



# Umanizzare le esperienze con l'intelligenza artificiale.

Sky UK trasforma la customer experience con l'aiuto dell'intelligenza artificiale tramite Adobe Sensei.



*"Con Adobe Sensei, stiamo tracciando una linea diretta dalla customer intelligence a esperienze personalizzate con contenuti utili e pertinenti."*

*Rob McLaughlin, Responsabile Digital Decisioning and Analytics, Sky UK*

## SOLUZIONE

Adobe Experience Cloud, comprese le soluzioni Adobe Analytics e Adobe Audience Manager in Adobe Analytics Cloud e la soluzione Adobe Target in Adobe Marketing Cloud

Adobe Sensei

## RISULTATI



Crea segmenti **IPER-MIRATI** per coinvolgere i clienti



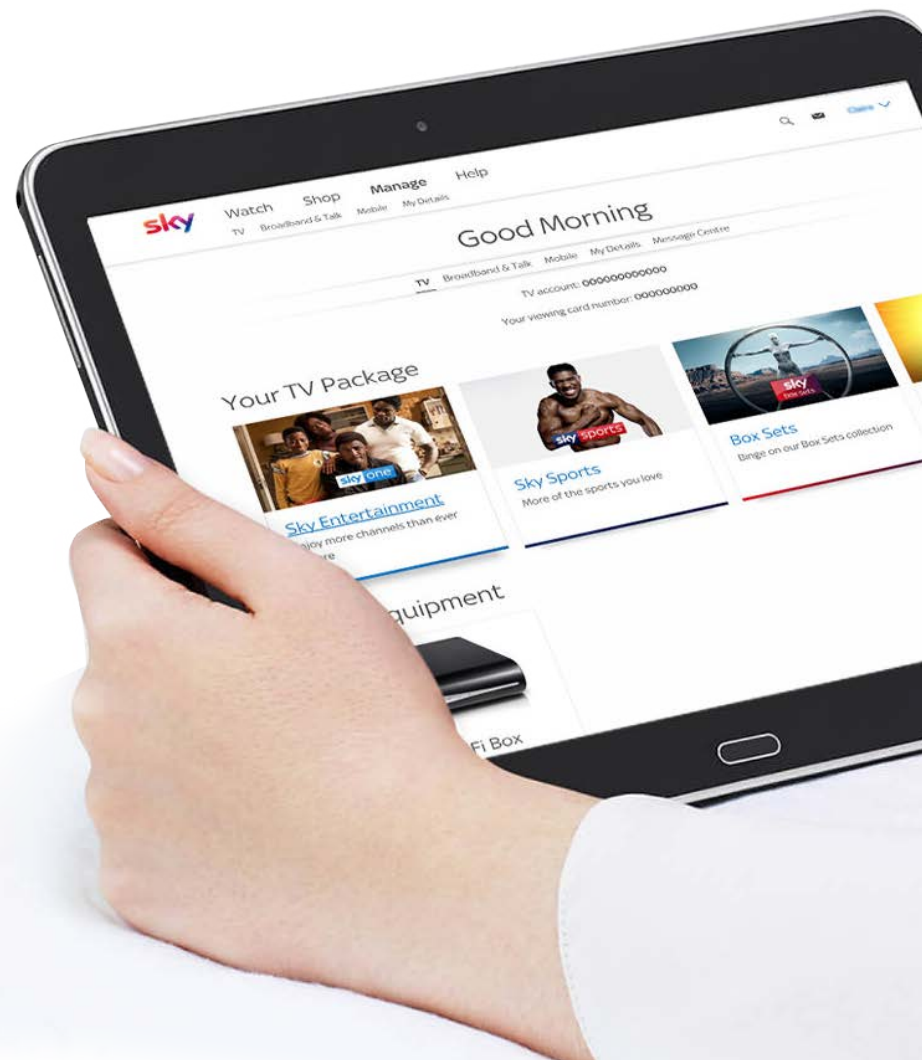
Usa il **MACHINE LEARNING** per ottenere informazioni sfruttabili



Migliora le **RELAZIONI** con i clienti



Applica le conoscenze ricavate tramite l'IA **SU TUTTI I CANALI** per capire cosa interessa ai clienti



## Sky UK

Fondata nel 1990

Dipendenti: 30.000

Londra, Regno Unito

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

### SFIDE

- Sfruttare i dati del cliente per garantire interazioni uniche e personalizzate
- Migliorare le interazioni con i clienti sui canali digitali e diretti
- Fornire ai clienti un'assistenza migliore prevedendo le loro esigenze

### ESEMPI DI UTILIZZO

- Customer intelligence
- Acquisizione di nuovi clienti

## Personalizzare le esperienze per 22,5 milioni di clienti

I canali digitali hanno un ruolo sempre più importante nel modo in cui le aziende entrano in contatto con le persone tramite e-mail, siti web, inserzioni digitali e social media. Allo stesso tempo, i clienti sono sempre più alla ricerca di un legame umano con le aziende. Vogliono essere riconosciuti come individui unici, anziché essere considerati dei semplici numeri in un database.

Sky UK è consapevole di quanto sia importante garantire un'interazione digitale personalizzata in un settore competitivo. Sky UK è uno dei principali brand di telecomunicazioni e intrattenimento digitale del Regno Unito e offre servizi mobile e per telefonia, Internet a banda larga e televisione via cavo a milioni di clienti. Inoltre, i suoi siti web Sky News e Sky Sports sono tra i più visitati nel Regno Unito.

Il 72% dei clienti Sky UK interagisce con l'azienda mediante tre o più canali, tra cui il telefono, il contatto diretto di persona e online. Sky UK ha distribuito Adobe Experience Cloud al fine di supportare le proprie esigenze di marketing cross-channel con strumenti integrati di alto livello per l'analisi e la personalizzazione.

Adobe Analytics e Adobe Audience Manager aiutano Sky UK a comprendere in modo più approfondito i clienti monitorando e raggruppando i dati sul cliente acquisiti in tempo reale dai vari canali. Adobe Target sfrutta questi segmenti di clienti per sviluppare interazioni personalizzate con il cliente.

"Adobe Experience Cloud è una soluzione fantastica per distribuire le esperienze cross-channel uniformi che i nostri clienti stanno cercando", afferma Rob McLaughlin, Responsabile Digital Decisioning and Analytics di Sky UK. "Tuttavia, abbiamo 22,5 milioni di clienti molto diversi tra loro. Anche cercare di suddividere le persone in base al loro genere televisivo preferito poteva generare segmenti piuttosto ampi. Sapevamo che potevamo fare di più per offrire esperienze realmente personalizzate".

McLaughlin ha deciso di iniziare a sfruttare le funzionalità di Adobe Experience Cloud basate su Adobe Sensei, il framework di intelligenza artificiale e apprendimento automatico di Adobe. La personalizzazione automatizzata, una funzionalità di Adobe Target basata su Adobe Sensei, analizza in tempo reale l'enorme quantità di informazioni sui clienti di Sky UK per scoprire su quali suggerimenti, servizi ed esperienze conviene puntare per suscitare l'interesse di ogni singolo cliente con maggiore efficacia.

"La gente pensa che usare l'intelligenza artificiale significhi distribuire esperienze robotiche e rigidamente definite, ma in realtà è l'esatto contrario," afferma McLaughlin. "Con Adobe Sensei, stiamo tracciando una linea diretta dalla customer intelligence a esperienze personalizzate con contenuti utili e pertinenti".

"Nelle relazioni tipiche, in cui il cliente ci incarica di fornirgli un servizio e ci autorizza a creare dati sulla sua esperienza, trovo sia onesto sfruttare quelle informazioni per offrirgli interazioni sempre più piacevoli", continua McLaughlin. "I brand che non sfruttano le funzionalità di apprendimento automatico rischiano di presentare esperienze scollegate, non essendo in grado di personalizzare le interazioni con i propri clienti fidati".

“Adobe Sensei è l’unico modo per creare, mantenere e distribuire offerte iper-mirate su tutti i canali. Ci offre la possibilità di sorprendere e soddisfare i clienti con suggerimenti non solo pertinenti, ma anche desiderati.”

“Non ci limitiamo a usare Adobe Sensei in una bolla digitale. Di fatto, stiamo sfruttando l’intelligenza artificiale per migliorare le interazioni umane.”

*Rob McLaughlin, Responsabile Digital Analytics, Sky UK*

## Scoprire le preferenze nel dettaglio

Per McLaughlin, proporre offerte ai clienti non è solo un modo per aumentare le vendite. Al contrario, le considera un servizio utile per presentare ai clienti un prodotto o servizio che sicuramente apprezzeranno. “Noi lo chiamiamo ‘massimizzare le coincidenze fortunate’, aumentando semplicemente le nostre possibilità di mostrare ai clienti qualcosa di interessante”, aggiunge.

Usando l’Adobe ID per individuare gli utenti sui vari canali, Sky UK può imparare molto sui clienti in base al loro utilizzo dell’app e alle abitudini di visione TV. Il team di analisi digitale tradizionalmente creava regole per suddividere i clienti in vari segmenti, ma anche con Adobe Experience Cloud era lungo e complesso definire segmenti realmente dettagliati e personalizzati.

Ad esempio, pochi clienti sono appassionati di tutti gli sport. In genere, i clienti seguono da vicino squadre e sport specifici. Provare a suggerire le offerte per Sky Sports usando uno sport o una squadra che il cliente non supporta tende ad essere un approccio non molto efficace. Allo stesso tempo, gli esperti di marketing potrebbero impiegare settimane per scrivere regole sui singoli segmenti, senza comunque riuscire a contemplare tutte le possibili combinazioni di squadre e sport preferiti.

Aniché creare regole e segmenti, la personalizzazione automatizzata di Adobe Target sfrutta l’apprendimento automatico per scoprire in modo organico le preferenze sportive dei clienti e presentare suggerimenti sui prodotti molto più efficaci e apprezzati.

“Adobe Sensei è l’unico modo per creare, mantenere e distribuire offerte iper-mirate su tutti i canali”, afferma McLaughlin. “Ci offre la possibilità di sorprendere e soddisfare i clienti con suggerimenti non solo pertinenti, ma anche desiderati”.

## Sfruttare l’IA per migliorare le interazioni umane

I problemi sono inevitabili in qualsiasi tipo di prodotto o servizio, ma è il modo in cui vengono gestiti dalle aziende a determinare, in definitiva, l’opinione che i clienti matureranno su quell’azienda. Sky UK usa il confronto di segmenti, basato su Adobe Sensei, all’interno di Adobe Analytics, per migliorare l’efficienza delle relazioni umane tramite il call center. Quando un cliente contatta il call center, la funzionalità di confronto dei segmenti consente a Sky UK di analizzare una serie di attributi del cliente, ad esempio quali prodotti possiede, dove vive, a che punto si trova lungo il ciclo di vita del cliente e se l’interazione precedente aveva avuto esito positivo. Sulla base di queste informazioni, i clienti vengono messi in contatto con l’addetto del servizio clienti che può gestire al meglio il suo problema.

“Non ci limitiamo a usare Adobe Sensei in una bolla digitale”, afferma McLaughlin. “Di fatto, stiamo sfruttando l’intelligenza artificiale per migliorare le interazioni umane”.

“Lavorando con Adobe Experience Cloud e Adobe Sensei, stiamo scoprendo informazioni molto più approfondite sui nostri clienti e su come interagiscono con i nostri prodotti e le nostre offerte.”

*Rob McLaughlin, Responsabile Digital Analytics, Sky UK*

## PANORAMICA DELLA SOLUZIONE

Adobe Experience Cloud, che include:

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
  - Confronto di segmenti, funzionalità basata su Adobe Sensei
- Adobe Audience Manager
  - Modellizzazione per somiglianza, funzionalità basata su Adobe Sensei

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Target
  - Personalizzazione automatizzata, funzionalità basata su Adobe Sensei

Per ulteriori informazioni

[www.adobe.com/it/data-analytics-cloud.html](http://www.adobe.com/it/data-analytics-cloud.html)

[www.adobe.com/it/marketing-cloud.html](http://www.adobe.com/it/marketing-cloud.html)

[www.adobe.com/it/sensei.html](http://www.adobe.com/it/sensei.html)

Il confronto di segmenti, basato su Adobe Sensei, riunisce informazioni sulle abitudini dei clienti, ad esempio la loro programmazione televisiva preferita e quale componente della famiglia guarda determinati generi, per fornire agli addetti del servizio clienti degli spunti per avviare una conversazione mirata. Anziché perdere tempo nel tentativo di conoscere meglio il cliente, gli addetti possono avere conversazioni più naturali e dedicarsi maggiormente ad ascoltare le preoccupazioni del cliente e a trovare servizi che rispondono alle sue esigenze. “Stiamo appurando in prima persona come l’IA sia in grado di aumentare la capacità delle persone di avere conversazioni utili e pertinenti”, afferma McLaughlin.

“Lavorando con Adobe Experience Cloud e Adobe Sensei, stiamo scoprendo informazioni molto più approfondite sui nostri clienti e su come interagiscono con i nostri prodotti e le nostre offerte”, aggiunge McLaughlin. “Stiamo imparando a relazionarci meglio con i nostri clienti: li trattiamo come persone davvero uniche, curando il legame umano che ricercano”.

