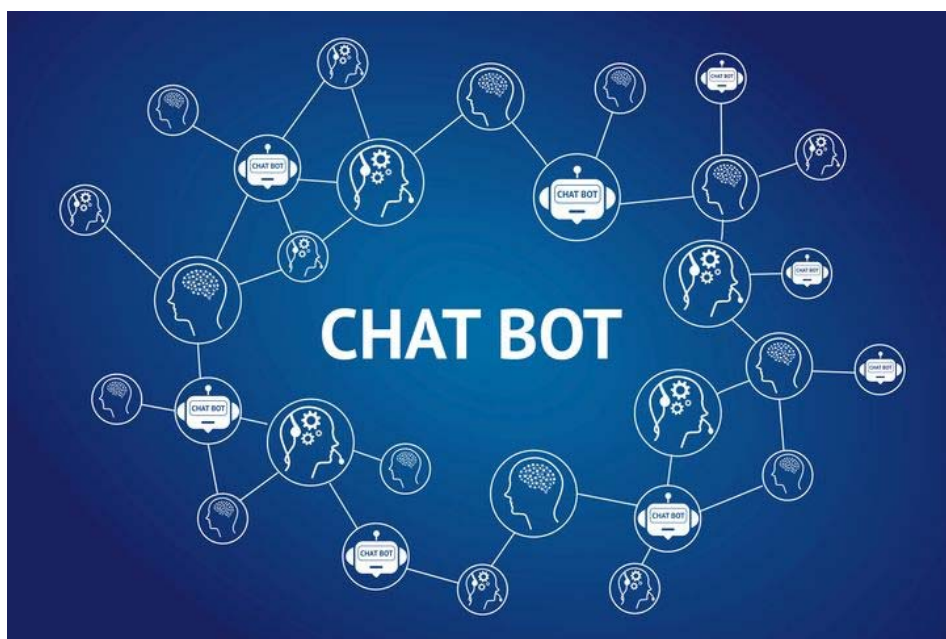


Chatbot, i futuri padroni del customer service

Gli assistenti virtuali si limitano oggi al primo contatto con i clienti o alle risposte a quesiti semplici. Ma l'intelligenza artificiale promette di farne degli operatori perfetti, spianando la strada a una Bot Economy che nel 2024 varrà 1 miliardo

Andrea Frollà



Oggi difficilmente vanno oltre le risposte a delle semplici domande, ma nel corso del prossimo decennio potrebbero diventare i padroni assoluti del servizio clienti. I chatbot, gli assistenti virtuali che dialogano con gli utenti via web o tramite le app di messaggistica istantanea, sono ancora degli strumenti limitati dal punto di vista tecnologico.

A parte le sperimentazioni e le soluzioni di poche compagnie, che spaziano dai colossi hi-tech ad alcune realtà minori, le soluzioni attive agiscono per di più come strumenti di supporto all'operatività dei customer service, facendo risparmiare tempo ai dipendenti in carne ed ossa, soprattutto rispetto al primo contatto con i clienti e alla risoluzione dei problemi più semplici. Ad esempio, molti servizi di Internet banking offrono già l'assistenza di un chatbot per sapere come

svolgere le operazioni più elementari, come richiedere una nuova carta di credito o effettuare un bonifico bancario.

Diverso è risolvere problematiche più complesse, che richiedono una maggiore interazione con l'utente e magari l'utilizzo di dati presenti nei database aziendali. Per far questo c'è bisogno di sistemi molto più evoluti, che le tecnologie di intelligenza artificiale promettono di dare in pasto al mercato di massa fra non molto tempo. Secondo le previsioni della società di consulenza americana Transparency Market Research, il mercato dei chatbot varrà nel 2024 quasi 1 miliardo di dollari, precisamente 994 milioni. Oggi lo stesso comparto vale circa 115 milioni. La ripida salita prevista nei prossimi 7-8 anni sarà spinta proprio dalle tecnologie AI, che faranno dei chatbot degli assistenti virtuali che non avranno nulla da invidiare, a parte la fisicità, a quelli in carne e ossa.

La promessa dei sviluppatori, spiega un rapporto di **I-Com (Istituto per la competitività)**, è di rivoluzionare l'esperienza degli utenti e il customer service online, aprendo importanti prospettive di sviluppo soprattutto nel settore dell'e-commerce. I chatbot a regime non fungeranno solo da assistenti, ma anche da interpreti e custodi dei gusti, delle preferenze e perfino delle sensazioni degli utenti. Creeranno cioè una enorme quantità di dati sugli utenti che si andranno ad aggiungere a quelli che oggi viaggiano su motori di ricerca, social network, applicazioni mobile e altri canali Internet. La progressiva diffusione degli strumenti e delle competenze tecnologiche potrebbe naturalmente favorire una definitiva apertura degli utenti verso le soluzioni AI, ma il condizionale è d'obbligo. Molto dipenderà dalla capacità di rendere l'esperienza digitale più simile possibile a quella tradizionale.

«Il chatbot è espressione della rivoluzione digitale in atto e si caratterizza per essere un programma attraverso il quale si parla con un robot munito di intelligenza artificiale, programmato per dare risposte strutturate, sensate e conseguenti alle domande che gli vengono rivolte - spiega Silvia Compagnucci, direttore Area Digitale dell'**I-Com** - I chatbot hanno un enorme potenziale: stanno dando vita ad un modello di business innovativo, che prende il nome di Bot Economy, in grado di rivoluzionare il mondo del customer service, favorendo l'instaurazione di un rapporto one-to-one efficiente e personalizzato con il cliente».

Questo scenario di evoluzione digitale a regime obbliga a riflettere fin da ora sul possibile effetto collaterale dell'avanzata dei robot e dei sistemi intelligenti nel mondo del customer service. Che fine faranno quegli operatori che passano le giornate davanti ai computer e con le cuffiette microfonate in testa, offrendoci qualsiasi cosa e ascoltando le nostre lamentele? Una domanda che, se è vero tra 10 anni l'assistenza ai clienti da remoto sarà nelle mani di un esercito di chatbot, è forse bene iniziare a porsi già da oggi. Tralasciando i facili catastrofismi e provando piuttosto a immaginare già da oggi come gestire la transizione di un segmento lavorativo dal fisico al virtuale.