



# Personalizzazione attraverso l'intelligenza artificiale.

Swisscom aumenta la velocità e il rendimento dei test grazie all'apprendimento automatico e ad Adobe Sensei.



**swisscom**

*"Grazie ad Adobe Sensei, stiamo rendendo veloci e intelligenti le nostre operazioni digitali in modo da poter creare livelli di esperienza più profondi per i nostri clienti."*

*Nicolas Mériel, Senior Digital Strategist, Swisscom*

## SOLUZIONE

Adobe Experience Cloud, compresa la soluzione Adobe Analytics in Adobe Analytics Cloud, e le soluzioni Adobe Target e Adobe Experience Manager in Adobe Marketing Cloud  
Adobe Sensei

## RISULTATI



Aumenta il **RENDIMENTO** sui test



Riduce il lavoro necessario per creare **PERSONALIZZAZIONE**



Individua opportunità di **CROSS-SELLING**



Flussi di lavoro **UNIFORMI** tra le soluzioni Adobe



## Swisscom AG

Fondata nel 1852

Dipendenti: 20.000

Ittigen, Svizzera

[www.swisscom.ch](http://www.swisscom.ch)

### SFIDE

- Mantenere la leadership di mercato distribuendo esperienze e contenuti che interessano ai clienti
- Entrare in contatto con i clienti in modo efficiente con alti livelli di personalizzazione
- Ridurre il tempo e il lavoro necessari per ottimizzare le esperienze online

### ESEMPIO DI UTILIZZO

- Customer intelligence

“Uno dei motivi principali per cui apprezziamo Adobe Experience Cloud è il modo in cui tutte le soluzioni si combinano tra loro con un’integrazione perfetta.”

*Nicolas Mériel, Senior Digital Strategist,  
Swisscom*

## Offrire una customer experience innovativa

Con servizi che spaziano dalla telefonia fissa e mobile alle offerte TV e Internet, Swisscom è la principale società di telecomunicazioni in Svizzera. L’azienda ha oltre 6,6 milioni di clienti mobile, 1,4 milioni di clienti televisivi e 2,3 milioni di connessioni a banda larga, una quota di mercato sbalorditiva per un paese con una popolazione di 8 milioni di persone.

Uno dei motivi per cui Swisscom ha raggiunto una quota di mercato così importante è il suo impegno sui fronti dell’innovazione e della tecnologia. Il reparto di intelligenza artificiale (IA) e apprendimento automatico dell’azienda sviluppa e distribuisce servizi di IA ai clienti in tutta la Svizzera, da funzionalità di ricerca intelligente a opzioni di riconoscimento vocale preciso. Tuttavia, a Swisscom non interessa solo capire come fornire tali servizi di IA direttamente ai clienti. Per i team digitali, l’IA è potenzialmente in grado di cambiare il modo in cui Swisscom comprende i suoi clienti e offre esperienze digitali di qualità superiore che consentiranno all’azienda di mantenere stabile, e probabilmente persino aumentare, la propria quota di mercato dominante.

Utilizzando le soluzioni Adobe Experience Cloud, Swisscom ha sviluppato una piattaforma avanzata che le consente di creare esperienze, ottenere informazioni approfondite sulle esigenze dei clienti e adattare su misura il customer journey di ogni singolo utente. Le funzionalità avanzate basate su Adobe Sensei, il framework di intelligenza artificiale e apprendimento automatico di Adobe, fanno fare un salto di qualità alla piattaforma digitale di Swisscom, in quanto consentono di individuare nuovi pattern e opportunità all’interno del framework digitale e automatizzano il processo per generare maggiori ricavi con meno sforzi.

### Il percorso Adobe

Swisscom ha iniziato la sua trasformazione digitale con Adobe portando i suoi siti web sulla piattaforma Adobe Experience Manager, inclusa in Adobe Marketing Cloud. Trattandosi di una società svizzera, il supporto multilingue era un requisito indispensabile per poter fornire assistenza ai clienti nella loro lingua nativa. Adobe Experience Manager funge da sistema di gestione dei contenuti per tutti i siti web di Swisscom, dalle pagine dei prodotti fino ai blog e ai carrelli della spesa. Experience Manager Assets archivia tutte le risorse in un punto centrale, dove possono essere riutilizzate tramite Experience Manager Sites e localizzate per la versione italiana, francese, tedesca o inglese del sito.

Dopo aver creato i siti web nelle diverse lingue, Swisscom era pronta a fare il passo successivo nella sua trasformazione digitale, ovvero usare Adobe Analytics, incluso in Adobe Analytics Cloud, per scoprire in che modo i clienti utilizzano e reagiscono ai contenuti del sito web. Una volta acquisita una conoscenza approfondita del comportamento dei clienti, Swisscom era pronta anche a usare Adobe Target, incluso in Adobe Marketing Cloud, per testare e ottimizzare le esperienze per i clienti.



Farbe	Speicher	Bestseller
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	64 GB 256 GB	
Abonnement	Vertragsdauer	
inOne mobile XL	24 Monate	
→ Rabatt auf ausgewähltes Zubehör		
Gerätepreis	Monatlich	
CHF 449. —	CHF 200. — /Mt.	
<input type="checkbox"/> Ratenzahlung	Gerätepreis ohne Abo: 1199 — Mit Abo ab: 449. —	
Vertrag verlängern	Bestellen	
✓ Online sofort lieferbar		

Weitere iPhone Modelle

“Grazie alle funzionalità basate su Adobe Sensei stiamo migliorando automaticamente il rendimento, senza bisogno di monitorare e adattare manualmente le prestazioni. Possiamo impostarle e non pensarci più, dal momento che il resto lo farà Adobe Sensei.”

Nicolas Mériel, Senior Digital Strategist,  
Swisscom

“Uno dei motivi principali per cui apprezziamo Adobe Experience Cloud è il modo in cui tutte le soluzioni si combinano tra loro con un’integrazione perfetta”, afferma Nicolas Mériel, Senior Digital Strategist di Swisscom. “Grazie all’elevata compatibilità, possiamo partire da una soluzione Adobe e aggiungere gli elementi di cui abbiamo bisogno man mano che sviluppiamo la nostra strategia digitale. Ovviamente, non mancano i soliti problemi occasionali, ma fanno parte del gioco”.

## Nessun pensiero dopo la configurazione

Mentre i semplici test A/B consentono a Swisscom di migliorare le esperienze, le funzionalità basate su Adobe Sensei in Adobe Target permettono all’azienda di aumentare il rendimento e accelerare i tempi. Per le pagine dedicate ai prodotti mobile di Swisscom, tutte le versioni di uno smartphone o di un altro dispositivo vengono visualizzate in un’unica pagina aggregata. I clienti possono quindi scegliere il colore esatto, lo spazio di archiviazione e altre caratteristiche desiderate per quel dispositivo. Swisscom ha deciso di testare quali opzioni dovevano essere selezionate come predefinite.

In genere, i test distribuiscono equamente i visitatori tra le varie opzioni di test per individuare quella che offre i risultati migliori. Grazie all’analisi in tempo reale di Adobe Analytics, i team digitali possono monitorare l’avanzamento dei test per individuare le tendenze e, se necessario, adattare manualmente la distribuzione o le opzioni.

La funzionalità di allocazione automatica, basata su Adobe Sensei, adatta automaticamente il traffico in base alle prestazioni per massimizzarne il rendimento. Se la conversione aumenta quando ai clienti viene presentata la versione di un telefono color argento, anziché quella nera, ad esempio, la funzione di allocazione automatica inizierà a canalizzare più clienti verso la versione argento. Al contrario, un’opzione che evidenzia prestazioni scarse riceverà meno traffico. Ciò elimina il problema dei test A/B manuali legato al fatto che le aziende non possono sfruttare l’esperienza vincente mentre il test è ancora in fase di esecuzione. Di conseguenza, Swisscom trae vantaggi dall’aumento delle conversioni e dei profitti.

“Grazie alle funzionalità basate su Adobe Sensei stiamo migliorando automaticamente il rendimento, senza bisogno di monitorare e adattare manualmente le prestazioni”, dichiara Mériel. “Possiamo impostarle e non pensarci più, dal momento che il resto lo farà Adobe Sensei”.

“Il targeting automatico è la funzionalità più interessante in circolazione. Una volta creata un’esperienza, Adobe Sensei se ne occuperà, sfruttando il suo machine learning per sviluppare algoritmi altamente personalizzati che si adattano nel tempo.”

*Nicolas Mériel, Senior Digital Strategist,  
Swisscom*

## Personalizzare automaticamente i suggerimenti

I clienti sono abituati a visualizzare suggerimenti mentre fanno acquisti o leggono articoli, ma cercare di generare manualmente questi suggerimenti può rivelarsi un processo lungo e complesso. La funzionalità Consigli personalizzati, basata su Adobe Sensei, seleziona automaticamente i contenuti identificando le relazioni tra i contenuti, generando link e creando collegamenti incrociati con le pagine pertinenti sulla base dell’attività dell’utente e di algoritmi interni. Ciò consente a Swisscom di creare opportunità di cross-sell e upsell senza costi elevati in termini di tempo.

Swisscom usa la funzionalità Consigli personalizzati anche in modi meno ovvi per personalizzare la customer experience. Nelle home page e nelle pagine di aiuto, questa funzione riordina gli argomenti per ogni cliente al fine di evidenziare quelli desiderabili e offrire un’esperienza migliore. Per i clienti che visualizzano la home page su un telefono cellulare, Consigli personalizzati sarà in grado di rilevare il 90% dei dispositivi per fornire un’esperienza esclusiva, nota come esperienza “My Device World”, con accessori, argomenti della guida e altre informazioni relative al modello esatto del telefono del cliente. Tramite l’accesso o il deep-linking diretto all’esperienza “My Device World”, Adobe Target insieme ad Adobe Experience Manager Assets rileverà automaticamente oltre 200 dispositivi diversi. L’esperienza “My Device World”, esclusiva e incentrata sullo smartphone, è altamente pertinente in quanto punta sul sosia digitale del cliente e sta generando un’impennata nei risultati (quasi il 500% in più) rispetto all’approccio più manuale usato in precedenza.

“La personalizzazione è una parte importante dello sviluppo di un’esperienza cliente di eccellenza, ma può richiedere molto tempo”, afferma Mériel. “Automatizzando i suggerimenti tramite l’intelligenza di Adobe Sensei, possiamo fornire esperienze ancora più personalizzate mentre dedichiamo il nostro tempo a creare nuovi test e nuove esperienze”.

## Sfruttare l’apprendimento automatico per sviluppare nuove opportunità

Il targeting automatico è l’ultima funzionalità basata su Adobe Sensei utilizzata da Swisscom. Proprio come l’allocazione automatica, il targeting automatico individua automaticamente le opzioni di test con le prestazioni migliori e adatta le audience per massimizzare il rendimento. Tuttavia, il targeting automatico prevede anche la segmentazione dell’audience al fine di identificare le opzioni di test con le prestazioni più elevate per ogni segmento. Ad esempio, un test potrebbe mostrare che la maggior parte dei visitatori preferisce notizie contrassegnate come “Notizie del giorno”, tranne il pubblico giovane, che risponde meglio alla formula “Notizie dell’ultima ora”. Il targeting automatico massimizzerebbe il rendimento inviando una maggiore quantità di traffico proveniente dal pubblico giovane all’opzione di test “Notizie dell’ultima ora”, ma incanalando il traffico verso “Notizie del giorno” per tutte le altre audience.

## PANORAMICA DELLA SOLUZIONE

Adobe Experience Cloud, che include:

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
  - Analysis Workspace

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Target
  - Test A/B
  - Allocazione automatica, funzionalità basata su Adobe Sensei
  - Consigli personalizzati, funzionalità basata su Adobe Sensei
  - Targeting automatico, funzionalità basata su Adobe Sensei
- Adobe Experience Manager
  - Sites
  - Assets

Per ulteriori informazioni

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

[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)



Adobe Systems Incorporated  
345 Park Avenue  
San Jose, CA 95110-2704  
USA  
[www.adobe.com](http://www.adobe.com), [www.adobe.com/it](http://www.adobe.com/it)

Swisscom ha iniziato a sfruttare il targeting automatico su una serie di pagine. Ad esempio, lo usa per attirare l'attenzione degli appassionati di sport, personalizzando i titoli che riguardano il loro sport preferito sulla pagina Sport del suo sito web di notizie e intrattenimento. Segmentando le audience in base ai prodotti e ai servizi che il cliente possiede già, Swisscom può usare il targeting automatico per individuare opportunità di cross-sell e upsell pertinenti per ogni cliente. A tale scopo, l'azienda ha applicato il targeting automatico ai banner promozionali nella pagina Home e nell'Area clienti. L'approccio algoritmico più intelligente del targeting automatico, basato su Adobe Sensei, ha generato una crescita superiore fino al 40% rispetto alle esperienze casuali da parte dei clienti.

“Il targeting automatico è la funzionalità più interessante in circolazione” afferma Mériel. “Una volta creata un'esperienza, Adobe Sensei se ne occuperà, sfruttando il suo machine learning per sviluppare algoritmi altamente personalizzati che si adattano nel tempo”.

### Uno sguardo verso le innovazioni future

Swisscom prevede di continuare ad ampliare la sua piattaforma Adobe, utilizzando la personalizzazione automatizzata, un'altra funzionalità Adobe Sensei in Adobe Target, per prevedere il comportamento dei clienti. L'azienda ha anche in programma di estendere il suo utilizzo corrente di Adobe Campaign, incluso in Adobe Marketing Cloud, facendolo diventare un hub centrale per il coordinamento delle campagne su tutti i canali online e offline.

“Come azienda, crediamo fermamente nelle potenzialità che l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico possono apportare a un business”, afferma Mériel. “Grazie ad Adobe Sensei, stiamo rendendo veloci, intelligenti e scalabili le nostre operazioni digitali in modo da poter creare livelli di esperienza più profondi con contenuti più utili e pertinenti per i nostri clienti.”

### Informazioni su Adobe Sensei

Adobe Sensei è la tecnologia che alimenta le funzionalità intelligenti di tutti i prodotti Adobe per migliorare notevolmente la progettazione e la distribuzione delle esperienze digitali. Usa l'intelligenza artificiale, l'apprendimento automatico e il deep learning per sfruttare l'enorme quantità di contenuti e dati di Adobe, oltre alla profonda competenza dell'azienda in ambito di creatività, marketing e documenti digitali.