

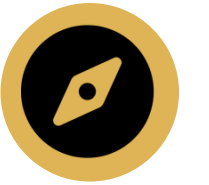
Ascoltare **Alt**ivamente

Ascolto Attivo del cliente per generare nuove opportunità e fidelizzare

Intelligenza Artificiale e Intelligenza Emotiva al servizio della Voce del Cliente.

Fabio Di Giulio - Luca Rossini





Filosofia

La missione: tecnologia e persone, insieme, al servizio della Customer Experience — per rendere ogni interazione con i brand del Gruppo più semplice, personalizzata e di maggior valore.

Ogni soluzione parte da un problema concreto sul campo — un ticket che si perde, una chat senza risposta, un dato sparso tra CRM e corriere — e da lì costruisce automazione su misura, non tecnologia in cerca di un uso.

Automazione pragmatica

Si parte dal processo esistente, non dalla tecnologia. Ogni workflow AI sostituisce un passaggio manuale specifico e misurabile.

Innovazione guidata dal business

Le priorità nascono dai problemi dei brand e degli account, non da una roadmap tecnologica astratta.

Cultura interna

L'AI Lab lavora anche come leva culturale: un approccio più sperimentale e orientato al miglioramento continuo dentro GGF.

2025: Il valore della conoscenza in azione



Il **Knowledge Management** trasforma **le conversazioni** in insight utili per persone e processi.



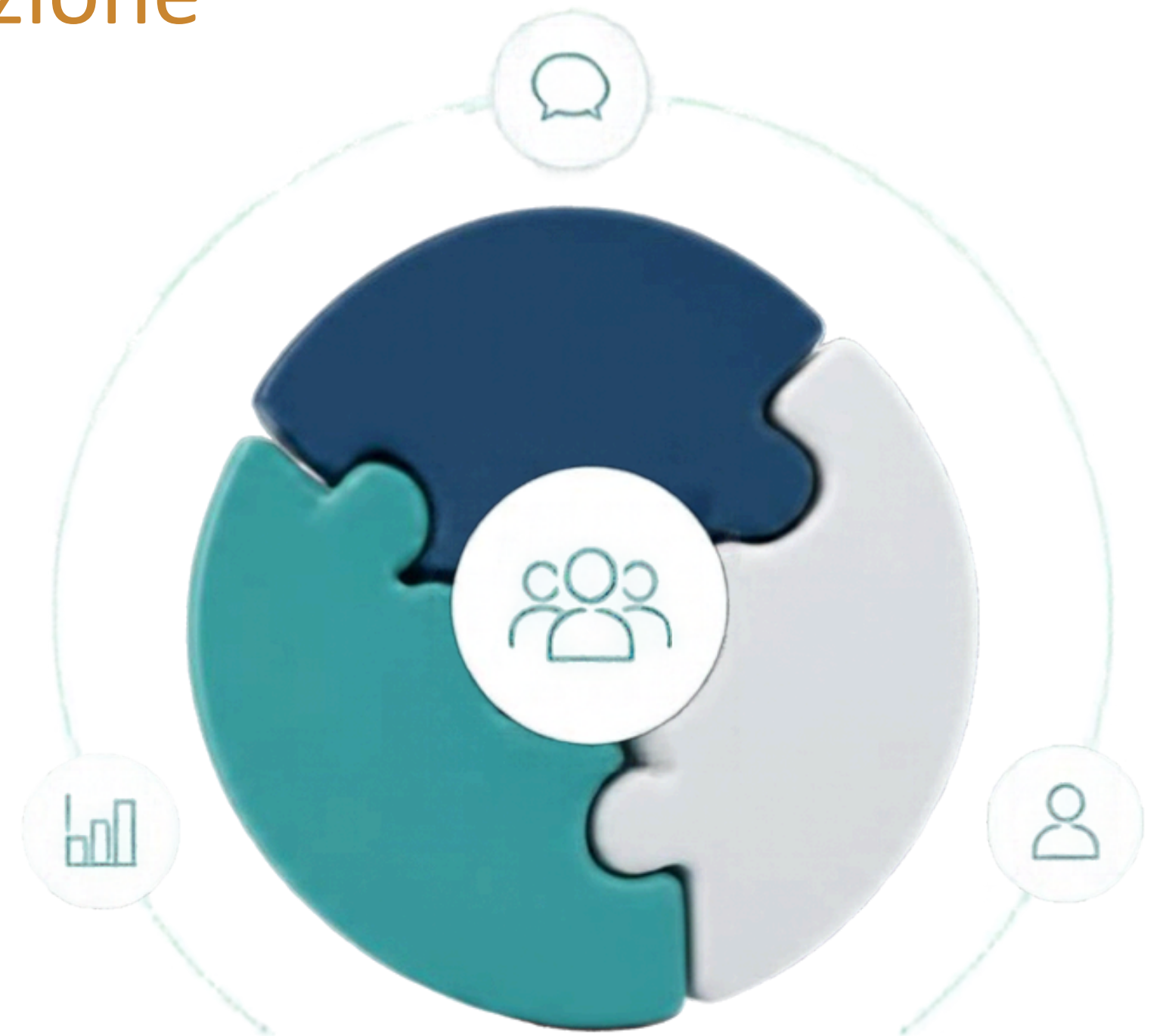
Rileviamo **pattern emotivi** e opportunità di miglioramento



Ottimizziamo **terminologia**, **tone of voice** e **strategie comunicative**



Miglioriamo in modo misurabile la **customer experience** e la **qualità percepita**



Una conoscenza condivisa e applicata costruisce valore sostenibile.

2026: Ogni conversazione contiene **valore**.

Online e offline, scritta o vocale: se interpretata bene, diventa valore per l'azienda e per il cliente stesso.



Conversazioni

online · offline · scritte · vocali



AI + Intelligenza Emotiva

bisogni, intenti, sentiment, segnali deboli



Voce del Cliente

conoscenza strutturata, subito utilizzabile

Il modello «Ascoltare **AI**tivamente»

Quattro ingredienti per trasformare la Voce del Cliente in conoscenza strutturata



Intelligenza Artificiale

bisogni, intenti, segnali deboli



Analisi dei dati

indicatori e insight



Knowledge Base

conoscenza condivisa



Competenze umane

Intelligenza Emotiva



Voce del Cliente

conoscenza strutturata e
subito utilizzabile

Ascolto passivo



Ascolto continuo, intelligente e proattivo

Non solo ciò che il cliente ha detto: anche dove l'organizzazione dovrebbe intervenire.

Dalla conversazione all'azione

Dalla conversazione al dato, dal dato all'insight, dall'insight all'azione



Operations

Principali cause di contatto e aree di miglioramento



Marketing & Sales

Nuovi bisogni e nuove opportunità da intercettare



Management

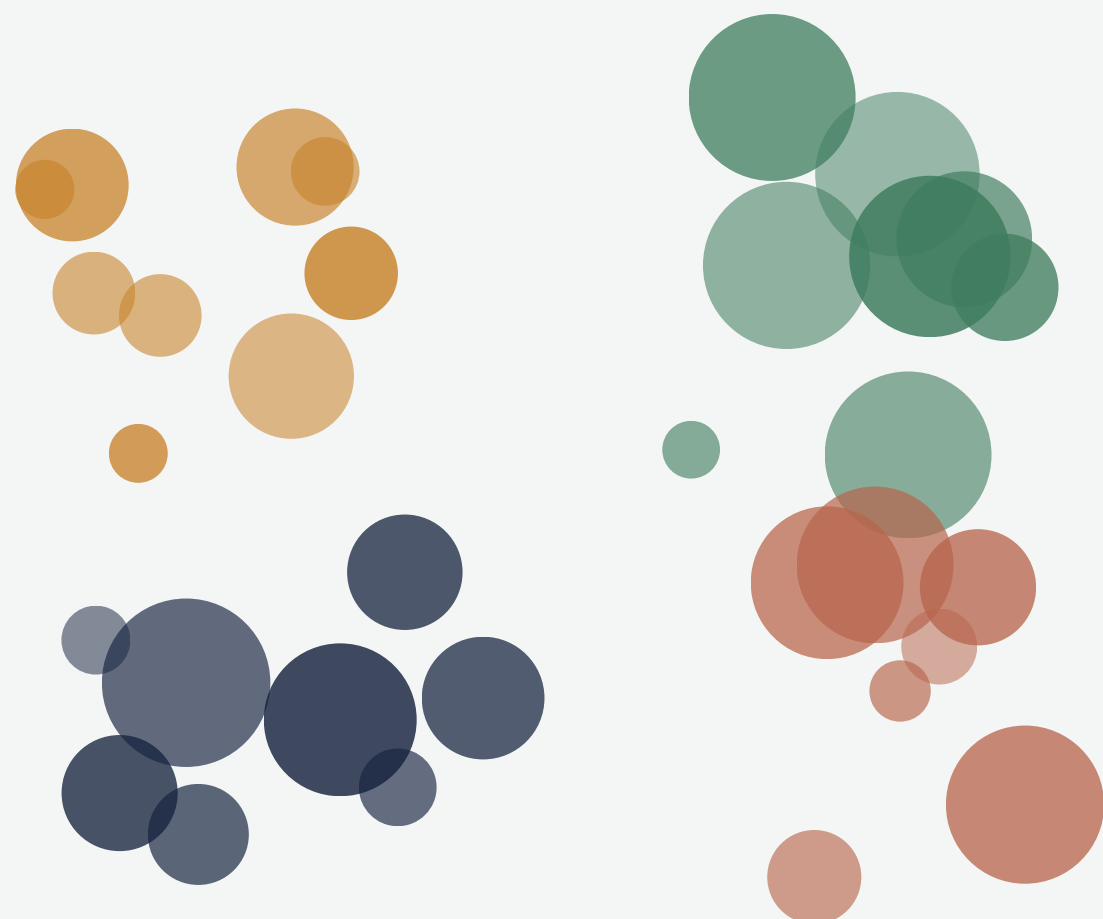
Evoluzione trasversale della Customer Experience

La Customer Experience non è solo una dimensione da misurare, ma una variabile su cui intervenire in modo strutturato e continuo.

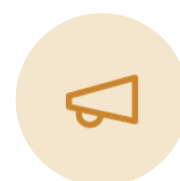
Cluster dinamici, azioni più pertinenti

Non solo anagrafica e transazioni: comportamento, esigenze espresse, qualità della relazione

ESEMPIO ILLUSTRATIVO



Azioni attivate nel momento e con il contenuto più appropriato



Outbound

Campagne LM mirate sul target



Inbound

Opportunità durante la chiamata



Retention

Presidio dei clienti a rischio



Fidelizzazione

Interventi più pertinenti



Cross-selling

Nuovi bisogni intercettati

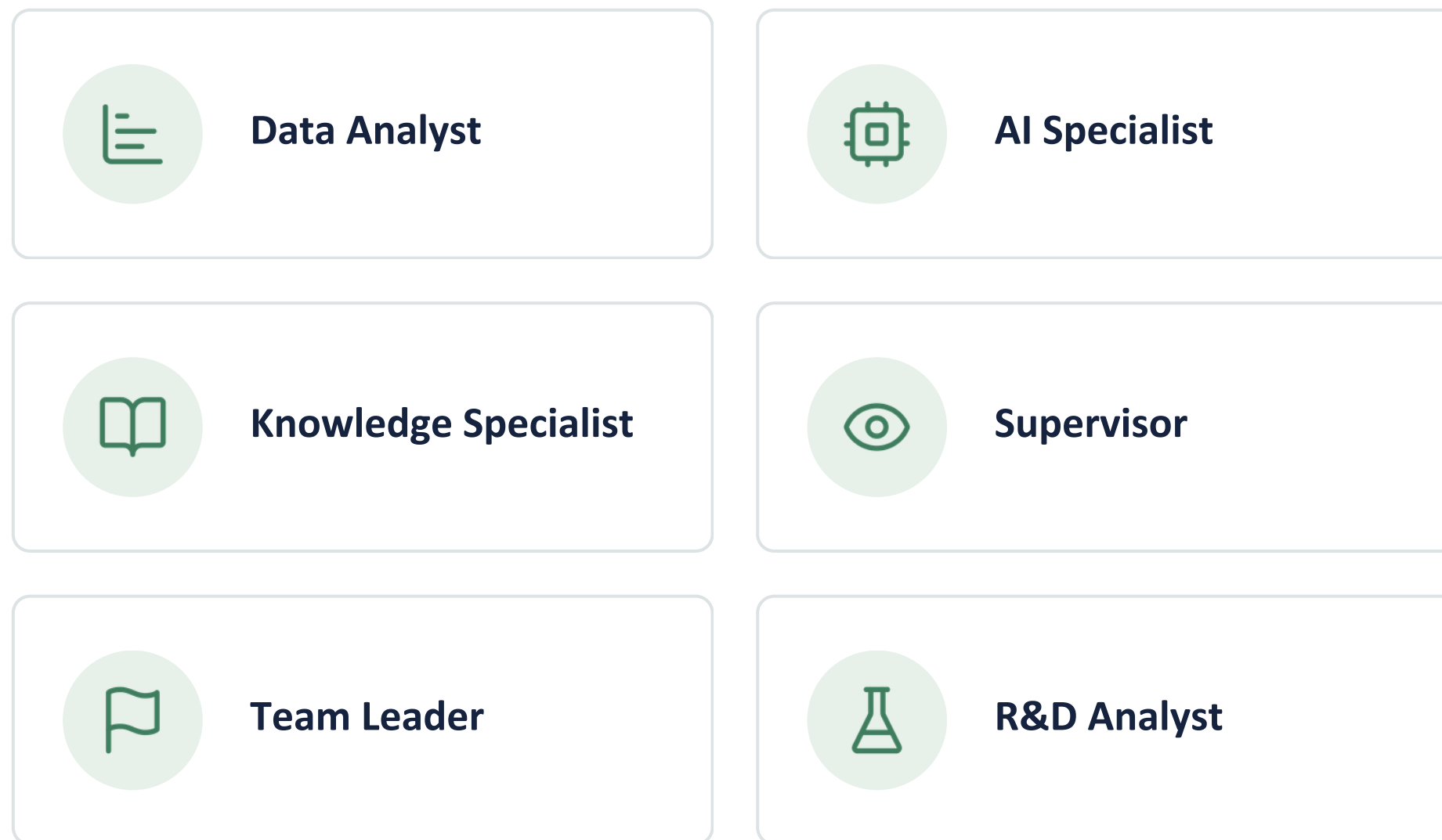


Up-selling

Offerta al momento giusto

Human + AI: nuove figure, un solo processo

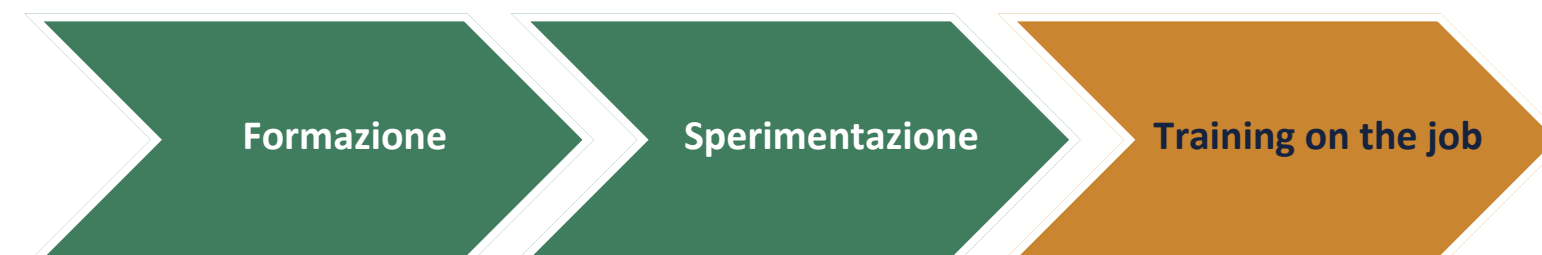
Competenze tecnologiche, analitiche, linguistiche e operative nello stesso flusso di lavoro



Tecnologiche · analitiche · linguistiche · operative



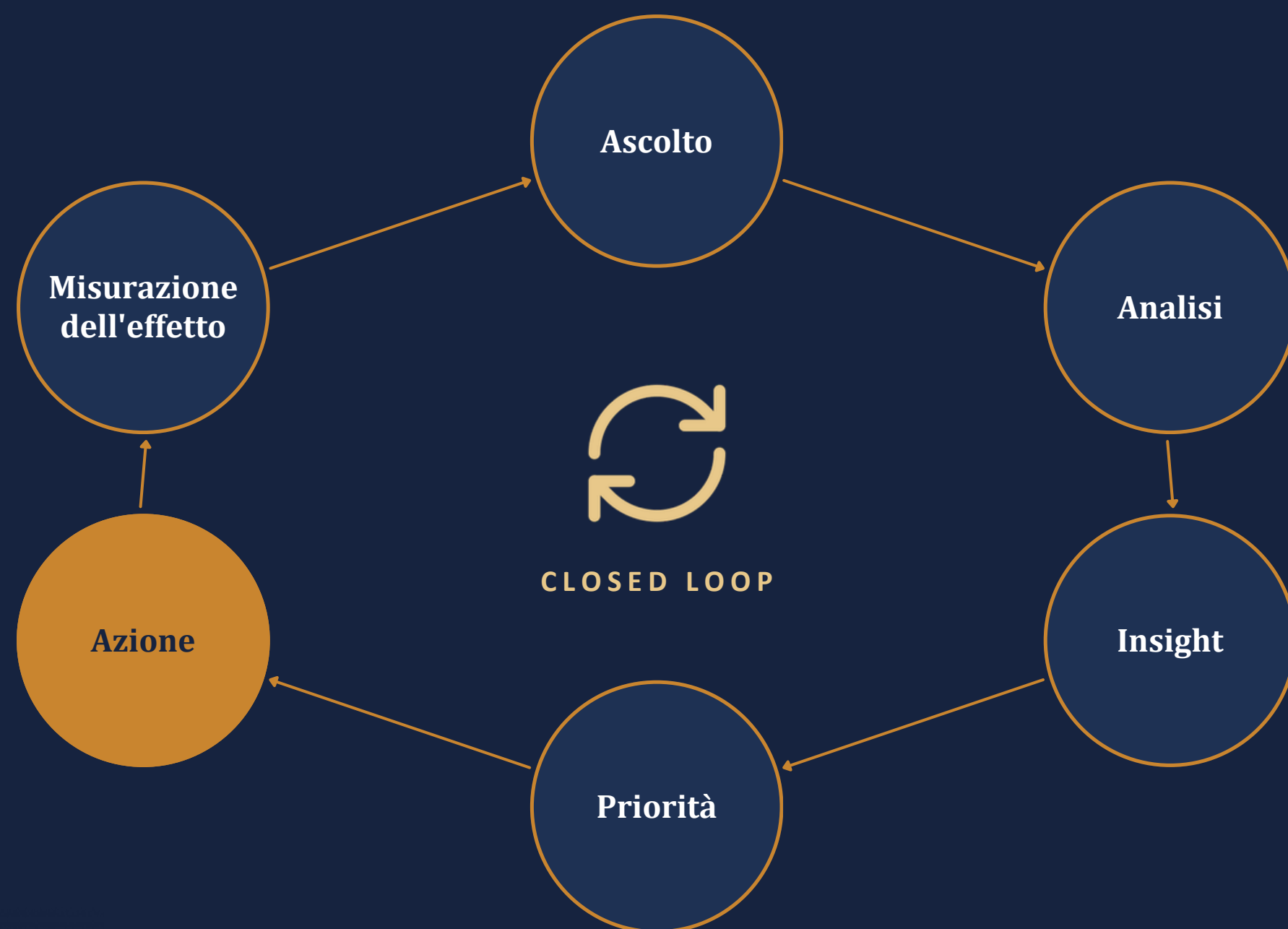
COME SI SONO FORMATE



direttamente su dati e conversazioni reali

Un KPI vale se genera una decisione

Un ciclo chiuso: dall'ascolto alla misurazione dell'effetto



PIATTAFORMA PROPRIETARIA GGF

Un ambiente decisionale, non un semplice report

Dashboard

Filtri

Query

Segmentazioni

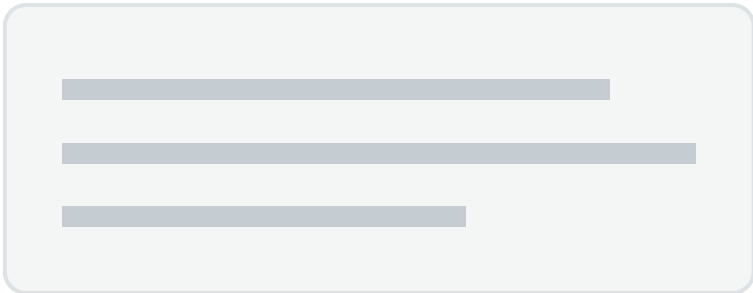
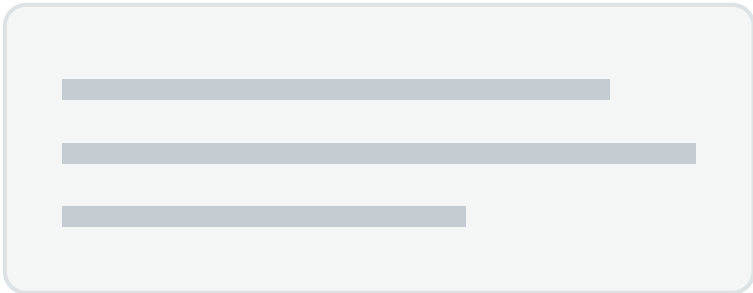
Retrospettivo

Predittivo e proattivo

Dal linguaggio del cliente agli indicatori

L'AI è il ponte tra Voce del Cliente e Business Intelligence

DATO DESTRUTTURATO



scritto o vocale, difficile da confrontare

AI • ANALISI SEMANTICA

-  Argomenti e motivi di contatto
-  Intenti espliciti e impliciti
-  Sentiment e tono
-  Soddisfazione e insoddisfazione
-  Livello di coinvolgimento
-  Propensione all'abbandono
-  Opportunità commerciali

INDICATORI PROPRIETARI

-  Sentiment Score
-  Tone of Voice Index
-  Customer Satisfaction Score
-  Net Promoter Score
-  Opportunity Index
-  Engagement Index
-  Retention & Anti-Churn Index

Una conversazione diventa una fonte di conoscenza misurabile.

Innovazione e sicurezza: un solo modello

Una governance chiara del patrimonio informativo



ISO/IEC 27001

Sistema di Gestione per la Sicurezza delle Informazioni



Controllo degli accessi



Tracciabilità



Profili autorizzativi



Integrità e disponibilità

Integrazione controllata delle fonti

Ciclo di vita del dato governato

Accesso solo ai dati necessari al ruolo

L'AI genera valore solo quando il dato è affidabile, protetto, tracciabile e governato.

Cosa è cambiato in GGF Group

Il nuovo modello integrato di Knowledge Management, oltre a ottimizzare la fruibilità delle informazioni, ha permesso di:



Definire un nuovo modello organizzativo



Gestire e condividere dinamicamente conoscenza e processi



Sviluppare nuove competenze



Creare nuove figure professionali, con massimo engagement



Potenziare il self-caring multicanale e multimodale



Rafforzare la partnership con i Clienti



Ascoltare per crescere. Insieme ai nostri Clienti.

Conversazione → Dato → Insight → Azione

Riconoscimenti CMMC 2026 · Categoria Data & AI

Fabio Di Giulio - Luca Rossini

AI Lab · GGF Group

