

“Intelligenza artificiale: sì ma per cosa?” L’innovazione di Nuance porta il futuro nella quotidianità reinventando la relazione tra persone e tecnologia

Le nuove frontiere guardano all’intelligenza artificiale conversazionale per gestire attività più complesse e vantaggiose attraverso conversazioni reali. Lo stato dell’arte e le prospettive di questa tecnologia in ambito automotive, smart home e customer service

Milano, 10 novembre 2017 – Sebbene il termine *intelligenza artificiale* abbia guadagnato popolarità negli ultimi anni grazie all’evoluzione tecnologica che ha coinvolto direttamente i consumatori attraverso i dispositivi che utilizzano nella loro quotidianità, c’è ancora molta confusione su quale sia il concetto alla sua base e cosa realmente implichi. Per fare chiarezza in questo scenario, [Nuance Communications, Inc.](#) (NASDAQ: NUAN) ha presentato ieri a Milano la propria vision sul tema intelligenza artificiale (IA), mostrando nel concreto - con demo e simulazioni di situazioni reali - come questa tecnologia capace di emulare i processi dell’apprendimento umano applicata a importanti mercati verticali può migliorare la vita delle persone, rendendole più produttive, efficienti e soddisfatte.

Spesso quando si parla di IA si pensa a soluzioni vocali quali gli assistenti vocali presenti sugli smartphone o a traduttori automatici, associando erroneamente l’intelligenza alla comunicazione e considerando la voce il canale di comunicazione primario. Tuttavia, l’intelligenza artificiale prescinde dall’aspetto relazionale e si focalizza sulla capacità di emulare i processi di apprendimento umano, cosa considerata impossibile fino a pochi anni fa. Inoltre, grazie alla tecnologia di *deep learning* alla base dell’IA, le macchine continuano ad apprendere nel tempo processando enormi quantità di dati, migliorando così progressivamente le proprie prestazioni e le capacità di comprensione.

In questo scenario, Nuance rappresenta uno dei principali attori mondiali nella ricerca e nello sviluppo di sistemi di intelligenza artificiale, pioniera in questo settore fin dall’inizio degli anni ’90, applicando il deep learning a tutte le tecnologie sviluppate dall’azienda, compreso riconoscimento vocale per il customer care, automotive, healthcare, smart home.

L’IA di Nuance per l’automotive: una guida in totale sicurezza

Fin dal suo esordio nello sviluppo di soluzioni di intelligenza artificiale, il settore automotive è stato per Nuance uno dei principali mercati verticali, partendo nel 1996 con il lancio di Linguatronic Mercedes – una soluzione di dettatura di numeri telefonici di nicchia, integrata solo sul modello top di gamma Classe S – fino ad arrivare oggi a servire praticamente tutti i brand automobilistici a livello globale con un vero e proprio Assistente Automotive e contare oltre 180 milioni di veicoli che integrano soluzioni firmate Nuance.

L’Assistente Automotive è un assistente personale simile a quello presente sugli smartphone che, non solo è consapevole di essere su un’automobile e può sfruttarne, quindi, le potenzialità per consentire al conducente di svolgere in totale sicurezza attività potenzialmente pericolose – come leggere o scrivere messaggi – ma impara ad anticipare i desideri degli utenti con l’esperienza, in quanto ne conosce progressivamente gli interessi, i gusti e le abitudini.

[Dragon Drive](#) – la piattaforma di Nuance per l’automobile connessa basata su intelligenza artificiale (AI) – è stata recentemente arricchita con maggiori funzionalità di conversazione e cognitive per offrire a chiunque sia in macchina – conducenti e passeggeri – la possibilità di attivare richieste in termini di navigazione, musica e informazioni, oltre alle diverse funzionalità dell’auto, tramite il solo utilizzo della voce: non è più richiesto,

infatti, pronunciare frasi ad hoc o premere pulsanti appositi. Inoltre, Dragon Drive amplia anche l'interoperabilità *car-to-home* e *home-to-car* per le case automobilistiche dando loro la possibilità di offrire funzionalità personalizzate all'interno dei veicoli in grado di controllare e interagire con i sistemi e le applicazioni di smart home.

“Oggi ognuno di noi vuole replicare, in auto, le abitudini della propria vita quotidiana, come a casa. Oggi Nuance rende tutto questo possibile e sicuro: come leggere ed inviare SMS ed email, selezionare la canzone preferita dall'impianto audio o controllare i risultati della nostra squadra del cuore. Sebbene la nostra tecnologia ci consenta di sviluppare un ampio numero di servizi specifici per l'automobile e questi crescano di numero anno dopo anno, l'obiettivo di Nuance è soprattutto quello di migliorare costantemente quelli più usati e più richiesti, per ottimizzare l'esperienza in-car e accrescere la fiducia del conducente nella tecnologia.” dichiara Silvio Nasi, Sales Director Automotive EMEA di Nuance.

L'IA in ambito domestico: un'opportunità per creare case intelligenti e connesse e per ottimizzare il business degli operatori di reti mobili

La smart home rappresenta in primis la risposta alle esigenze degli utenti, che possono trovare nella tecnologia uno strumento che semplifichi la loro vita sotto diversi aspetti: aiutandoli a gestire anche da remoto in maniera semplice e immediata la propria casa, contribuendo a renderla più confortevole e sicura, nonché a ottimizzare i consumi domestici. Basti pensare che secondo i dati del report McKinsey Connected Homes più della metà delle persone (51%) ammette di aver lasciato accidentalmente accese le luci, il 41% la TV, il 35% la corrente alternata anche quando non necessario. Dal punto di vista dell'assicurezza, poi, quasi un terzo (31%) non ricorda se ha chiuso effettivamente porte e finestre e quasi altrettante persone (36%) si chiedono cosa succeda in casa in loro assenza. In particolare, l'IA consentirà ai dispositivi smart di raccogliere dati relativi ai diversi membri della famiglia al fine di prevedere, personalizzare e configurare contestualmente, di volta in volta, le preferenze personali in situazioni specifiche, indirizzando così al meglio ogni richiesta e assecondando singoli gusti e abitudini.

In questo scenario, Nuance dispone di un'offerta completa che offre domini specifici per indirizzare le sfide di ciascun ecosistema e che comprende Nuance Smart Home - che controlla i dispositivi domestici intelligenti, le apparecchiature e gli impianti di illuminazione e di condizionamento - Nuance Dragon TV, riconosciuto come miglior prodotto nella categoria Technology & Engineering agli Emmy® Award 2017 - che interagisce con i contenuti televisivi, consentendo di gestire telecomando e altro ancora - Nuance Smart Speaker/Hub - che interagisce con contenuti quali meteo, musica, notizie e abilita azioni come gli acquisti - e Nuance Smart Security - che gestisce e monitora le soluzioni di sicurezza implementate nell'abitazione.

Analogamente, la smart home può creare delle importanti opportunità di espansione del business per gli operatori di telefonia mobile, che potranno studiare e sviluppare servizi personalizzati per gli abbonati e rimanere così competitivi nello scenario attuale fortemente sfidante. Per supportare gli operatori, l'azienda ha recentemente presentato Nuance Loop, una piattaforma di marketing basata su intelligenza artificiale (AI) e data analytics che offre agli operatori la possibilità di ridurre il tasso di insoddisfazione degli utenti e, contestualmente, di aumentare il ricavo medio per utente (ARPU) grazie a una normale piattaforma che offre servizi continuamente ottimizzati. Loop è offerta come un servizio gestito all'interno di un modello di *revenue share* che permette di eliminare CapEx e costi di manutenzione ad esso associati a carico dell'operatore. Inoltre, Loop può essere integrato con la [piattaforma Omni-Channel Engagement di Nuance](#) per l'acquisizione di clienti e per soluzioni di customer care.

“L'IA può rappresentare una leva strategica quando impiegata in ambito domestico, da una parte con l'obiettivo di creare una piattaforma intelligente per una casa connessa e basata sull'utilizzo della voce capace di adattarsi per soddisfare i gusti e le esigenze specifiche dei membri della famiglia, dall'altro per poter fornire analisi basate sull'intelligenza artificiale che consentano di ottimizzare il business delle reti mobili,” commenta Claudio Roselli, Product Marketing Manager Smart Home and TV di Nuance.

L'IA per l'assistenza ai clienti: la tecnologia al servizio delle aziende per colmare il divario tra servizi offerti e aspettative degli utenti

Il supporto ai clienti nelle fasi di acquisto on line o di assistenza ai clienti rappresenta un punto chiave nella relazione tra aziende e clienti, fondamentale per l'intera esperienza e la percezione di un brand, e non è immune all'evoluzione tecnologica. L'integrazione dell'IA e del dialogo ha, infatti, già iniziato a rivoluzionare il modo in cui le persone ricevono assistenza nei più svariati mercati verticali, rispondendo alle molteplici esigenze di semplificazione, velocità, efficacia e gradevolezza dell'interazione. Per i consumatori è fondamentale essere accompagnati nella finalizzazione di un acquisto o nell'effettuare transazioni anche complesse o trovare in maniera semplice e veloce le informazioni necessarie conversando con il sistema in maniera naturale, senza bisogno di ricercarle per "parole chiave". Inoltre, l'applicazione dell'AI in ambito enterprise consente di ottimizzare e personalizzare l'autenticazione e l'identificazione attraverso i sistemi di biometria, potendo così finalmente abbandonare password, domande di sicurezza e codici e migliorando il servizio con effetti immediati in termini di maggiore semplicità, velocità e sicurezza, riducendo contestualmente le possibilità di frode.

NINA (Nuance Interactive Natural Assistant) è un innovativo e pluripremiato assistente virtuale, che offre un'esperienza di customer service omnicanale sotto forma di dialogo dalle caratteristiche umane, garantendo accesso rapido e semplice alle informazioni di cui clienti e operatori del servizio assistenza necessitano. In questo modo, non solo i consumatori possono identificare il servizio più adatto alle proprie esigenze semplicemente formulando la propria domanda, ma anche gli addetti del customer service possono utilizzare il sistema per trovare velocemente le risposte per i clienti, riducendo il tempo speso al telefono nella gestione delle richieste e liberando così il personale dalle operazioni più basilari, in modo da potersi concentrarsi sulle richieste più complesse e sensibili.

"Applicata a contesti aziendali e all'impiego nell'abito del customer service, l'IA promette di ridurre drasticamente o addirittura colmare il divario tra servizio offerto nella relazione con il cliente e la percezione di quest'ultimo. La differenza tra questi due aspetti può arrivare ad essere enorme e per mitigarla è fondamentale poter raccogliere e analizzare i dati provenienti da tutti i canali di contatto, al fine di valutare e sviluppare le azioni conseguenti a questa analisi, attraverso sistemi capaci di adattarsi e imparare nel tempo," afferma Saverio Ricchiuto, Sales Director Enterprise Italia di Nuance.

Il futuro è l'intelligenza artificiale conversazionale

Sebbene l'intelligenza artificiale sia già protagonista - talvolta inconsapevole - delle azioni che le persone svolgono tutti i giorni e rispetto solo a una decina di anni fa siano stati fatti passi da gigante in ciò che questa può realmente abilitare sia per i consumatori finali sia per le aziende, il progresso è continuo e procede a ritmi serrati. L'automazione del processo di apprendimento della conoscenza è una realtà ed il prossimo futuro guarda al raggiungimento di un'intelligenza artificiale che sia *conversazionale*, che consenta all'assistente digitale di intavolare una vera conversazione al di là di quanto previsto dagli script programmati - aspetto che ad ora non consente ancora nessuna soluzione attualmente in commercio, di essere equiparata a un assistente umano.

La sfida in futuro si giocherà sul campo del superamento dei pattern già super avanzati offerti dal deep learning: nuove funzionalità che comprendono dialoghi dinamici reali, argomentazione basata su conoscenze, contesto e personalizzazione per attribuire un senso a enunciati linguisticamente incompleti oppure ambigui, oltre ad API semantiche per collegarsi ad altri servizi e consentire l'orchestrazione tra fonti diverse e l'interazione con ulteriori assistenti virtuali di terze parti.

Nuance Communications, Inc. (NASDAQ: NUAN) è il principale fornitore di soluzioni vocali e linguistiche per aziende e privati di tutto il mondo. Le sue tecnologie ed applicazioni e i servizi erogati migliorano l'uso dei prodotti, trasformando la modalità di interazione delle persone con i dispositivi e i sistemi che utilizzano. Ogni giorno milioni di utenti e migliaia di aziende adoperano le affermate applicazioni di Nuance. Per ulteriori informazioni, visitare il sito Nuance.it

Nuance e il logo Nuance sono marchi o marchi registrati di Nuance Communications, Inc. o delle società affiliate negli Stati Uniti e/o in altri paesi. Tutti gli altri nomi di società o nomi di prodotti menzionati possono essere marchi dei rispettivi proprietari.

Contatti per la stampa

EMEA
Richter
Nuance Communications
Tel: + 32 9 2398031
Email: Vanessa.richter@nuance.com

Vanessa

Hotwire PR
Tel: +39 02 7729968
Email: sara.tetti@hotwireglobal.com

Sara Tetti

<https://news.nuance.com/2017-11-10-Intelligenza-artificiale-si-ma-per-cosa-Linnovazione-di-Nuance-porta-il-futuro-nella-quotidianita-reinventando-la-relazione-tra-persone-e-tecnologia>