

Prémio de Transformação Digital da APDSI

“Maria” da Fidelidade ganha prémio de inovação

Tecnologia da Fidelidade baseada em Inteligência Artificial, permite uma resposta com maior eficiência e rapidez às necessidades dos clientes

Lisboa, 30 de novembro de 2021. O Centro de Advanced Analytics da Fidelidade e a Fidelidade Assistance foram distinguidos na primeira edição do Prémio de Transformação Digital da APDSI - Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação, na categoria Eficácia/Eficiência das Organizações.

De um total de 41 projetos divididos em três categorias, a inovação da Fidelidade foi selecionada entre 12 candidatos na sua categoria e premiada pela criação do speech bot MARIA, que dotada de Inteligência Artificial, permite responder com maior eficiência e rapidez às necessidades dos clientes da Companhia.

Para Ricardo Gonçalves, responsável pelo Centro de Advanced Analytics da Fidelidade, “a atribuição do Prémio de Transformação Digital à Fidelidade vem reconhecer o longo e forte investimento que a Companhia tem vindo a fazer para o desenvolvimento de recursos e soluções de Inteligência Artificial abrangentes e ao serviço dos clientes”.

Desenvolvida integralmente pelas equipas internas, da Fidelidade Assistance e do Centro de Advanced Analytics, com recurso à tecnologia de Natural Language Processing, com a ajuda de Cloud Technology, MARIA desempenha funções no Contact Center da Fidelidade Assistência, permitindo que mais clientes sejam atendidos por hora. No momento em que um cliente liga para a linha de assistência da Fidelidade Assistance pode ser prontamente atendido pela MARIA. Todo o contacto é contextualizado e o cliente é identificado automaticamente através da sua apólice e de outras informações que permitem proporcionar uma interação perfeita.

Para falar, MARIA escreve as mensagens em texto e pede aos Cognitive Services que lhes dê voz. Para entender o que o cliente diz, usa o mesmo processo, só que ao contrário. A voz é enviada para os Cognitive Services, os quais reencaminham depois a mensagem em texto para a MARIA. Para tomar decisões, MARIA usa um orquestrador de fluxo, desenvolvido pelo Grupo Fidelidade, que interpreta as mensagens do cliente. Permitido responder a um maior número de pedidos dos clientes, com tempos de espera baixos, esta tecnologia tem capacidade para identificar palavras-chave e sugerir as respostas adequadas a cada cenário, ajudando assim a providenciar a assistência de que os clientes necessitam.

Sobre a Fidelidade

Fundada em 1808, a Fidelidade é a seguradora líder de mercado em Portugal, nos ramos vida e não vida, com uma quota total de 25,5% em 2019, estando presente em Angola, Cabo Verde, Moçambique, Espanha, França, Macau, Perú, Bolívia, Paraguai e Chile.

Com 2,3 milhões de clientes em Portugal e mais de 7 milhões em todo o mundo, a Fidelidade conduz a sua atividade com uma estratégia de “Customer Centric Approach” e, através de uma rede de distribuição e canais de elevada dimensão e capilaridade, garante aos consumidores, uma experiência integrada e personalizada, independentemente do canal utilizado.

A Fidelidade é guiada por valores que a definem desde sempre: experiência, inovação, superação e proximidade e, já este ano, foi reeleita Escolha do Consumidor na categoria de “Seguradoras”, “Marca de Confiança” e Seguradora mais Reputada em Portugal.

Apoiar o desenvolvimento e a construção de uma sociedade sustentável é parte essencial da sua política de Responsabilidade Social, que é consubstanciada no Programa Fidelidade Comunidade, que distingue entidades que trabalham nas áreas do envelhecimento, prevenção em saúde e inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade.

www.fidelidade.pt