



Profilazione Customer Base: AI-powered Customer Profiling System

Ente sviluppatore: Dstech Srl

Sede: Genova

Ente di applicazione: Committente riservato



PROCESSO/I DI APPLICAZIONE

Marketing, Commerciale e Comunicazione



SETTORE/I DI APPLICAZIONE

Assicurazioni/Agenzie assicurative, Istituti di credito, Ausiliari finanziari



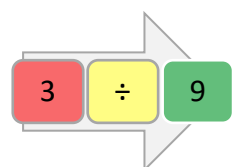
TECNOLOGIE ABILITANTI

Cloud/Piattaforme digitali, Big Data and Analytics, Integrazione orizzontale/verticale, IA/Machine learning

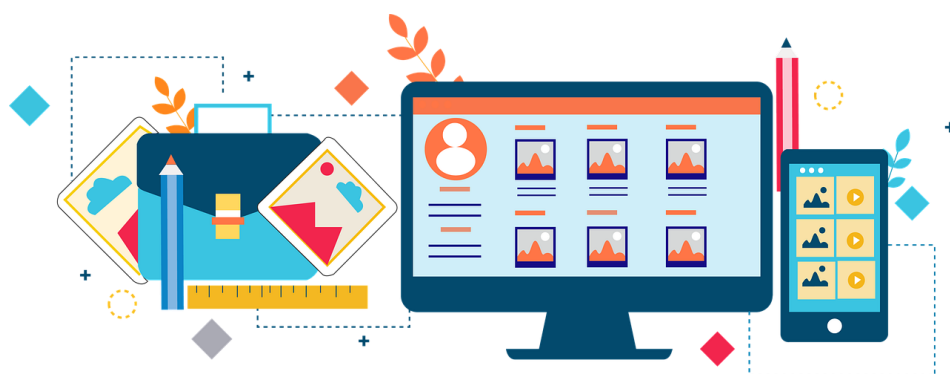


Parole chiave

INTEGRATION PLATFORMS, CRM, SaaS, INFORMATION SECURITY, PRIVACY, BUSINESS INTELLIGENCE, DESCRIPTIVE ANALYTICS, PREDICTIVE ANALYTICS, PRESCRIPTIVE ANALYTICS, AUTOMATED ANALYTICS, DATA MINING, PROFILAZIONE CLIENTI, UPSELLING, CUSTOMER DATA INTEGRATION, ML & NLP, DATA ENRICHMENT



LIVELLO DI MATURITA' TECNOLOGICA (TRL) N°9



Obiettivi

Estrazione e organizzazione di informazioni strutturate sulla customer base, al fine di identificare correlazioni tra clienti, costruire profili unificati e generare proposte commerciali personalizzate. Il sistema ha inoltre l'obiettivo di migliorare l'efficienza dei processi di vendita, supportare l'analisi dei rischi e abilitare logiche di upselling basate su affinità e pattern comportamentali.

Soluzione

La soluzione sfrutta algoritmi di ML e NLP per aggregare e interpretare dati eterogenei relativi al cliente, presenti su più basi dati e sistemi aziendali.

Grazie a un motore semantico avanzato, il sistema riconosce le identità, deriva le relazioni tra soggetti (es. parente, collega, ecc) e struttura un profilo cliente unificato con l'indicazione delle relazioni di forza. Le informazioni elaborate vengono utilizzate per ottimizzare campagne di vendita, personalizzare offerte e supportare decisioni data-driven-to-end.

Fasi di implementazione

- Analisi delle fonti dati esistenti (email, documenti, database).
- Definizione delle logiche di estrazione e correlazione tra clienti.
- Addestramento dei modelli su dati storici e casi reali.
- Integrazione con le applicazioni legacy e i sistemi di gestione esistenti.
- Validazione tramite test su casi d'uso selezionati e messa in produzione con monitoraggio delle performance.

Risultati ottenuti/attesi

- Ottenimento di indicazioni aggiornate sui clienti.
- Miglioramento della qualità delle informazioni cliente.
- Riduzione dei tempi di analisi e costruzione dei profili.
- Aumento del tasso di successo delle campagne di upselling.
- Maggiore accuratezza nella valutazione del rischio commerciale.

