

Macy's sperimenta IBM Watson in partnership con Satisfi come assistente personalizzato per lo shopping in negozio

“Macy's On Call” unisce la piattaforma di engagement intelligente di Satisfi alla tecnologia cognitiva di IBM Watson per creare un assistente mobile in negozio al servizio delle esigenze dei clienti; la fase iniziale del programma pilota è in corso in 10 sedi in tutti gli Stati Uniti.

NEW YORK, NY - 27 lug 2016: Oggi Macy's ha annunciato la fase pilota di “Macy's On Call”, un web tool mobile che permette ai clienti di interagire, tramite i loro dispositivi mobile, con una piattaforma alimentata dall'intelligenza artificiale. “Macy's On Call” utilizza IBM Watson, tramite Satisfi, una piattaforma di engagement intelligente, per fornire una soluzione prima nel suo genere in grado di potenziare la shopping experience dei clienti in negozio, attualmente in fase di test in 10 sedi negli Stati Uniti. L'assistente *mobile*, a cui si accede tramite il browser del proprio dispositivo, consente ai clienti di inserire domande in linguaggio naturale sugli assortimenti dei prodotti, servizi e strutture di ciascun negozio partecipante e di ricevere una risposta personalizzata. I clienti possono richiedere informazioni in svariati modi. Ad esempio, digitando “Dove sono le scarpe da donna?”, o una domanda che combini marchio e prodotto, in modo da ricevere la risposta appropriata e l'ubicazione del prodotto richiesto nel negozio.

Dato che ogni negozio di Macy's è differente, e i consumatori tendono sempre più a preferire le piattaforme *mobile*, “Macy's On Call” offre agli acquirenti uno strumento utile per ottenere informazioni rapidamente mentre fanno shopping e si orientano nel negozio. Il sistema si evolve man mano che impara a conoscere meglio i clienti.

Nell'ambito del programma pilota, Macy's incorpora anche una funzionalità in lingua spagnola, per servire un sottogruppo più ampio della sua clientela in negozi selezionati.

“Da Macy's l'attenzione è sempre rivolta a identificare, verificare e supportare nuove idee e nuovi approcci che contribuiscano a migliorare il servizio ai clienti attraverso la tecnologia. Con un occhio all'innovazione, ci muoviamo rapidamente per sperimentare e ampliare programmi pilota, utili per migliorare l'esperienza dei nostri clienti”, commenta Peter Sachse, Chief Growth Officer di Macy's. “Questo programma, in partnership con Satisfi e forte della potenza di IBM Watson, ci aiuterà a esplorare nuovi modi per interagire individualmente con i clienti in negozio, fornendo loro un servizio di alto livello letteralmente a portata di mano”.

“Introdurre Watson nel contesto dei negozi al dettaglio offre l'opportunità di interagire con il consumatore a diversi livelli. In questo caso particolare Watson viene utilizzato, oltre che come aiuto nella valutazione delle decisioni di acquisto, per intervenire su un altro aspetto ugualmente importante dell'esperienza in negozio: la facilità di utilizzo nell'individuare prodotti, strutture e servizi”, commenta David Kenny, general manager di IBM Watson. “Mentre un maggior numero di sviluppatori, come Satisfi, continua a creare soluzioni con la tecnologia, vediamo Watson sempre più “a portata” di consumatore e siamo ansiosi di apprendere da questo progetto pilota con Macy's e Satisfi”.

“L'intero team di Satisfi è entusiasta di lavorare con un'icona come Macy's per sfruttare la potenza di IBM Watson su questo stimolante progetto. La combinazione tra software di engagement intelligente, basato sulla localizzazione, di Satisfi e le funzionalità di apprendimento cognitivo di IBM Watson ci ha aiutato a realizzare

uno strumento potente e completo per migliorare l'ambiente di shopping in negozio”, commenta Don White, Chief Revenue Officer di Satisfi. “Macy’s è stato un partner eccezionale per questo progetto, grazie all’impegno a esplorare una nuova tecnologia in grado di migliorare le interazioni individuali con i clienti, creando per loro una esperienza più mirata e personale”.

Accessibile via macys.com/storehelp, il progetto pilota di “Macy’s On Call” fornisce dettagli sull'orientamento in negozio per reparto, marca e prodotto e offre inoltre informazioni sui servizi esclusivi disponibili in ciascuna sede – dai personal shopper myStylist alle casse per il ritiro dei prodotti acquistati online (Buy Online, Pick Up in-store), ai servizi igienici. L’engagement avviene tramite una semplice interfaccia di domande e risposte, che si avvale di Natural Language Classifier di Watson e che aiuta Macy’s a conoscere meglio le funzionalità e i servizi di maggior interesse per gli acquirenti. Inoltre, in alcune sedi selezionate, l'interfaccia è disponibile per i clienti in spagnolo, tramite Watson Language Translation, consentendo a Macy’s di testare le capacità linguistiche, la funzionalità e l'interesse dei consumatori nell'interazione tramite le lingue preferite.

Sono state scelte dieci sedi, che rappresentano uno spaccato del portafoglio di negozi di Macy’s. Cinque delle sedi servono come negozi per l'apprendimento base, in cui Watson viene implementato unicamente come iniziativa di self-service guidata dal cliente. Le altre cinque sedi hanno una funzionalità aggiuntiva, che permette ai clienti di richiedere assistenza tramite un'interazione faccia a faccia con un assistente di vendita di Macy’s.

Anche se la tecnologia di Watson è in grado di alimentare le interazioni in diversi modi, la prima fase di questo programma pilota applica le funzionalità di riconoscimento del linguaggio naturale in un ambiente di vendita fisico, focalizzato su tre categorie incentrate sui clienti: i prodotti particolari, i servizi e la disposizione di ciascun negozio. Satisfi accede alla tecnologia di Watson tramite il cloud e questo modello agevola l'apprendimento continuo e i miglioramenti alla soluzione. Con il progredire del programma, Macy’s punta a studiare attentamente e a valutare altri potenziali utilizzi della tecnologia, con l'obiettivo di implementare le complete capacità di dialogo cognitivo di Watson in fasi future.

In tutte le 10 sedi del test i clienti sono invitati a visitare macys.com/storehelp sul browser del proprio dispositivo mobile, per interagire con il programma pilota in negozio. La prima fase di Macy’s On Call, avviata di recente, continuerà secondo le previsioni fino al tardo autunno del 2016.

I negozi pilota di “Macy’s On Call” sono:

Sedi per l'apprendimento base

Macy’s Montgomery – Bethesda, MD

Macy’s Woodbridge Center – Woodbridge, NJ

Macy’s Clackamas Town Center – Portland, OR

Macy’s Santa Anita – Arcadia, CA

Macy’s Miami International – Miami, FL

Collegamento in altre sedi di Macy’s con supporto aggiuntivo del personale di vendita

Macy’s Short Hills – Short Hills, NJ

Macy’s Mall of Georgia – Buford, GA

Macy’s Lenox Square – Atlanta, GA

Macy's Aventura – North Miami, FL

Macy's Roosevelt Field – Garden City, NY

Macy's

Macy's, il più grande brand retail della catena di Macy's, Inc. (NYSE: M), fornisce abbigliamento e articoli di lusso accessibili, a clienti in circa 734 sedi in 45 Stati, District of Columbia, Portorico e Guam, nonché a clienti negli Stati Uniti e in più di 100 destinazioni internazionali tramite il suo principale negozio online sul sito macys.com. Attraverso i suoi negozi, il sito di e-commerce e le piattaforme *mobile* e *social*, Macy's offre assortimenti di prodotti particolari, tra cui la famiglia più richiesta di marchi esclusivi e di moda per uomo, donna e per la casa. Macy's è nota per eventi leggendari quali 4th of July Fireworks® e Thanksgiving Day Parade®, oltre a spettacolari sfilate di moda, eventi culinari, esposizioni floreali e presenza di celebrità. I negozi di punta di Macy's – tra cui Herald Square a New York, Union Square a San Francisco, State Street a Chicago, Dadeland a Miami e South Coast Plaza nella California meridionale – sono famosi a livello internazionale e rappresentano destinazioni importanti per i turisti. Forte di oltre 150 anni di tradizione e con il supporto collettivo di clienti e dipendenti, Macy's contribuisce a rafforzare le comunità sostenendo organizzazioni benefiche locali e nazionali attraverso la donazione di oltre 69 milioni di dollari ogni anno, che aiutano a fare la differenza nella vita dei suoi clienti. Per i materiali destinati alla stampa di Macy's, inclusi immagini e contatti, visitate la sala stampa online all'indirizzo macys.com/pressroom.

Satisfi

Satisfi è una piattaforma di engagement intelligente, basata sulla localizzazione, che associa la velocità e l'accuratezza dell'automazione alla personalità di un individuo reale. L'uso di Satisfi consente di generare opportunità di conversione in vendita in tempo reale, acquisendo preferenze, opinioni, domande ed esigenze dei clienti. Il customer engagement che ne deriva migliora l'esperienza on-site grazie all'introduzione di funzionalità supplementari e porta alla luce informazioni e insight prima sconosciuti. Per maggiori informazioni, visitate il sito: www.satisfi.fi

IBM Watson: Pioniere di una nuova era di computing

Watson rappresenta una nuova era, denominata cognitive computing, in cui i sistemi sono in grado di comprendere il mondo così come fanno gli esseri umani: attraverso i sensi, l'apprendimento e l'esperienza. Watson apprende continuamente dalle interazioni passate, acquisendo valore e conoscenza nel corso del tempo. Con l'aiuto di Watson, le organizzazioni sfruttano la potenza del cognitive computing per trasformare settori, aiutare i professionisti a svolgere meglio il loro lavoro e risolvere sfide importanti. Nell'ambito della strategia di IBM volta ad accelerare la crescita del cognitive computing, Watson si apre al mondo, permettendo a una comunità sempre più ampia di oltre un milione di sviluppatori, studenti, imprenditori e appassionati di tecnologia di sfruttare con facilità la piattaforma di cognitive computing più avanzata ed eterogenea attualmente disponibile. Centinaia di clienti e aziende in sei continenti e decine di settori usano attivamente Watson. Più di 550 commercializzano già le loro idee e oltre 100 di queste imprese hanno già introdotto sul mercato app, prodotti e servizi commerciali supportati dal cognitive computing. Per maggiori informazioni su IBM Watson, visitate i siti: ibm.com/Watson e ibm.com/press/watson. Partecipate alla conversazione

#ibmwatson.

<https://it.newsroom.ibm.com/2016-07-27-Macys-sperimenta-IBM-Watson-in-partnership-con-Satisfi-come-assistente-personalizzato-per-lo-shopping-in-negozi>