

Antonio Perfido

#CONVERSATION DESIGNER

Progettare esperienze memorabili
con l'AI conversazionale



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con **Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

Professioni Digitali

Le professioni di domani, raccontate dai protagonisti di oggi

Direzione di Alberto Maestri

Il paradigma digitale ha aperto opportunità straordinarie, per chiunque. Innovazione, dati, omni-canalità sono solo alcune delle keyword alla base di questa profonda rivoluzione: per i professionisti di oggi e domani diventa fondamentale rimanere aggiornati e competenti in uno scenario così dinamico, fluido, stimolante. In questo contesto Professioni Digitali propone una collezione di guide pratiche raccontate dai protagonisti di oggi: autori che hanno saputo fare la differenza nel proprio settore diventando fonte di ispirazione per tanti. Una Collana dedicata a consulenti, freelancer, professionisti che desiderano aggiornare le proprie competenze e a quanti hanno da poco intrapreso la via del digitale. Libri agili, pratici e concreti, ricchi di consigli, casi studio, testimonianze e contributi di grandi esperti nazionali e internazionali, pensati per approfondire competenze specifiche e le metodologie più innovative.

Il dialogo continua su...

 <https://www.linkedin.com/company/francoangeli/>



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Antonio Perfido

#CONVERSATION DESIGNER

Progettare esperienze memorabili
con l'AI conversazionale

Progetto grafico della copertina: Gianni Camusso
In copertina: © Shutterstock

1a edizione. Copyright © 2022 by FrancoAngeli srl, Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

*A Vito ed Elena: le origini, il legame.
A Rossella e Alessandro: il presente, il futuro.*

Indice

Prefazione , di <i>Eleonora Chioda</i>	pag.	11
Introduzione	»	15
1. L'Intelligenza Artificiale conversazionale	»	19
1. Dal mobile alle interfacce conversazionali	»	19
2. Il conversational marketing	»	23
3. L'evoluzione delle interfacce "uomo-macchina" e il <i>design human-centered</i>	»	26
4. L'Intelligenza Artificiale e il design conversazionale	»	30
2. Il conversation designer	»	32
1. Il professionista delle conversazioni in linguaggio naturale	»	32
2. Il conversation designer: una figura poliedrica	»	34

3. Le competenze indispensabili per un conversation designer: la parola ai conversation designer	pag.	37
4. I profili più richiesti dal mercato	»	40
5. Il conversation design: un lavoro in team	»	47
6. Come diventare un conversation designer	»	48
3. Voice User Interface (VUI): la voce è la nuova interfaccia	»	53
1. VUI e le esperienze conversazionali	»	53
2. Voice users: un pubblico in crescita	»	55
3. Assistenti personali intelligenti, smart speaker e funzionalità integrative	»	57
4. Voice commerce: lo shopping online diventa conversazionale	»	63
5. IVR: l'Intelligenza Artificiale risponde al telefono	»	65
4. Le interfacce multimodali e la nuova frontiera degli "umani artificiali"	»	67
1. La comunicazione multimodale	»	67
2. Le interfacce multimodali: chatbot o assistente virtuale?	»	71
3. Le "macchine affettive": artificial human e il volto umano dell'AI	»	75
4. La "valle misteriosa" di chatbot e assistenti virtuali	»	79

5. Il Conversation Design Process: come progettare i dialoghi di un'interfaccia conversazionale	pag.	81
1. Le conversazioni sono esperienze	»	81
2. Parti con il piede giusto: le quattro regole chiave di un progetto di AI conversazionale	»	82
3. Espressioni, intenti ed entità: le parole chiave di un conversation designer	»	88
4. I dialoghi di un'interfaccia conversazionale	»	89
5. Linee guida per la progettazione di dialoghi utili e coinvolgenti	»	90
6. Il principio cooperativo: progettare conversazioni utili	»	102
7. Principi per il design conversazionale	»	104
8. La prototipazione del “Mago di Oz”	»	105
9. Conversational Analytics: metriche e KPI per misurare le performance del tuo assistente	»	107
10. La “cassetta degli attrezzi” di un conversation designer	»	112
<i>Progettare esperienze vocali</i> a cura di Mary Tomasso	»	117
<i>Progettare esperienze multimodali</i> a cura di Iolanda Iacono	»	121
6. Assistenti virtuali e compliance a cura di Cino Wang e Mario Arcella	»	126

7. Casi d'uso e pratiche di successo	pag.	132
<i>Wysa e le linee guida di una buona progettazione dell'esperienza conversazionale</i>		
a cura di Alessio Pomaro	»	132
<i>Virtual Monty: l'artificial human più influente d'Italia</i>		
di Ernesto Di Iorio	»	138
8. Uno sguardo sul futuro	»	145
1. AI conversazionale, “umani artificiali” e Metaverso: l’inizio di un nuovo mondo?	»	145
Conclusioni	»	153
1. Il messaggio da “portare a casa”	»	153
Ringraziamenti	»	157
Bibliografia	»	159

Prefazione

di *Eleonora Chioda**

Ho fatto un viaggio meraviglioso nel mondo dell'Intelligenza Artificiale conversazionale. Per un anno, ho moderato webinar dedicati a creatività e Intelligenza Artificiale e, come in ogni grande viaggio, ho raccolto per strada piccoli tesori. Nuove scoperte, esperienze e persone che mi hanno arricchito. Ho intervistato i più grandi esperti in materia, ho scoperto una nuova professione, quella del conversation designer, e ho acquisito una grande consapevolezza: non importa quanto sia potente l'Intelligenza Artificiale, quello che conta è che l'uomo sia sempre al centro.

Certo le cose stanno cambiando.

“Essere capaci di scrivere storie non è più una prerogativa solo dell'essere umano. Le macchine si stanno impadronendo delle tecniche dello storytelling e stanno imparando le regole per raccontare una buona storia”, mi ha spiegato, durante il primo grande evento di questa serie, Joseph Sassoon, l'uomo che ha introdotto lo storytelling in Italia nel 2007. Le macchine sanno scrivere un articolo, comporre musica, creare la sceneggiatura di un film. Sanno rispondere a un cliente arrabbiato, sanno prevedere una risposta, sanno stupire. Qualche anno fa il premio Alexa

* Direttrice responsabile di *Millionaire*.

Prize di due milioni di dollari è stato vinto da un chatbot che è riuscito a sorprendere un ricercatore.

Eppure anche il tempo dei chatbot è finito. La nuova sfida è rendere la conversazione delle macchine emozionale. Secondo una ricerca pubblicata dal *Time*, entro il 2024 l'industria dell'AI che riesce a leggere le emozioni varrà circa 56 miliardi di dollari. E perché questo accada si punta su tono di voce e mimica facciale. I ricercatori sono già al lavoro. A Siena, c'è un'azienda che realizza avatar sempre più tecnologici in grado di riconoscere le emozioni degli utenti. Si chiama QuestIT e, dopo aver creato Caterina, il primo dipendente virtuale della pubblica amministrazione, ha lanciato Asia, un'assistente virtuale in grado di riconoscere gli stati d'animo dell'utente e rispondergli di conseguenza. Il CEO è un ingegnere con PhD in informatica e scienze cognitive. Si chiama Ernesto Di Iorio e non ha dubbi. "La macchina può parlare contemporaneamente con più persone, migliaia di utenti, senza mai abbassare la sua capacità cognitiva. Lavora 24 ore su 24, non dorme, non mangia, parla due lingue o più. E se c'è una domanda difficile chiede all'uomo e impara. Svuoteremo i call center, ma avremo bisogno di umanisti, filosofi, comunicatori. Il capo dei conversation designer in QuestIT è una psicologa".

Lei è Iolanda Iacono. È tra le prime conversation designer in Italia. Laurea in psicologia, un dottorato di ricerca in interazione uomo-macchina. Tanti anni come ricercatrice all'Università di Siena. Oggi coordina squadre di conversation designer, scrive il flusso delle domande e delle risposte: immagina come un utente si possa rivolgere a una macchina, dalle domande più ovvie alle più strambe, e scrive le risposte. Curiosità, empatia, capacità comunicative sono le sue soft skill. Iolanda insegna il suo mestiere in Masterclass dal taglio pratico: entri senza sapere nulla di Intelligenza Artificiale conversazionale ed esci che hai creato la tua assistente virtuale. Accanto a lei ho trovato

linguisti, esperti di voice technology, professori universitari, comunicatori, ricercatori, esperti di marketing.

La rivoluzione è qui. E al centro c'è la creatività.

E se, entro il 2025, 85 milioni di posti di lavoro potrebbero essere sostituiti dalle macchine, 97 milioni di nuove posizioni, più adatte a questo scenario, saranno create. Lo dice il World Economic Forum.

Intanto, però, dovremo tutti adeguare le nostre competenze alla trasformazione digitale. Sviluppare capacità di problem solving, creatività, pensiero critico, spirito d'iniziativa, leadership. E mentre in Silicon Valley le aziende tech iniziano ad assumere filosofi, anche in Italia Intelligenza Artificiale e voice technology creano opportunità e nuove professioni anche per i non tecnici.

Studiare, avvicinarci a questo mondo e non avere paura ci permette di costruire il ponte che ci porterà nel futuro.

Questo libro è il primo passo per partire.

Buon viaggio a voi lettori!

E grazie ad Antonio Perfido per avermi accompagnato in questa avventura.

Introduzione

“Consilienza” è una parola dal grande fascino. Dal latino *cum* – “insieme” – e *sālīo* – “saltare” – il termine è attribuito a William Whewell che coniò il principio di “consilienza di induzioni”: un “salto congiunto in avanti” della conoscenza, attraverso l’apporto di più discipline. Negli anni ’90 il biologo Edward O. Wilson riaffermò il concetto nel saggio *Consilience: The Unity Of Knowledge*.

Per consilienza intendiamo, quindi, la concordanza di evidenze che derivano dall’incontro tra discipline, scientifiche e umanistiche.

Nel marzo del 2011, nel corso della presentazione della seconda generazione di iPad, Steve Jobs pronunciò la storica frase “Technology Alone Is Not Enough”¹ e, riaffermando la visione della sua creatura, disse: “È nel DNA di Apple che la tecnologia da sola non basta: è la tecnologia sposata con le arti liberali, sposata con le discipline umanistiche, che produce i risultati che fanno cantare i nostri cuori”. A ben vedere, le sfide imprenditoriali di Jobs – dalla Pixar a NeXT ad Apple – hanno sempre tratto ispirazione dall’idea che ingegneri, informatici, artisti e designer dovessero lavorare insieme.

¹ Steve Jobs, “Technology Alone Is Not Enough”, video di presentazione dell’iPad 2: <https://youtu.be/sUCpuaqllSQ>.

Ti starai chiedendo perché, in un libro dedicato alla figura del conversation designer, mi soffermo a parlare di consiliazione?

Provo a spiegartelo. Per la stesura di questo libro ho approfondito innumerevoli fonti, italiane e internazionali. Non che i temi mi fossero sconosciuti, al contrario: fanno parte del percorso, professionale e imprenditoriale, mio e del gruppo del quale sono co-fondatore. Ma scrivere un libro richiede uno sforzo, organizzativo e concettuale, che va oltre ciò che puoi sperimentare ogni giorno nel tuo lavoro. Occorre andare all'origine dei fatti, approfondire concetti e rispondere a tanti perché. O, come sostiene il noto filosofo e psicanalista Umberto Galimberti, significa: "... interrogare le cose al di là del loro significato abituale, reso stabile dalla pigrizia dell'abitudine".

L'attuale fase evolutiva del digitale – quella che mi piace definire delle "conversazioni aumentate" – rispecchia appieno il principio di consiliazione. Il conversation designer, o come impareremo a definirlo "il progettista delle esperienze conversazionali costruite sui bisogni delle persone", è un brillante esempio di convergenza tra più discipline: design, scrittura, marketing, scienze cognitive e tecnologiche.

Parliamo di una carriera in piena ascesa nel firmamento digitale. Un professionista destinato, ben presto, a ricoprire un ruolo chiave nei team aziendali dedicati alla progettazione e allo sviluppo di sistemi conversazionali capaci di risuonare con le motivazioni delle persone e di soddisfarne gli intenti. Ma, come per tutte le professioni emergenti, il rischio di ambiguità e confusione è dietro l'angolo. C'è chi definisce il conversation designer un architetto, chi (appunto) un progettista, chi un designer, chi un tecnico, chi invece si spinge oltre, accostando tutte queste qualifiche a un'unica figura professionale.

Il libro che ti appresti a leggere nasce con l'obiettivo di fare chiarezza sulla professione del conversation designer e

contribuire al suo inquadramento. Per questo, partendo dai fondamentali delle conversazioni in linguaggio naturale, sposteremo l'attenzione sulle tecniche di progettazione dei flussi conversazionali e sul processo di design, sia vocale sia multimodale. Approfondiremo l'evoluzione delle interfacce uomo-macchina prospettando un presente-futuro dominato dagli "umani artificiali": avveniristici avatar 3D, in grado di replicare le espressioni dell'uomo, cogliere le sue emozioni e sfruttare la comunicazione non verbale per creare esperienze utente memorabili. Nel racconto non trascureremo gli aspetti legati al trattamento dei dati e alla compliance, dedicando la giusta attenzione all'analisi di casi di applicazione con uno sguardo al futuro dell'AI conversazionale.

Ho chiesto a colleghe e colleghi, di cui apprezzo la professionalità, un contributo che possa rappresentare un ausilio alla comprensione del fenomeno offerto da chi, ogni giorno, vive le sfide dell'AI conversazionale.

Ci attende un viaggio in un mondo meraviglioso pensato per chi già opera in questo contesto professionale, ma soprattutto per chi desidera scoprirne le potenzialità e farne il proprio mestiere. Penso ai freelance in ambito digitale e ai giovani laureati in più discipline. Il mio augurio è contribuire, pagina dopo pagina, a far nascere (o alimentare) una sana passione per questa nuova area di competenze, ormai davvero rilevante, in ambito digitale. Sono, infatti, in sensibile crescita le opportunità di lavoro legate all'Intelligenza Artificiale conversazionale: spazi "consulenti" che necessitano di abilità creative, cultura umanistica e competenze trasversali. Perché, in fondo, le migliori idee, i migliori progetti, nascono dalla perfetta intersezione tra tecnologia e arti liberali.

Come sostiene Cathy Pearl, autentica istituzione nel settore: "È un ottimo momento per diventare un conversation designer, quindi esci e inizia a imparare!".

Affianca il libro *Tea: la virtual coach in conversation designer*, progettata e realizzata con Mary Tomasso (suo

anche il contributo sulla progettazione di esperienze vocali). Puoi chiacchierare con lei all'indirizzo www.conversationdesigner.it. È la prima volta che un libro trova supporto e approfondimento in un'interfaccia conversazionale. Sono certo potrà rappresentare un valido supporto al tuo desiderio di scoprire di più su questa nuova professione e una modalità di approfondimento che ti sarà sempre più familiare in futuro.

Buona lettura e buone conversazioni digitali.

1. L'Intelligenza Artificiale conversazionale

1. Dal mobile alle interfacce conversazionali

“Siamo all’inizio di un passaggio dal mobile alle interfacce conversazionali che risulterà più rapido e profondo del passaggio dal desktop al mobile di dieci anni fa. Il futuro della *brand interaction* è la conversazione, potenziata dall’AI”. Riprendo, in poche righe, un’intervista di Ben Essen, leader dell’agenzia creativa londinese Iris, che allo stesso tempo contestualizza il tema della transizione dal mobile alle interfacce conversazionali e fa luce sull’attuale scenario delle relazioni tra marche e persone.

Ma andiamo con ordine.

I termini “*mobile-first*” (prima) e “*mobile-only*” (dopo) fanno ormai parte del lessico del marketing digitale. Sono i principi ai quali ci ispiriamo nella progettazione web con l’intento di cogliere le nuove abitudini delle persone che privilegiano il mobile rispetto al tradizionale PC.

Ma i sentori di un cambiamento epocale risuonavano già nelle parole di uno degli uomini più influenti nel mondo delle big tech: Sundar Pichai. Nell’autunno del 2016, il CEO di Google nel corso del “Google I/O ’17” – la conferenza annuale dedicata agli sviluppatori – chiariva la visione del colosso di Mountain View annunciando l’imminente passaggio “da un mondo *mobile-first* a un mondo *AI-first*”.

Dal 29 giugno 2007, data di lancio del primo iPhone, il mobile ha conquistato, anno dopo anno, il ruolo di punto di contatto favorito delle persone e ha rivoluzionato le modalità di interazione con i contenuti online oggi contraddistinti da: visite rapide e frequenti, predilezione per video e immagini, fruizione in posizione verticale del dispositivo.

In effetti, lo smartphone è il device verso il quale “converge” un intero ecosistema di conversazioni digitali. Google stima che il 27% della popolazione online utilizza la ricerca vocale da smartphone e che il 70% delle richieste all’Assistente Google è formulato in linguaggio naturale e non più attraverso parole chiave¹.

Ma nel graduale cammino dal “tocco” alla “voce” c’è un fenomeno che gioca un ruolo fondamentale e per questo non trascurabile per gli obiettivi di questo libro: le app di messaggistica istantanea (*messaging apps*) ovvero, forme di comunicazione, tra due o più utenti, basate su chat in tempo reale.

Prima che Facebook Messenger, WhatsApp, Viber, Telegram e Slack si affermassero, c’era IRC (*Internet Relay Chat*)², che agli inizi degli anni 2000 arrivò a contare 10 milioni di utenti iscritti in tutto il mondo. Nulla se paragonati ai 2 miliardi di utenti mensili registrati da WhatsApp nel mese di luglio 2021: una platea sconfinata di persone che la rendono l’app di messaggistica più frequentata al mondo, seguita da Facebook Messenger con 1 miliardo e trecentomila utenti attivi (Fig. 1). Con oltre 1 miliardo e 200 mila utenti anche WeChat, della cinese Tencent, conferma il trend di crescita delle social app.

WeChat è, oggi, talmente radicata nelle abitudini dei cittadini cinesi che trovarne uno senza l’app installata è

¹ Google, Global Web Index, Voice Search Insight Report, Global Data n=400,0001, 2018, <https://bit.ly/3Dhsr4r> e “Your Google Assistant is getting better across devices, from Google Home to your phone”, <https://bit.ly/3JZKVI2>.

² Puoi approfondire il protocollo IRC su <https://bit.ly/3kjG3n2>.