

Start-Up: LIFEdata

Progetto:

One-Stop Service e WhatsApp Banking Banca MPS con Officina MPS

Problematica Banca MPS

Banche, assicurazioni e servizi finanziari ora si trovano ad un bivio. Con l'avvento della normativa PSD2 (Open banking), devono trovare il modo di svolgere un ruolo centrale nella vita quotidiana del cliente al fine di mantenere opportunità di cross-selling oppure dovranno accettare un nuovo ruolo, in qualità di fornitore di servizi white label di servizi finanziari.

Officina MPS per conto di Banca MPS si è messa alla ricerca di soluzioni che potessero migliorare la user experience del cliente omnicanale dell'istituto con due driver:

Dati: soluzioni dedicate all'arricchimento del patrimonio informativo della Banca per migliorare la comprensione dei bisogni della clientela e lo sviluppo di nuovi servizi

Ecosistemi digitali: servizi per ampliare l'offerta della Banca e rispondere alle esigenze a "tutto tondo" dei clienti privati (es. salute, mobilità, casa, ...).

In aggiunta, le esigenze portate dal Coronavirus hanno portato a ripensare le modalità di accesso e servizio, anche per la ripresa post lockdown, con supporto aumentato al lavoro remoto dei gestori ed alle relazioni gestore/cliente.

Soluzione tecnologica

La soluzione tecnologica si basa sul SaaS proprietario di LIFEdata, una soluzione di intelligent business operations management, che fa ampio uso di Voce e Instant Messaging per facilitare l'accesso ai processi di business. La soluzione si basa su un middle layer con un'architettura event-driven resa disponibile in private cloud AWS, localizzazione Europa, con le ridondanze tipiche dei processi mission-critical.

Fase 1

Obiettivo: Trasformare il sito web MPS.IT in un digital information hub accessibile per gestire le relazioni online e offline con clienti, collaboratori e stakeholder via WhatsApp e Alexa

Il portale web dell'istituto, gestito con un CMS di mercato, è stato trasformato quasi integralmente dal motore semantico della piattaforma LIFEdata in una riclassificazione nativa in linguaggio naturale. Il sito include 5 applicazioni verticali (Apri conto corrente-Vendita online, Trova filiale, Calcola rata, Fissa appuntamento, Configuratore

assicurazione) che hanno richiesto un setup manuale di alcuni giorni. Il risultato è un virtual agent che aggiunge al sito una gestione facilitata delle azioni di utilità per il cliente.

Fase 2

Obiettivo: Evoluzione customer-centric con consultazione saldi conto e dettaglio operazioni via WhatsApp, Alexa e Voice Web, sfruttando le open banking API. Attività informativa e gestione carte Omnichannel.

La seconda fase sfrutta le Open API semi-pubbliche per una gestione nativamente customer-centric, omni-channel che consente la gestione intuitiva Touch, Text and Talk con Voice web, mobile apps, Alexa, WhatsApp Business API, Facebook Messenger, Google Home e Assistant del rapporto di consultazione di un correntista. La gestione customer-centric cross-channel è nativa della tecnologia LIFEdata.

Fase 3

Obiettivo: Augmented Remote Collaboration Cliente/Gestore a supporto di Smart Working e Business Continuity

Progetto di implementazione

Il sistema dell'istituto ha un'organizzazione stratificata nel tempo, con interlocutori e tecnologie diverse. La complessità principale è stata nel raggiungere il coordinamento di tempi/modi nella maniera più efficiente possibile, considerato che la soluzione tecnologica soddisfaceva la maggior parte dei requisiti out-of-the-box.

Il progetto ha visto una prima fase di website enrichment con richiesta di integrazione molto limitata ai sistemi aziendali per velocizzare l'implementazione. Allo stesso tempo, abbiamo dovuto implementare la piattaforma su un private cloud compatibile con le specifiche dell'istituto. Durata fase 1: Circa 6 settimane

La fase 2 ha richiesto il coordinamento su API semi-pubbliche esistenti e rilascio di un set di API di Open banking per la consultazione del dettaglio operazioni. L'istituto ha richiesto la valutazione di una migrazione on-premises, considerando la dipendenza da canali di comunicazione di terze parti e l'utilizzo della voce. Durata fase 2: Circa 12 settimane

Principali benefici raggiunti dall'azienda o pubblica amministrazione utente

- Maggiore efficienza nella gestione delle richieste
- Automazione customer service primo livello
- Maggior accesso dei clienti alle risorse digitali dell'azienda
- Integrazione risorse digitali ed informative esistenti con gestione post Covid-19 nel mondo fisico

Elementi distintivi e di reale innovatività/originalità della soluzione, anche con riferimento a soluzioni «concorrenti»

La soluzione copre le principali esigenze di digitalizzazione end-to-end dei processi per l'evoluzione a Intelligent Enterprise. Una piattaforma AI no-code che unifica le fonti di dati alla base del knowledge aziendale per usare il "Sapere" aziendale quale guida autonoma di processi B2B, commerce e smart working.

- Plug & play con le applicazioni enterprise Salesforce, Microsoft, Google, Hubspot e Oracle
- Unifica le varie fonti di dati, documenti, knowledge, interazioni in azienda
- Individual-centric
- Orchestra in uno il journey omni-channel
- Setup automatico.