

L'INTERVISTA

# Customer experience, Valeria Sandei: “L'Italia pronta per la sfida AI e big data”

Home > Digital Economy

Condividi questo articolo



La ceo di Almaxwave: “Tutti hanno compreso quanto sia strategico cogliere l’opportunità dell’innovazione, non solo per affrontare la crescente competizione ma anche per raggiungere risultati economici sempre più sfidanti”. Per il 2019 l’azienda stima una crescita superiore al 20% e marginalità sostenute

09 Set 2019

Mila Fiordalisi

Direttore



Credits ©StudioFranceschin

**L**a customer experience sta diventando sempre più strategica e per molte aziende un asset fondamentale del business. Almaxwave ci ha visto lungo in tempi non sospetti. Come si sta evolvendo il business sul mercato italiano? E quali le nuove sfide? “La Customer Experience è da sempre al centro della strategia di

## Articoli correlati

### IL PREMIO

Opensignal Award, a Tim il riconoscimento per la migliore user experience

01 Lug 2019

### IL RICONOSCIMENTO

Customer experience, Wind Tre premiata per l'app “Waw3”

06 Mag 2019

### RECRUITING

Huawei apre la caccia ai customer experience officer

01 Apr 2019

### IL RICONOSCIMENTO

Almaxwave sul podio europeo dell'intelligenza artificiale

01 Apr 2019

Almawave che ha investito su tecnologie di comprensione del linguaggio naturale e della voce del cliente per creare soluzioni che introducano maggior efficienza, semplificazione dei processi e qualità nel servizio al cliente”, dice a Corcom **Valeria Sandei, ceo di Almawave.**

### **Sandei, il mercato italiano come è messo?**

Il mercato è sempre più ricettivo: aziende e Pubblica Amministrazione hanno compreso quanto la semplicità di accesso ai contenuti e la loro efficace valorizzazione, grazie alle nuove tecnologie di AI, multicanalità e Big Data, sia un driver fondamentale per operare efficacemente.

Aver affrontato in modo sinergico e olistico le nuove esigenze tecnologiche di engagement e analytics, realizzando una piattaforma flessibile e modulare, nonché costruito centri di competenza in Data Science e Customer Experience, si è rivelata una chiave di successo per Almawave che ha acquisito di recente altri clienti importanti. Per il 2019 prevediamo prospettive di crescita superiori al 20% sul 2018 e marginalità sostenute. Gli ultimi mesi ci hanno visto conquistare importanti riconoscimenti internazionali dal mondo degli analisti di mercato come Gartner, Frost & Sullivan e LT Innovate.

### **Quanto investite in innovazione e quali sono le vostre tecnologie di punta ad oggi?**

L’investimento in innovazione è nel dna Almawave. È core business l’attività dei laboratori dedicati al perfezionamento e alla continua sperimentazione tecnologica, oggi operativi sulle tecnologie emergenti e sull’applicazione dell’Intelligenza artificiale. Negli ultimi 10 anni possiamo vantare oltre 30 milioni di euro dedicati allo sviluppo tecnologico e acquisizioni di asset strategici su tecnologie vocali, come PerVoice – che può contare su anni di ricerca della Fondazione Bruno Kessler, nonché importanti collaborazioni con primari istituti di ricerca italiani e partner internazionali. Oggi le nostre road map tecnologiche e di prodotto affrontano, fra le altre, le tematiche di question answering, real time speech analytics, multicanalità evoluta, integrabilità con le principali tecnologie ed ecosistemi di mercato dei large vendors – come ad esempio Microsoft e Salesforce -, con un continuo rilascio di nuove release. I nostri sistemi operano in oltre 30 lingue e sempre meglio dominano gli aspetti di applicazione verticale. L’obiettivo è rendere sempre più istintiva e olistica la piattaforma Iride abilitando, attraverso tecnologia proprietaria e integrazione con key solutions di mercato, modelli di analisi dati e Customer Experience altamente distintive.

**Le telco sono state “pioniere” nell’attenzione al cliente. Quali sono gli altri settori che in Italia stanno dimostrando maggior fermento e investimenti in tal**

senso?

Il mercato sta acquisendo un relativo grado di maturità nel percepire tematiche di digital transformation in particolare legate alla Customer Experience. Questo trend coinvolge tutti i principali settori di mercato: media, utilities, government. Tutti infatti hanno compreso quanto sia strategico cogliere l'opportunità dell'innovazione non solo per affrontare la crescente competizione – sempre più cross industry e legata al digitale – ma anche per raggiungere risultati economici sempre più sfidanti. In un contesto sempre più ricettivo è molto importante per Almax distinguersi puntando su elevate competenze, tecnologie distintive e capacità di disegnare use case aderenti alle esigenze operative e di business.

**I social network hanno decisamente mutato i comportamenti dei clienti, sempre più votati all'interattività e al real time. Ciò comporta un cambio di passo nelle strategie di customer experience: ma le aziende italiane stanno davvero passando all'azione?**

In qualche misura sì. Il cliente si aspetta immediatezza e semplicità. Questa è la sfida solo all'apparenza facile a cui rispondere. Rendere l'esperienza efficace e integrata implica saper disegnare percorsi multicanale, disporre di tecnologie avanzate basate sulla interpretazione puntuale di voce e testo, mettere in collegamento l'innovazione con quanto sviluppato negli anni. In sintesi, fare in modo che la percezione della journey da parte del cliente sia positiva e non distonica per evitare l'effetto boomerang. Quanto ai social network è importante una visione completa e tempestiva delle dinamiche in atto su tutte le tematiche di interesse o potenziale interesse al fine di renderli davvero una leva strategica differenziante. Oggi le tecnologie Big Data e AI permettono questo risultato grazie a una chiara comprensione dei punti chiave su cui lavorare.

**La Pubblica amministrazione è decisamente indietro sul fronte customer experience: è una questione di incapacità di cogliere le potenzialità dei nuovi strumenti? Ci sono esperienze virtuose?**

Dal nostro punto di osservazione la PA sta accelerando poderosamente la propria azione nell'uso delle nuove tecnologie sia a livello centrale sia locale. Almax è una delle società operative sul Lotto 3 e 4 del piano SPC e dunque sta accompagnando diverse amministrazioni in un percorso di trasformazione digitale sempre più pervasivo. È molto interessante vedere l'accelerazione che su queste tematiche sta tenendo la PA adottando soluzioni che permettono di interagire con i cittadini in maniera smart, collegando dati per fare evolvere i servizi. Un esempio è l'utilizzo delle tecnologie di sottotitolazione automatica PerVoice, società controllata da Almax, delle sedute dell'Assemblea Capitolina per consentire

l'accesso alle informazioni alle persone con disabilità e agli stranieri, testimonianza d'uso delle tecnologie per l'inclusione sociale.

### L'intelligenza artificiale è già realtà in casa Almaxwave: quali le soluzioni disponibili e cosa dobbiamo aspettarci in futuro?

Almaxwave lavora con la duplice prospettiva di sviluppo delle tecnologie core legate all'AI, con particolare attenzione alle tematiche di Nlp, alla multicanalità e ai Big Data, per continuare ad essere innovativa. La suite Iride integra queste tecnologie e propone soluzioni disruptive in questi ambiti.

### Considerata l'importanza crescente dell'analisi dei dati (big data) al fine dello sviluppo di servizi e soluzioni sempre più personalizzate quanto contano le competenze? Avete le risorse necessarie o anche voi siete a caccia di esperti?

Si tratta di un business strettamente legato alle competenze. Dal mondo dei talenti nella tecnologia agli esperti di Data Science fino a profili creativi che colgano dalla tecnologia gli spunti di process engineering e novità di business. Sono professionalità oggetto di grande attenzione sul mercato, su cui c'è molta concorrenza. La nostra azione di recruiting è continua. Basti dire che nell'ultimo semestre abbiamo inserito in azienda oltre 25 professionisti ■

@RIPRODUZIONE RISERVATA

Articolo 1 di 5

**CORCOM**

Seguici 

   

[About](#)

[Tags](#)

[Rss Feed](#)

[Privacy](#)

[Cookie](#)

## NETWORK **DIGITAL** 360

NetworkDigital360 è il più grande network in Italia di testate e portali B2B dedicati ai temi della Trasformazione Digitale e dell'Innovazione Imprenditoriale. Ha la missione di diffondere la cultura digitale e imprenditoriale nelle imprese e pubbliche amministrazioni italiane.

### TUTTE LE TESTATE

#### Applicazioni e Tecnologie

AI4BUSINESS  
BIGDATA4INNOVATION  
BIG DATA & ANALITYCS ZEROUNO  
BLOCKCHAIN4INNOVATION  
CLOUD COMPUTING ZEROUNO  
CYBERSECURITY CORCOM  
CYBERSECURITY360  
DOCUMENTI AGENDADIGITALE.EU  
ECOMMERCE AGENDADIGITALE.EU  
FATTURAZIONE AGENDADIGITALE.EU  
INDUSTRIA 4.0 CORCOM  
INDUSTRY 4.0 AGENDADIGITALE.EU  
INFRASTRUTTURE AGENDADIGITALE.EU  
INDUSTRY4BUSINESS  
INTERNET4THINGS  
PAGAMENTIDIGITALI

#### Digital Transformation

AGENDADIGITALE.EU  
CORCOM  
DIGITAL4EXECUTIVE  
DIGITAL4PMI  
DIGITAL4TRADE  
ZEROUNO

#### Funzioni di Business

DIGITAL4FINANCE  
DIGITAL4HR  
DIGITAL4LEGAL  
DIGITAL4MARKETING  
DIGITAL4PROCUREMENT  
DIGITAL4SUPPLYCHAIN  
PROCUREMENT AGENDADIGITALE.EU

#### Industry

AGRIFOOD.TECH  
AUTOMOTIVEUP  
BANKINGUP  
INDUSTRY4BUSINESS  
INSURANCEUP  
MEDIA CORCOM  
RETAILUP  
SANITÀ AGENDADIGITALE.EU  
SCUOLA AGENDADIGITALE.EU  
TELCO CORCOM  
TURISMO AGENDADIGITALE.EU