazione con il cliente: semplifica il contatto (è più semplice e veloce trovare risposte uniformi e corrette), consente di capitalizzare le informazioni scambiate (*tracking* e classificazione delle conversazioni in tempo reale) e aumenta la conoscenza dei clienti, la capacità di risposta dell'azienda, l'affidabilità e la qualità dei servizi.

Il nuovo modello di Contact Center può essere così sintetizzato: un canale di contatto progressivamente sempre più automatizzato e virtuale, che sfrutta le più avanzate tecnologie semantiche e capitalizza continuamente un'esperienza guadagnata sul campo per migliorare la soddisfazione dei clienti finali.

Media Duemila