

Il Gruppo Fire vince il "Premio Buone Prassi" con il suo "Chatbot"

LINK: <https://www.aziendabanca.it/notizie/imprese/fire-premio-buone-prassi-2022>



Il Gruppo Fire vince il "Premio Buone Prassi" con il suo "Chatbot" S.V. 12 Maggio 2022 Marco Cecere, Innovation & Digital Transformation Leader del Gruppo Fire, e Antonio Bommarito, Head of Sales & Business Development di Fire Il Gruppo Fire si aggiudica il Premio Buone Prassi Nazareno D'Atanasio-"Le Buone Prassi nella Tutela del Credito" promosso dal Forum UNIREC-Consumatori, riconoscimento assegnato nel corso della cerimonia dell'Annual Unirec 2022. Come si legge in una nota, nell'ambito della IV edizione del premio, il Gruppo Fire si è distinto per le buone pratiche adottate nella categoria "Progetto Virtuoso", una delle due classi tematiche a concorso, che lo ha visto vincitore assoluto con il progetto "Chatbot". A ritirare il premio, Marco Cecere, Innovation & Digital Transformation Leader del Gruppo, che ha ricordato come l'innovazione

tecnologica può contribuire efficacemente nel riportare equilibrio all'interno del ciclo economico. La sfida sarà sapersi affidare a tool innovativi e digitali che semplifichino i processi di gestione del credito, mantenendo un approccio etico e personalizzato in grado di soddisfare le diverse esigenze dei clienti. Il progetto "Chatbot" nel dettaglio L'iniziativa, lanciata ad aprile 2020 e conclusosi a marzo 2021, è nato dalla sperimentazione di una nuova modalità di comunicazione "asincrona" con il consumatore basata su chatbot, per rafforzare e semplificare le relazioni con i consumatori in difficoltà nel tradizionale contatto telefonico, attraverso una piattaforma veloce, user friendly ed efficiente. Grazie a questo sistema, i consumatori possono ottenere facilmente indicazioni sulle modalità di pagamento, strumenti di pagamento self, oltre che un canale voce integrato qualora si volesse passare

dalla gestione self asincrona all'assistenza di un operatore. Nella fase più critica dell'emergenza pandemica, «la sfida dell'azienda è stata quella d'implementare le metodologie tradizionali di phone collection attraverso l'integrazione di canali di contatto diversificati grazie a tool tecnologici agili e innovativi», ha specificato una nota. I risultati finali del progetto hanno dimostrato una maggiore velocità nella definizione di un percorso concordato con il consumatore per risolvere le problematiche legate alla posizione, portando ad un complessivo miglioramento della customer experience.