



INFO
 bresciamobilita.it
 bbsitalia.com
 Sharp.it



Sede: Brescia



Francesca Quiri - Resp. Comunicazione Brescia Mobilità
 Bruno Bottini - Presidente BBS Srl



PN-Y425

Totem interattivi: precedenza al rapporto umano

totem interattivi sono un'espressione evoluta del Digital Signage: Brescia Mobilità ha adottato totem multimediali di BBS, con operatore remoto, per erogare servizi a valore aggiunto.

■ Brescia Mobilità SpA è una società del Comune di Brescia nata per realizzare e gestire in forma integrata la mobilità cittadina, ad esempio: la metropolitana, le telecamere per videosorveglianza, il bike sharing e l'area ZTL.

Due anni fa Brescia Mobilità ha fatto installare dalla società BBS i primi due totem informativi, nelle stazioni Vittoria e FS della metropolitana, le fermate più frequentate. Obiettivo: garantire al passeggero, soprattutto al turista, un'informazione 'live' sulla viabilità dei mezzi di trasporto, gli eventi culturali, i musei, i ristoranti, ecc. L'esperimento è riuscito: dati alla mano, i totem informativi sono stati riconosciuti dal turista e dal passeggero strumenti utili per navigare in rete, informarsi e ottenere risposte.

Il piano iniziale di Brescia Mobilità comprendeva una progressivamente estensione del servizio,

qualora il riscontro iniziale fosse stato positivo: per questo motivo è stata avviata la seconda fase, che ha previsto l'installazione di un terzo totem informativo presso la stazione San Faustino della metropolitana e un quarto totem evoluto, nell'Infopoint Turismo e Mobilità di Via Trieste. In questi totem i monitor sono Sharp modello PN-Y425. Con un'operatività 24/7 e un sistema di raffreddamento senza ventole interne hanno rappresentato la soluzione ideale; l'interattività è stata resa possibile applicando un sistema infrarossi overlay.

Sviluppare i canali informativi

«Per Brescia Mobilità – ci spiega Francesca Quiri, Responsabile Comunicazione – l'informazione alla clientela è un elemento

Francesca Quiri
Responsabile Comunicazione
Brescia Mobilità



“ Per noi l'informazione alla clientela è un elemento prioritario; dialogare con il cliente finale aggiungendo strumenti efficaci è un'occasione per migliorare l'esperienza dell'utente ”

prioritario, soprattutto quando è stata inaugurata cinque anni fa la metropolitana a Brescia. Per noi, dialogare con il cliente finale aggiungendo strumenti efficaci è l'occasione per migliorare l'esperienza dell'utente. L'attività collegata ai totem è stata pensata in questa direzione: espande i servizi dedicati al customer care, basato sui social e sulla comunicazione digitale in senso lato; i totem sviluppano questa filosofia di base, aggiungono un canale di comunicazione e invitano all'interazione con una grafica attraente. Lo scorso anno il nostro customer care ha ricevuto quasi 36mila contatti, ogni mese gli utenti che accedono al nostro sito sono circa 350mila. Questa attività è onerosa da sostenere perché le richieste sono davvero numerose; agendo così, però, ribadiamo anche la nostra disponibilità a raccogliere suggerimenti e lamentele. Condividere ogni aspetto dell'attività è sinonimo di trasparenza: il digitale in questo senso ci aiuta».

Totem con operatore remoto

I due Totem installati di recente sono diversi fra loro. Quello presente nella stazione San Faustino comprende un monitor touch da 42 pollici. Il totem presente nell'Infopoint offre un'evoluzione significativa: ai servizi del totem informativo aggiunge l'interazione con un assistente remoto; comprende due monitor, quello più piccolo è touch per navigare fra i menu; il monitor principale, invece, visualizza le informazioni richieste.

«Abbiamo realizzato la seconda fase del

progetto totem partecipando a un bando della Regione Lombardia sulla valorizzazione dei centri storici, commercio e turismo – prosegue Francesca Quiri. Così abbiamo colto lo spunto per estendere la rete, ragionando come migliorare ulteriormente un aspetto fondamentale per questa tipologia di servizi: la user experience. Il totem installato nell'Infopoint è diverso, abbiamo pensato di renderlo ambivalente: da una parte riproponendo gli stessi servizi dei totem attivi in metropolitana; dall'altro, aggiungendo l'operatore remoto: un nostro collaboratore appare a video e dialoga con l'utente per rispondere alle sue richieste, e lo guida alla fruizione dei servizi. In questo caso il totem offre un supporto propedeutico all'acquisto dei servizi: dall'abbonamento per i mezzi pubblici al bike e al car sharing. Entrambe le funzioni sono state pensate per snellire le code all'interno dell'Infopoint, rivolte ad una clientela che ha familiarità con gli strumenti digitali. La tecnologia integrata in questo totem dà precedenza al rapporto umano perché l'interazione non avviene con una macchina ma





con una persona, che può trovarsi per comodità in un qualsiasi luogo remoto, dal quale può lavorare senza recarsi sul posto di lavoro».

I totem installati in metropolitana, invece, sono stati progettati in modo diverso, coerente alla tipologia degli utenti che transitano in quelle stazioni, ma sono comunque predisposti per l'upgrade all'assistente remoto.

Le informazioni che offre il totem in metro sono un sottoinsieme del totem nell'Infopoint.

In metro si effettuano principalmente due tipologie di navigazione: quella approfondita, quando il visitatore arriva in città, prende la metro e scopre il totem. In questo caso la navigazione torna utile per acquisire una serie di informazioni, dal sistema di mobilità alla visita della città (musei, monumenti, ristoranti, ecc.). La seconda tipologia, prevalente, è occasionale: l'utente scopre la presenza del totem in stazione e ne approfitta per soddisfare rapidamente la sua richiesta in attesa del treno.

Strumenti per processare le attività

La gara di fornitura a Brescia Mobilità è stata vinta da BBS, un'azienda di Paderno Franciacorta, specializzata nella progettazione di software e soluzioni tecnologiche integrate.

«Il nostro lavoro – commenta Bruno Bottini, Presidente della società – si sviluppa principalmente nell'ambito della cultura del turismo, per questo motivo abbiamo sviluppato competenze specifiche. Per noi, realizzare un totem interattivo significa non solo progettare il case, scegliere i componenti ma anche sviluppare l'interfaccia utente e il software che consente al totem di dialogare con le diverse piattaforme del cliente, ad esempio: sito e App. In questo modo, i dati vengono inseriti una volta sola ma l'informazione viene distribuita su qualunque mezzo, è questo il nostro valore aggiunto».

I primi totem prodotti da BBS interagivano con il codice a barre stampato su cartoline distribuite agli utenti, interrompendo la visualizzazione di contenuti standard proposti a rotazione. Quando l'utente passava il codice a barre sul lettore il totem visualizzava contenuti personalizzati.

«L'evoluzione con le nuove tecnologie è stata rapida – commenta Bottini. Oggi siamo in grado di produrre una generazione di totem multimediali molto evoluti: prodotti che alla classica funzione di mezzi di informazione hanno aggiunto quella di strumenti capaci di stampare un documento, acquisire immagini e documenti con una scansione, gestire il pagamento tramite un lettore di carte POS, firmare il documento con valore legale».

Bruno Bottini
Presidente BBS Srl

Assistenza live, punto di forza

«I totem interattivi che abbiamo realizzato per Brescia Mobilità due anni fa – prosegue Bruno Bottini – hanno rappresentato un primo passo. Il totem installato da poco nell'Infopoint è particolarmente innovativo, l'espressione di un sistema automatizzato informativo/turistico. L'utente dialoga con un operatore che vede attraverso il monitor. Un totem di questa generazione lo abbiamo realizzato anche per il Comune di Bergamo: è operativo al centro commerciale Auchan e consente di richiedere e stampare i certificati anagrafici, evitando alle persone di andare personalmente in Comune. Il totem provvede a stampare il certificato, gestisce il pagamento con carta di credito; inoltre, con la tavoletta grafica raccoglie la firma con valore legale. Il totem installato all'Infopoint di Brescia offre le stesse prestazioni; in quel caso la stampante può produrre addirittura il biglietto cartaceo dell'evento acquistato, ad esempio uno spettacolo teatrale. La nostra azienda fornisce al Comune di Brescia un servizio di customer care telefonico, per informare i clienti/utenti della metropolitana e dei mezzi di trasporto».

Il rapporto umano

BBS offre un servizio attraverso due modalità, associando alla fornitura del totem un contratto di manutenzione per aggiornare il sistema e intervenire in caso di guasti. Nel primo caso si limita alla fornitura del totem e all'assistenza della soluzione; il secondo, invece, è più



“ Abbiamo scelto Sharp per la qualità e l'affidabilità dei monitor; ci ha sorpreso molto l'atteggiamento delle persone di Sharp: collaborativo, corretto e qualificato ”

completo perché aggiunge anche il servizio di customer care che il cliente delega così in outsourcing, con tutti i vantaggi del caso.

«Questa soluzione – aggiunge Bruno Bottini – abilita anche il lavoro da casa perché l'operatore non deve necessariamente trovarsi sul posto di lavoro, un vantaggio in più, e poi rivaluta il rapporto umano nell'era digitale perché instaura una relazione di fiducia, che prende un nome e un volto. L'innovazione è proprio questa: rivalutare il rapporto umano, alla base della nostra cultura».

Il rapporto umano è un valore che BBS mette in pratica anche nella selezione dei fornitori.

«Abbiamo scelto Sharp – conclude Bruno Bottini – per diversi motivi: i monitor sono di alta qualità e molto affidabili, aspetto importante per un servizio destinato ad aree pubbliche, oltre che convenienti nel rapporto prezzo/prestazioni. Ma ancora di più ci ha sorpreso favorevolmente l'atteggiamento delle persone di Sharp, sempre disponibile, umile e collaborativo; sono corretti e molto preparati. La nostra filosofia prevede la persona al centro, nel vero senso della parola, di questo ne teniamo conto anche durante la scelta dei fornitori».

