



# Evento animazione R.E.V.TEC.h 4.0

*foRmazione imprenditoriale  
riVolta alle TECNologie 4.0*



Con il sostegno di:



Con i professionisti di:





# LA STRATEGIA DIGITALE OGGI



# CHATBOTS

Are here to stay!

---

Luca Finocchiaro – Oimmei srls

## FACCIAMO INNOVAZIONE

Oimmei è **Startup Innovativa** composta da un know-how interdisciplinare di alto livello affinato negli anni e centrato sulle tecnologie più recenti.

Siamo specializzati nello **Sviluppo di Mobile e Web Applications** e nel **System Integration**.

Il nostro obiettivo è lavorare per ottenere il risultato migliore adatto alle esigenze di ogni cliente.

Siamo fermamente convinti che un coerente ed intelligente uso della tecnologia digitale possa sprigionare innovazione e miglioramento nella vita di tutti noi.

**OIMMEI**  
DIGITAL BOUTIQUE



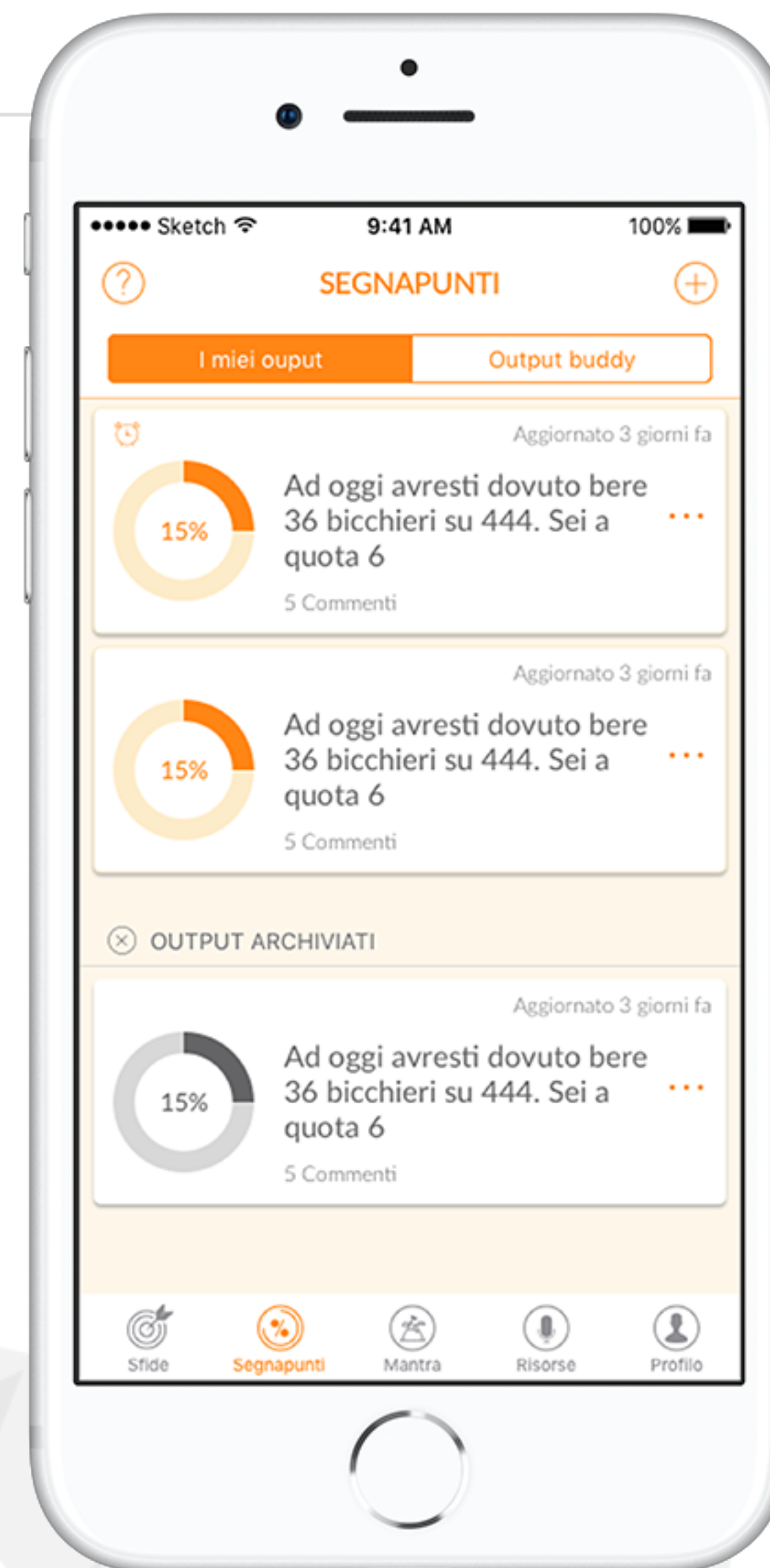
OPENTOSCANA



## #365 UN ANNO EPICO (APP)



<https://obiettivi.efficacemente.com/365>



# ASTE GIUDIZIARIE (APP E PORTALE WEB)

The image displays two computer monitors showcasing the Aste Giudiziarie website. The left monitor shows the search interface, and the right monitor shows a map of Rome with property listings.

**Left Monitor (Search Interface):**

- Header: **ASTE GIUDIZIARIE** IL NUMERO 1 NELLE VENDITE GIUDIZIARIE PUBBLICITÀ E VENDITA PROFESSIONALE DAL 1995
- Navigation: Ricerche, Aste giudiziarie, Professionisti, La società, News, Contatti, Accedi/Registrati
- Search Form:
  - Input: Inserisci provincia, città, CAP o indirizzo
  - Category: Tutte le categorie
  - Price Range: Prezzo base (0 € - Oltre 5M €)
  - Filters: Tribunale, N° procedura, Anno procedura
  - Buttons: Ricerca avanzata, Cerca
  - Footer: Consulta il riepilogo completo delle vendite immobiliari
- Statistics:
  - 23 ANNI di esperienza
  - oltre 60 tribunali in collaborazione
  - oltre 40.000 vendite correnti
  - oltre 2.000.000 vendite pubblicate
- Section: **Vendite in evidenza**

**Right Monitor (Map and Listings):**

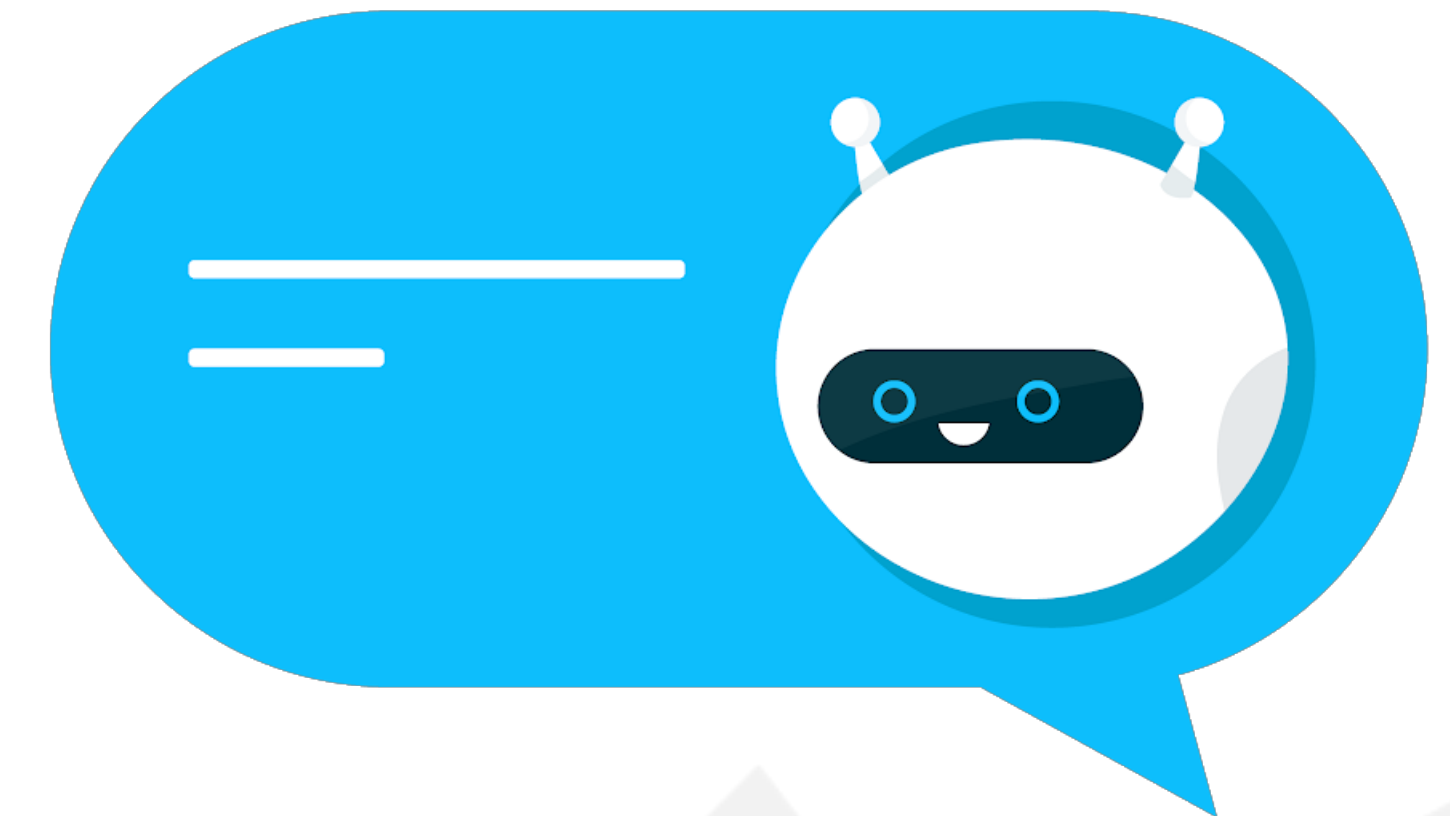
- Header: **ASTE GIUDIZIARIE** Ricerche, Aste giudiziarie, Professionisti, La società, News, Contatti, Accedi/Registrati
- Filters: Immobili residenziali, Tipologie, Roma, Roma, Italia, Prezzo Base (0 € - Oltre 5M €), Altri filtri
- Map: 391 Risultati di cui 371 su mappa e 20 non geolocalizzati. Includes a search button "Estendi la ricerca".
- Listings:
  - APPARTAMENTO** (Via delle Betulle 80, Roma (RM)) - Prezzo Base € 21.500,00 - Da bandire tra meno di 15 giorni - 16/04/2018
  - APPARTAMENTO** (Via Alessandro Nelli, 21/A, Roma (RM)) - Prezzo Base € 24.525,00 - Da bandire tra meno di 15 giorni - 17/04/2018
  - APPARTAMENTO** (Località Borgata Montespaccato - Via Gattinara, 23, Roma (RM)) - Prezzo Base € 28.000,00 - Da bandire tra più di 15 giorni - 20/04/2018
  - APPARTAMENTO** (Via Mattia Battistini, 30, Roma (RM)) - Prezzo Base € 30.400,00 - Da bandire tra più di 15 giorni - 31/05/2018



## COSA SONO I CHATBOT

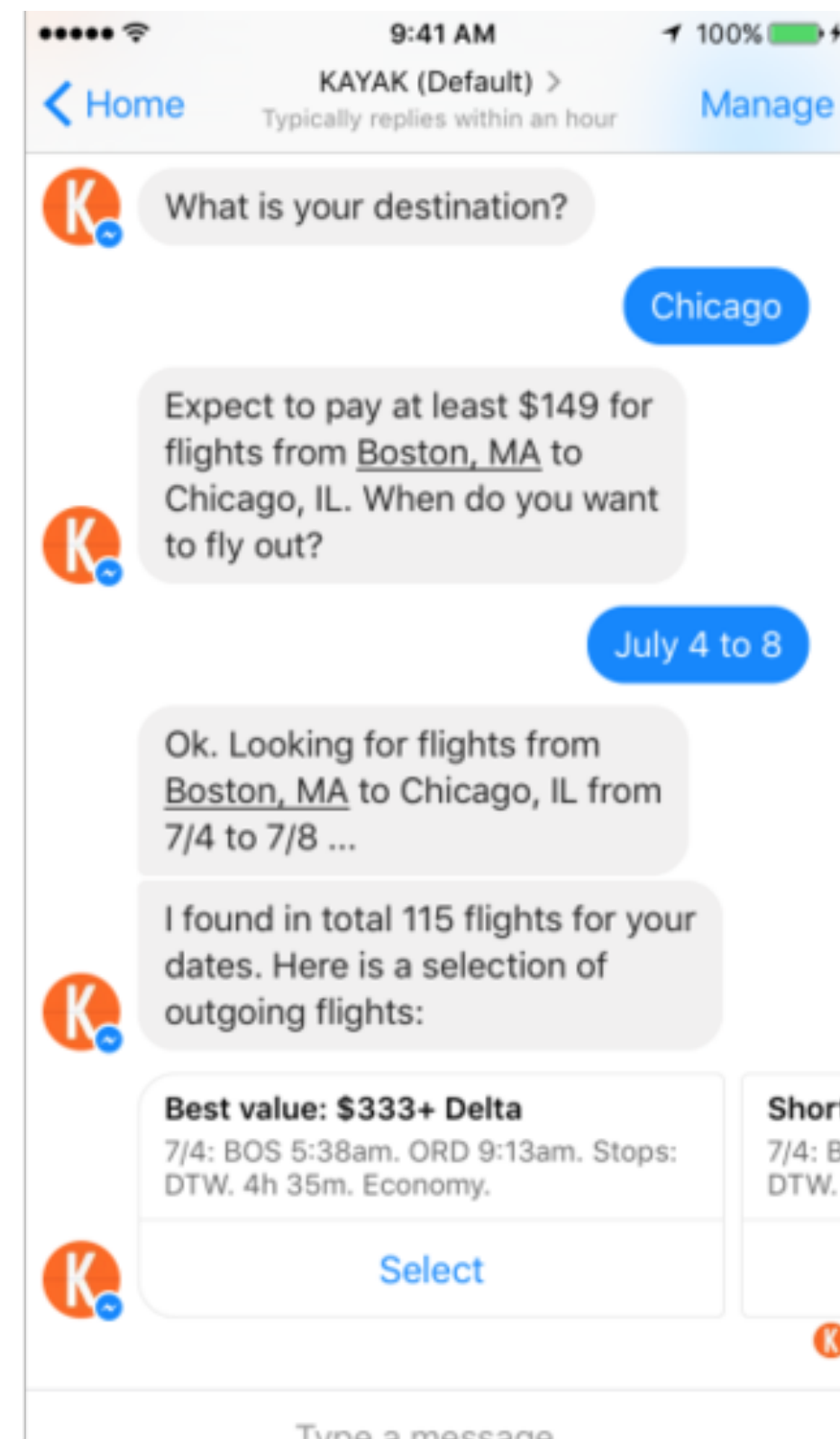
Chatbot deriva dalla contrazione delle parole **chat** e **robot**.

I chatbot sono soluzioni software progettate per **simulare una conversazione con un essere umano**.

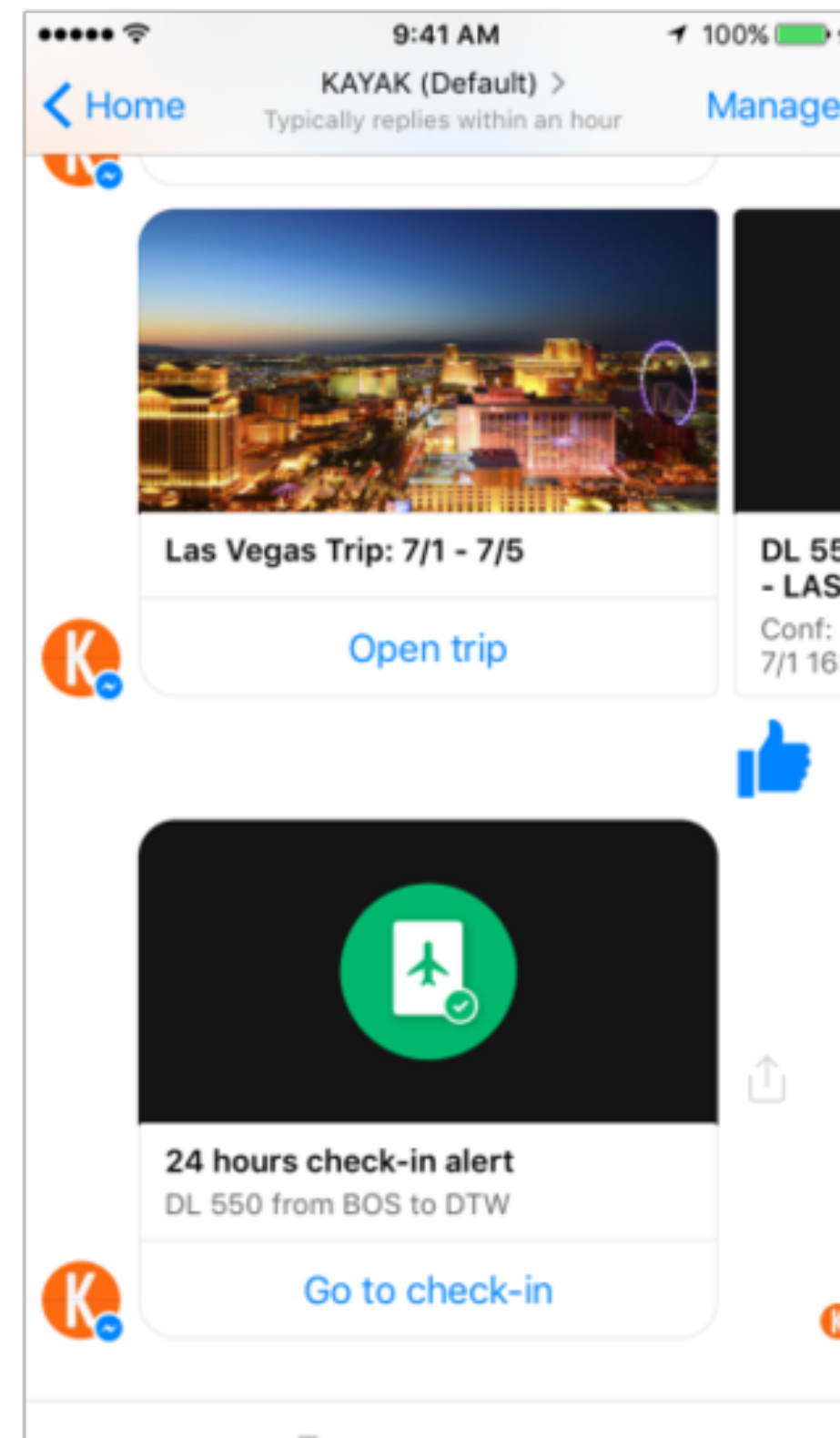




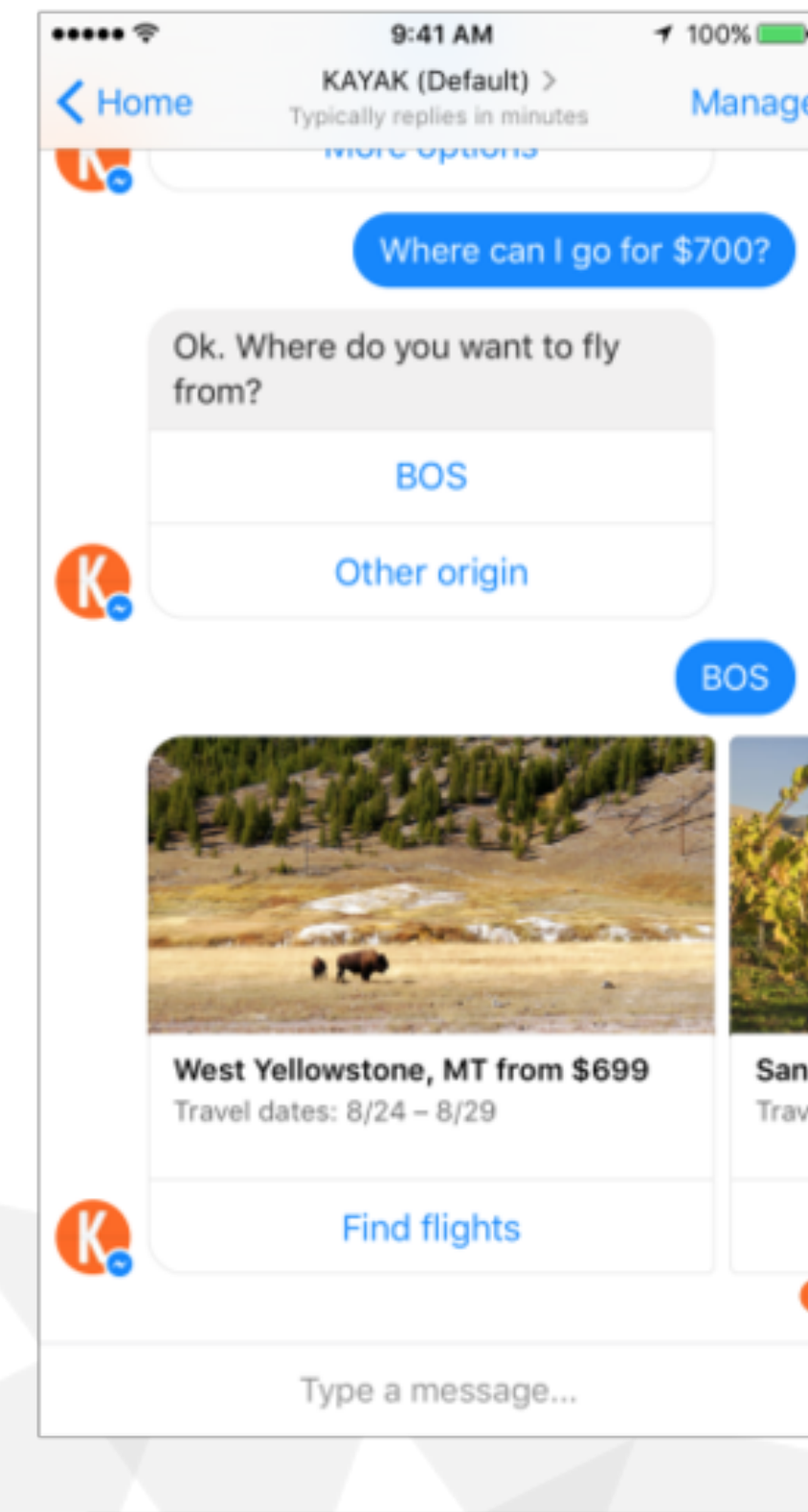
# COSA SONO I CHATBOT



Flight search



Manage your trip



Explore





## DOVE SI TROVANO

**I chatbot sono usati massivamente nelle App di Messaggistica.**

Ma è possibile integrare un Bot in una chat di un sito web o in altri contesti.





## I CHATBOT NON SONO TUTTI UGUALI

Ci sono diverse distinzioni da fare quando parliamo di Chatbot, per semplicità possiamo dire che i chatbot si strutturano su **3 livelli di complessità**.





## 1° LIVELLO: MENU E BUTTON-BASED CHATBOT

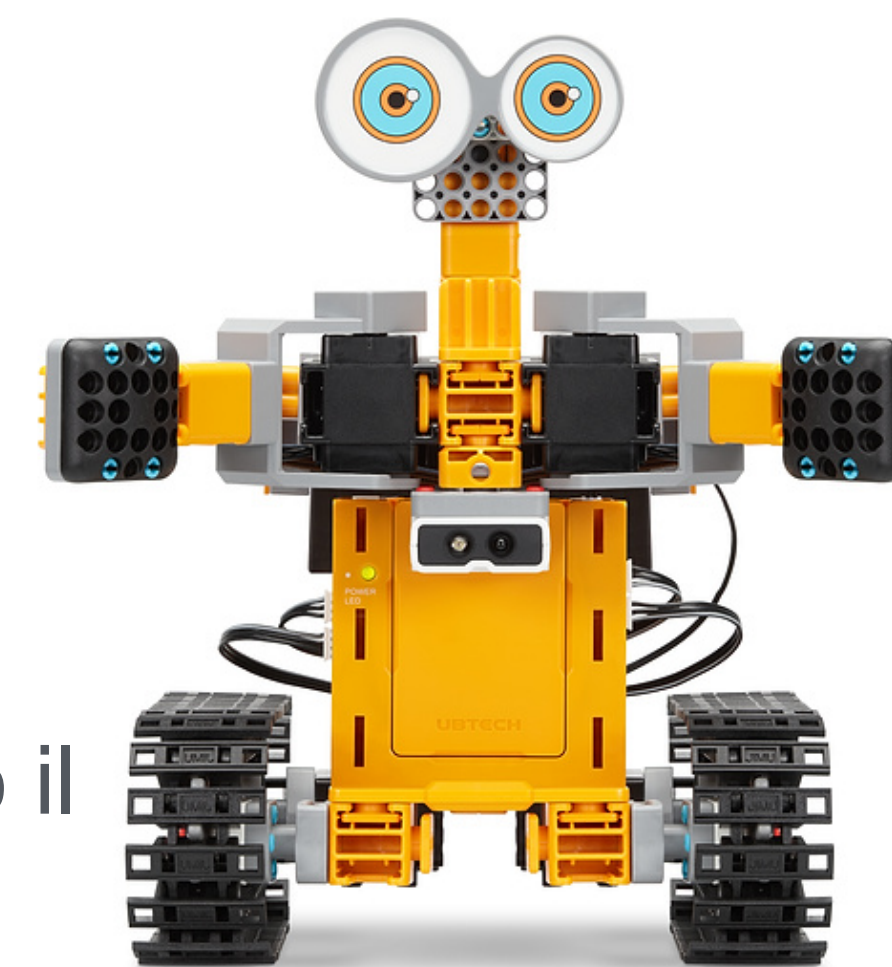
Sono i più semplici, simili ai risponditori automatici a scelta multipla.

## 2° LIVELLO: KEYWORD RECOGNITION-BASED CHATBOT

In questo caso, il bot è in grado di ricevere in input il testo immesso dall'utente e, attraverso il riconoscimento di alcune parole chiave, fornisce la risposta più probabile, di solito una definizione o una istruzione.

## 3° LIVELLO: CONTEXTUAL CHATBOT

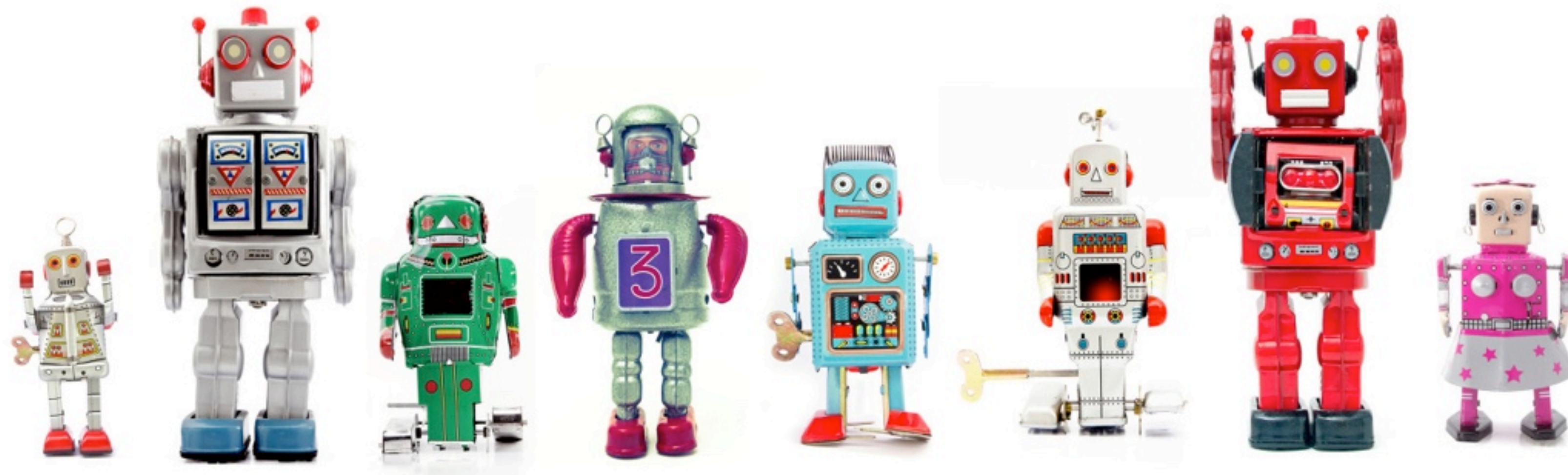
A un livello più alto si trovano i **contextual chatbot**, che utilizzano algoritmi di **intelligenza artificiale e machine learning** e che dunque imparano con il tempo, offrendo un servizio di qualità crescente all'aumentare del numero di problemi risolti e utenti serviti.





## A COSA SERVONO NEL NOSTRO BUSINESS

Ora che sappiamo che cosa sono i Chatbot, il contesto del mercato, le tipologie di chatbot che si possono programmare, veniamo alla parte più importante, **quali benefici possono portare alla mia attività?**





## [1] PRESENZA CONTINUA

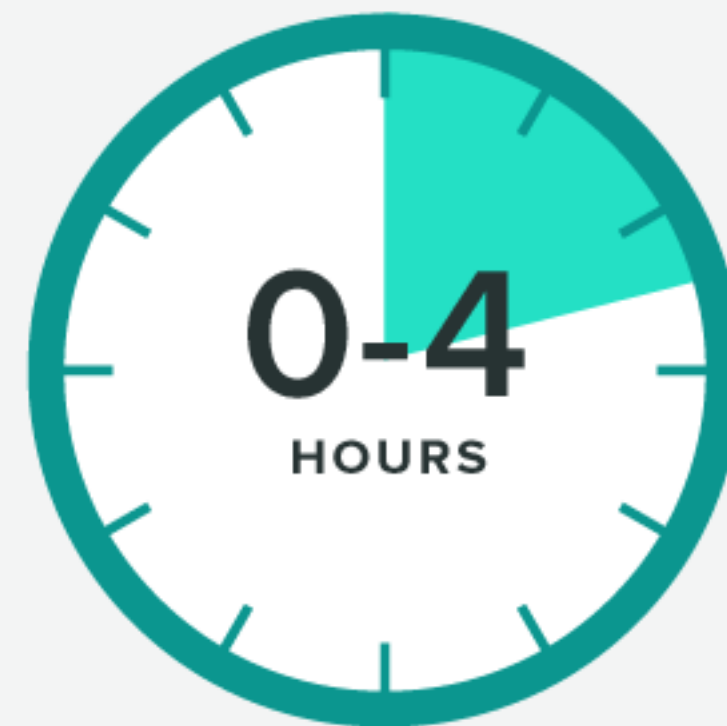
I clienti o potenziali tali sono sempre connessi, così come le vostre strutture, di conseguenza pretendono risposte nel più breve tempo possibile, anche quando i vostri alberghi sono chiusi c'è qualcuno, instancabile (il Bot), che lavora per voi, fornisce risposte, accompagna alla prenotazione, etc.  
(IN TUTTE LE LINGUE CHE VOLETE)





## ASPETTATIVE DELL'UTENTE vs REALTA'

### People's Wait Time Expectation vs. Brand Response Time on Social



CONSUMER  
EXPECTATION

sproutsocial

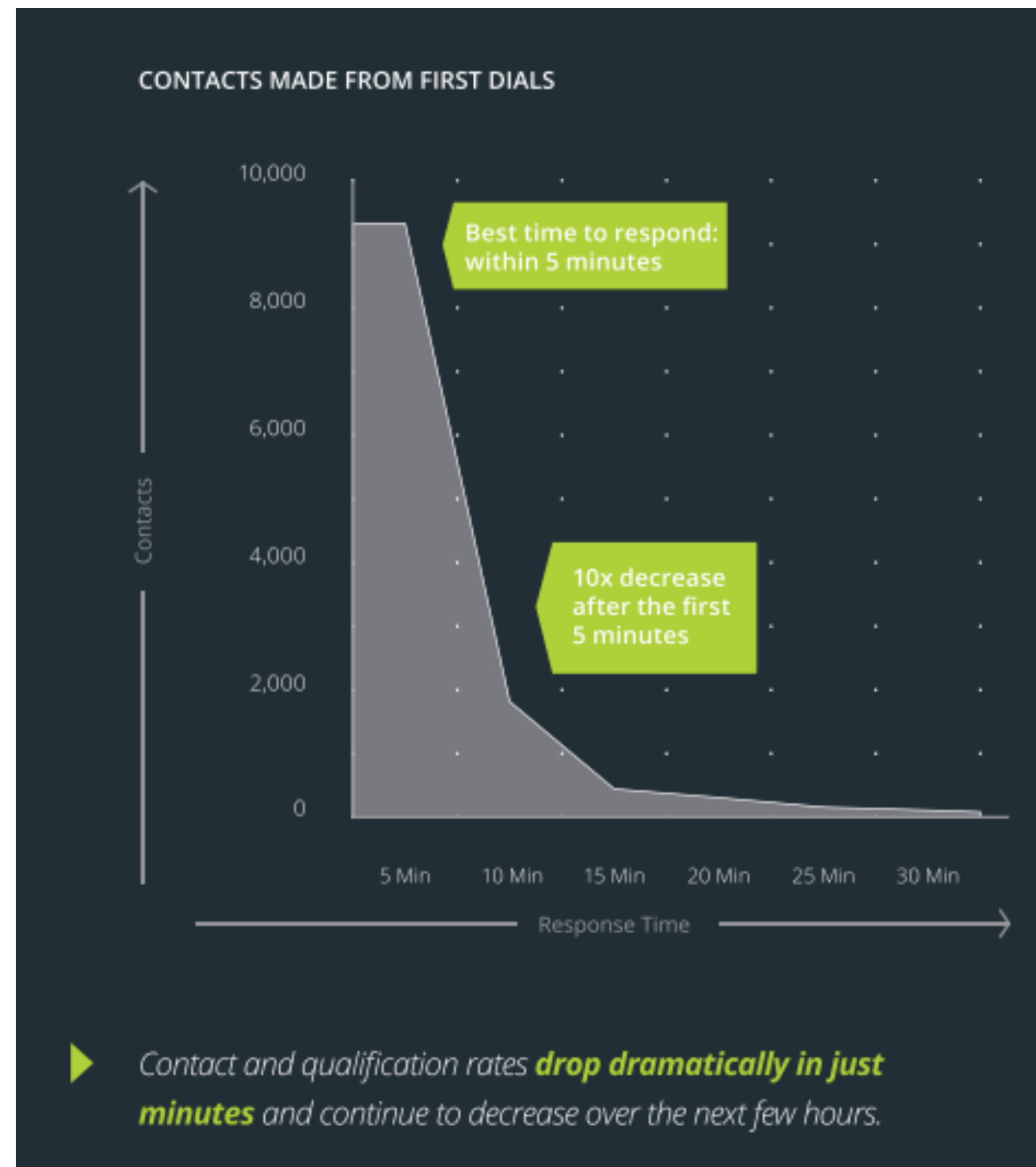


AVERAGE BRAND  
RESPONSE TIME

[sproutsocial.com/index](https://sproutsocial.com/index)



## TASSO DI CONVERSIONE IN BASE AI TEMPI DI RISPOSTA



Dal grafico abbiamo la consapevolezza che rispondere e risolvere i dubbi del cliente velocemente porta a fare più contatti e a concludere più ordini, prenotazioni, ecc.



## [2] RISPOSTE A DOMANDE FREQUENTI

Uno degli utilizzi più comuni del chatbot è proprio quello di creare engagement rispondendo a richieste di assistenza, domande, dubbi in merito alla vostra attività in modo automatico.

SATISFACTION  
TRUST  
ASSISTANCE  
LOYALTY  
SUPPORT  
COMMUNICATION  
FEEDBACK  
SERVICE







## [3] RISPARMIARE RISORSE UMANE PER ATTIVITA' DI MAGGIORE QUALITA'

I Bot non si stancano e non si annoiano a compiere azioni ripetitive. Utilizzare un bot quindi fa risparmiare tempo e risorse che possono essere meglio utilizzate per attività più complicate, ti consente infatti di dedicare le tue energie agli ospiti che stanno soggiornando nella tua struttura, per dare loro la migliore esperienza di soggiorno.





## [4] INCREMENTARE LA LOYALTY

Pre-programmando il chatbot, è possibile assistere il turista per tutta la sua permanenza:

1. Creando dei promemoria prima che arrivi
2. Suggestire attività e punti di interesse nei dintorni
3. Suggestire mezzi di trasporto e informazioni una volta in loco
4. Inviare un questionario sulla soddisfazione del cliente

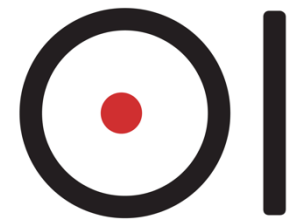




## [5] MIGLIORARE CUSTOMER EXPERIENCE & ENGAGEMENT

Ancora, i bot possono essere programmati affinché si riferiscano a target mirati di utenti, proponendo esperienze personalizzate. Ad esempio, a seconda dell'**età**, del **sex**, dei **principali interessi**, possiamo costruire un percorso alternativo pur avendo un obiettivo unico.





## [6] OTTENERE PIU' PRENOTAZIONI

- Semplificare e ampliare le potenzialità del sito web
- Guidare la prenotazione
- Possibilità di up-selling e cross-selling
- Possibilità di pagamento integrato nella chat





## [1] BEST PRACTICE

Iniziare con dividere il flusso in 2 parti distinte sin dall'inizio:

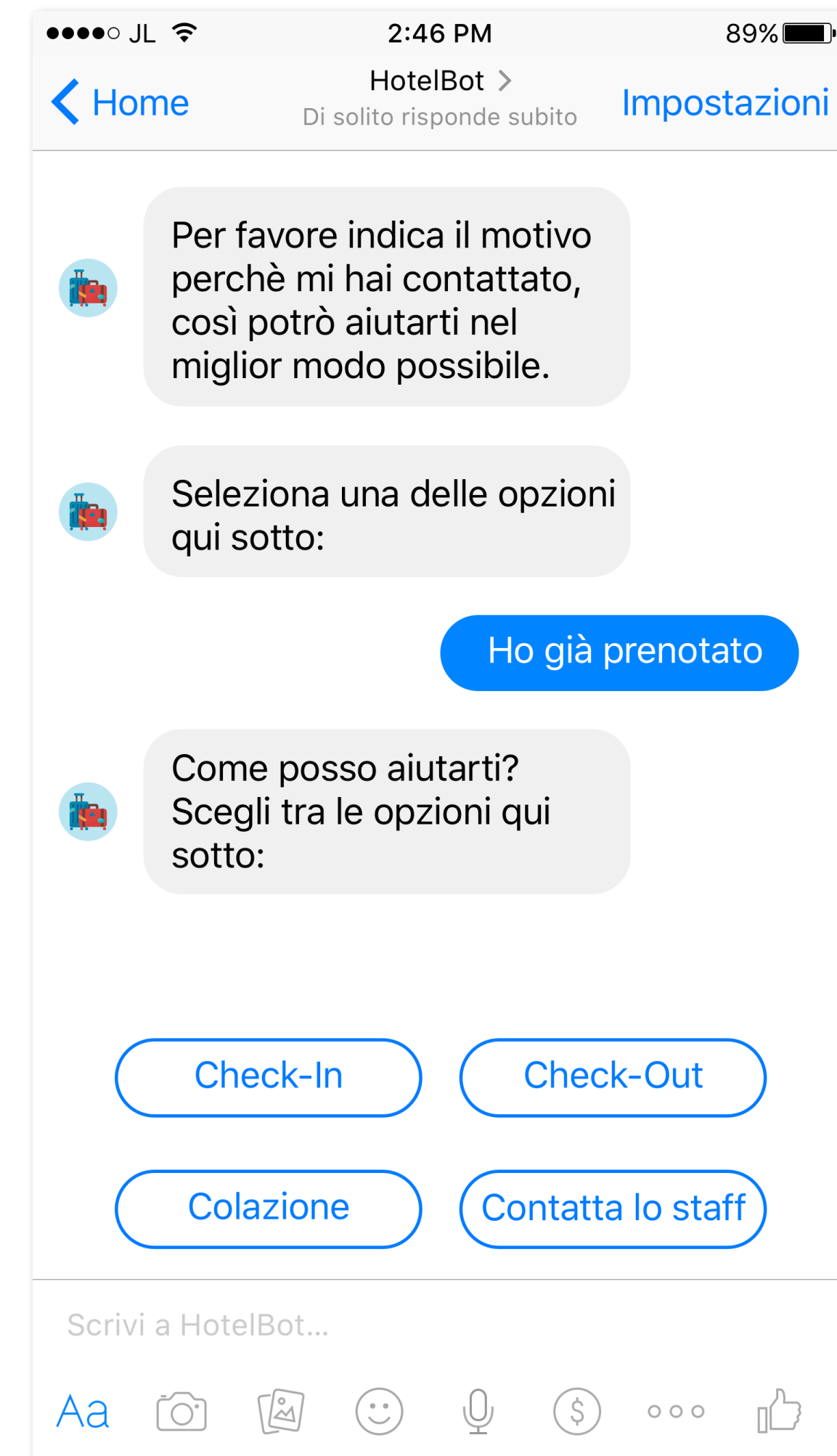
1. **Persone che vogliono controllare Disponibilità e Prezzi**
2. **Tutto il resto**

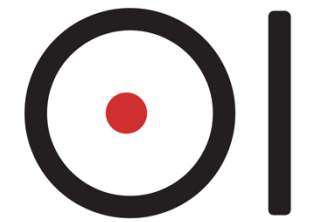




## [2] BEST PRACTICE

Dare sempre la possibilità di passare dal chatbot ad un contatto umano





## [3] BEST PRACTICE

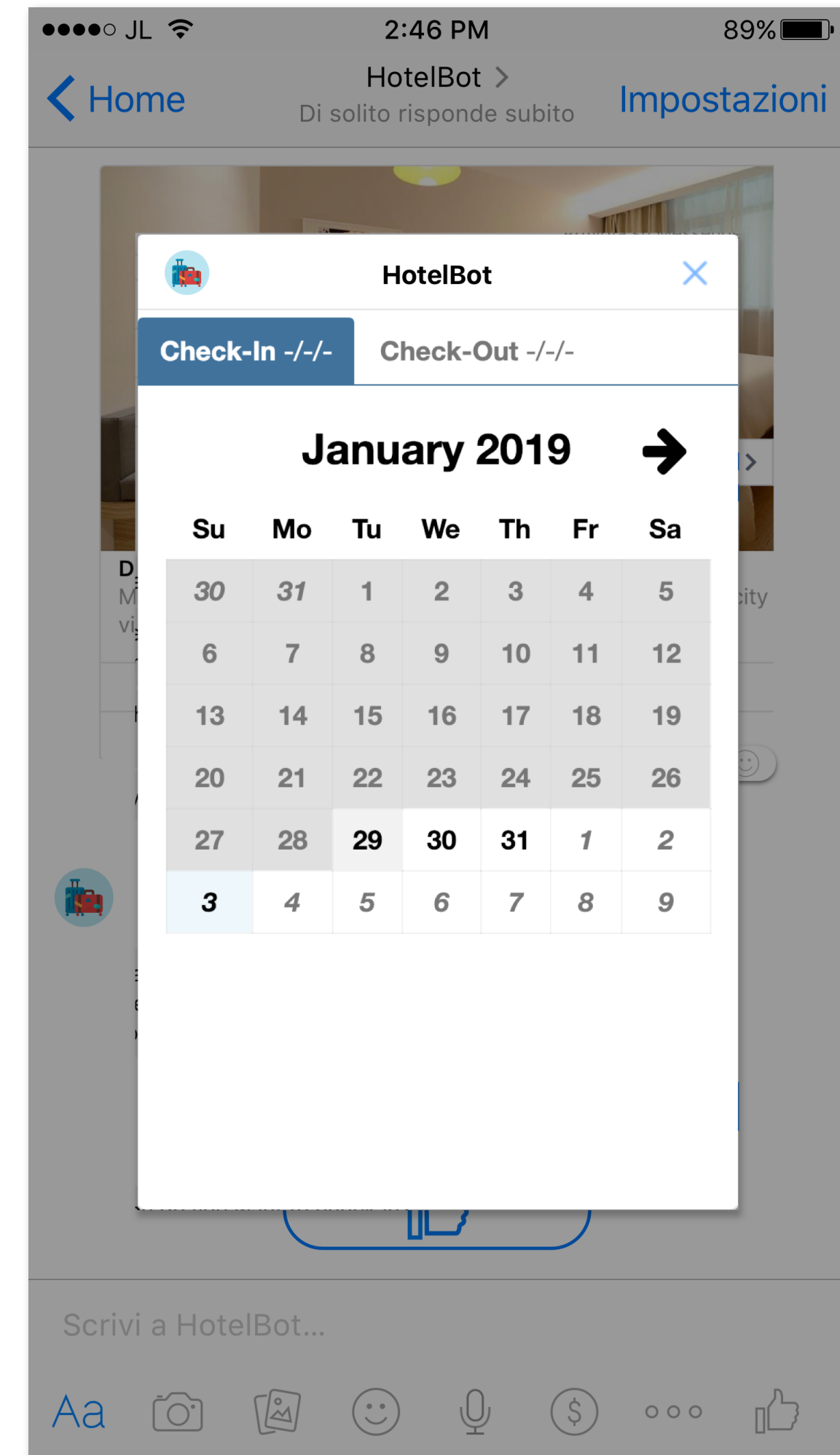
Inserire delle Emoji in alcuni passaggi per rafforzare alcune scelte





## [4] BEST PRACTICE

Non tutto è facilmente comprensibile in un contesto come quello della chat, alcune scelte è meglio farle con degli elementi più confortevoli per l'utente, ad esempio i form.







## [5] BEST PRACTICE

Coinvolgere nuovamente gli utenti, sia quelli che hanno soggiornato presso le vostre strutture, sia quelli che hanno visitato il vostro chatbot nelle ore, nei giorni o nelle settimane precedenti e non hanno effettuato la prenotazione.





## LA STRATEGIA

Quello che guida la strategia è la **soddisfazione del cliente**.

Bisogna essere capaci di tenere al centro la persona e di usare la tecnologia al servizio della soddisfazione degli utenti, prestando attenzione alla facilità d'uso, ma anche alla **qualità dell'esperienza offerta e alle sensazioni che queste interazioni suscitano**.

Il valore della relazione con gli utenti difficilmente può prescindere totalmente della presenza umana e, se trascurato, rischia di portarci solo problemi e pessimi risultati. Ci sono attività che non possono essere svolte dai bot, così come non è minimamente pensabile eliminare totalmente la componente umana.

Gli esempi più virtuosi prevedono infatti un'intelligente **convivenza tra bot e personale umano**: l'uno propone servizi automatizzati, l'altro interviene su questioni che vanno al di là della macchina.

**Perché come sempre la tecnologia dev'essere un mezzo, non il fine.**





Luca Finocchiaro- Oimmei Srls

[www.oimmei.com](http://www.oimmei.com)

# dé Digital 4.0

Le realtà partecipanti:

