

Conferenza stampa

Milano, 19/9/2018



QUESTIONABLE

AGENDA

- DigitalMDE e il Digital Audio
- Voice Assistant & Smart Speaker
- Dati e scenari di mercato
- I Brand sono pronti per la Voice Revolution?
- Questionable: la nostra soluzione
- Demo Live
- Next Steps



DIGITAL **MDE**
AUDIO STRATEGY



**Competenze,
tecnologie e
contenuti
per il
Digital Audio**

DigitalMDE – Tecnologie e competenze

- Start-up innovativa nata nel febbraio 2016 focalizzata sull'ideazione, produzione, sviluppo e gestione di progetti per il Digital Audio.
- Lavoriamo con editori, radio, concessionarie, brand, agenzie e centri media.
- Abbiamo rapporti con tutte le istituzioni: AGCOM, IAB, UPA, TER, FCP
- Rappresentiamo in esclusiva per l'Italia tecnologie quali:



- Sviluppiamo, produciamo e distribuiamo Podcast e Branded Podcast tramite la nostra divisione



Voice Assistant & Smart Speaker

Cosa sono Voice Assistant & Smart Speaker

Voice Assistant: software per il riconoscimento vocale e la «gestione» del contenuto audio correlato.



Smart Speaker: device abilitato alla ricezione di comandi vocali e all'erogazione dei relativi contenuti audio.

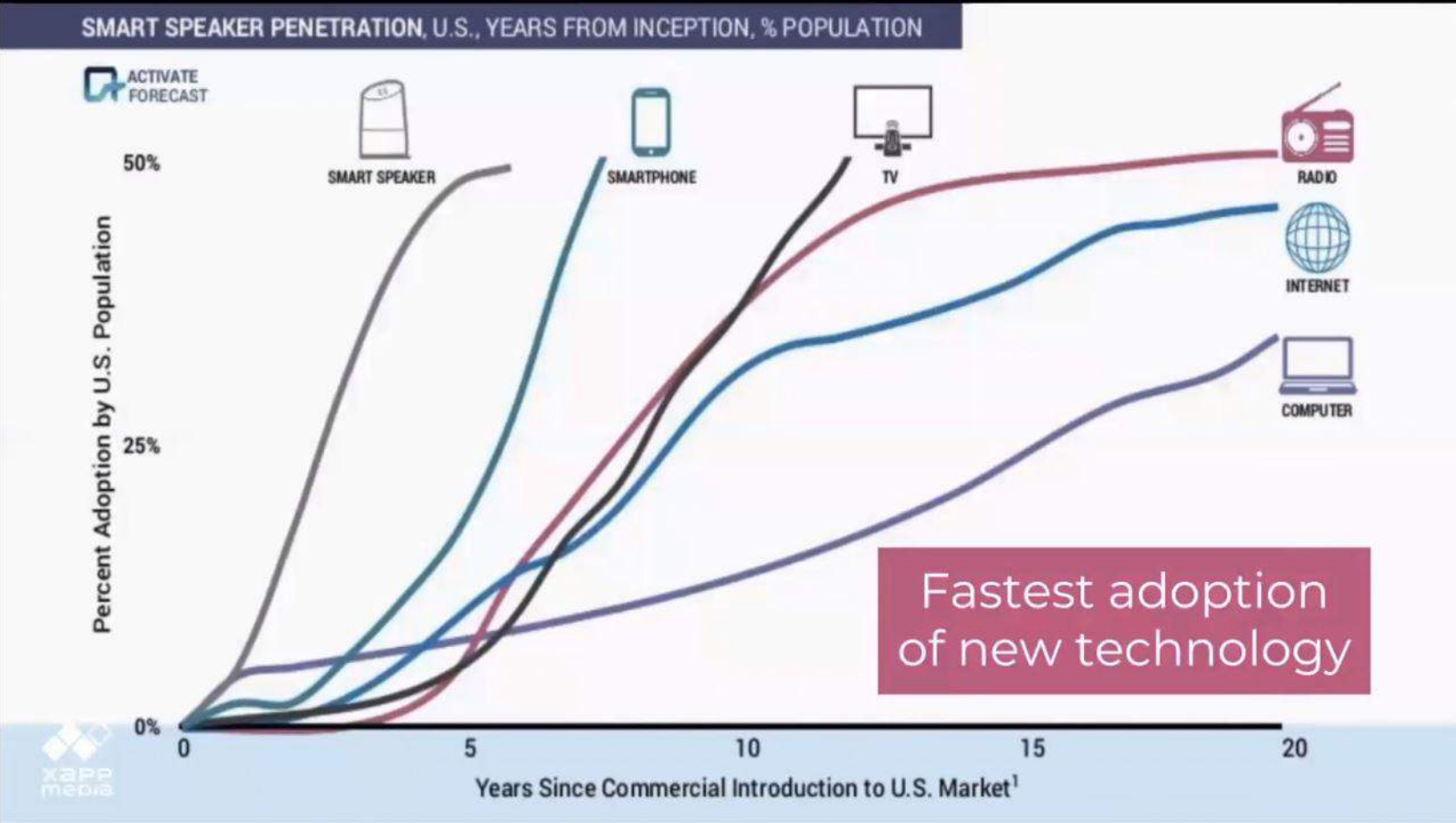


Google è partita!



Dati e scenari di mercato

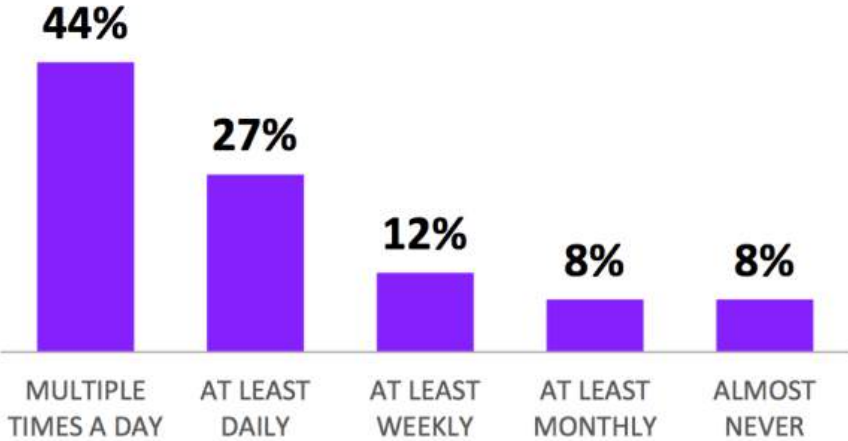
La VOICE REVOLUTION



La VOICE REVOLUTION



PERCENTAGE OF CONSUMERS WHO OWN A SMART SPEAKER (US, AUG 2018)
SOURCE: SURVEY

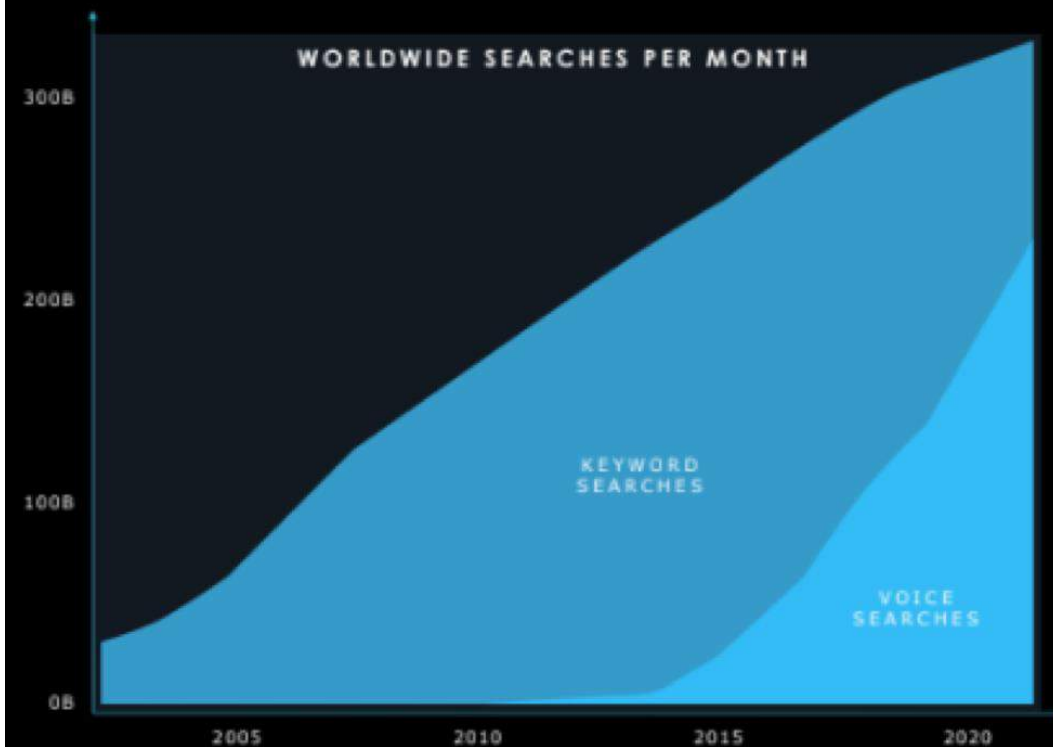


FREQUENCY OF VOICE ASSISTANT USE (US, AUG 2018)
SOURCE: SURVEY



La VOICE REVOLUTION

VOICE IS THE NEW STANDARD

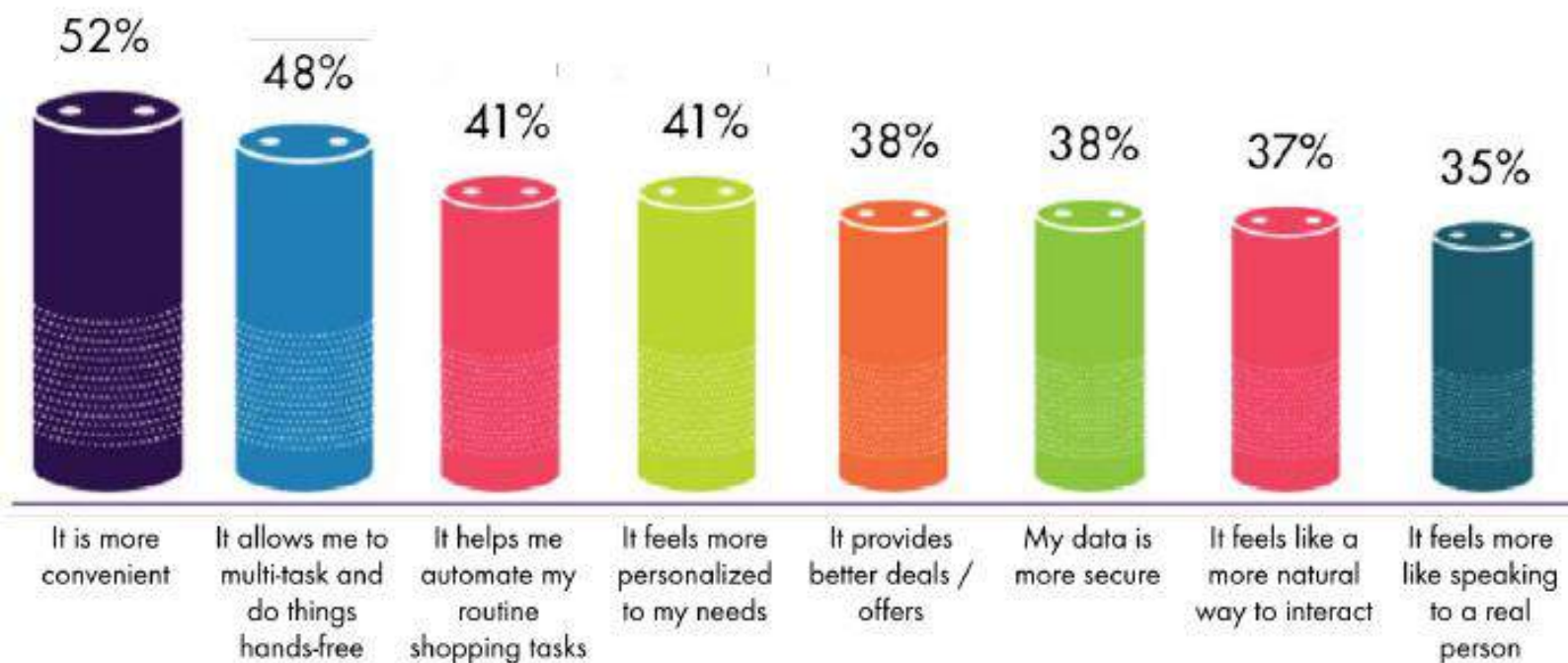


A **massive shift to voice** is under way:

- In 2014, voice search was negligible. Today it exceeds 10% of all search traffic
- Virtual assistants exceed 50B voice searches per month
- Amazon Echo is the fastest-selling smart speaker in history
- **By 2020, over 2/3 of all searches will be done and handled through voice**
- **By 2021, the voice market will have 1.8B users and be worth USD\$11.7B per year**



Le ragioni di un successo



Source: Capgemini Digital Transformation Institute, Conversational Commerce Survey, October-November 2017, N = 5,041 consumers in the U.S., U.K., France, and Germany.

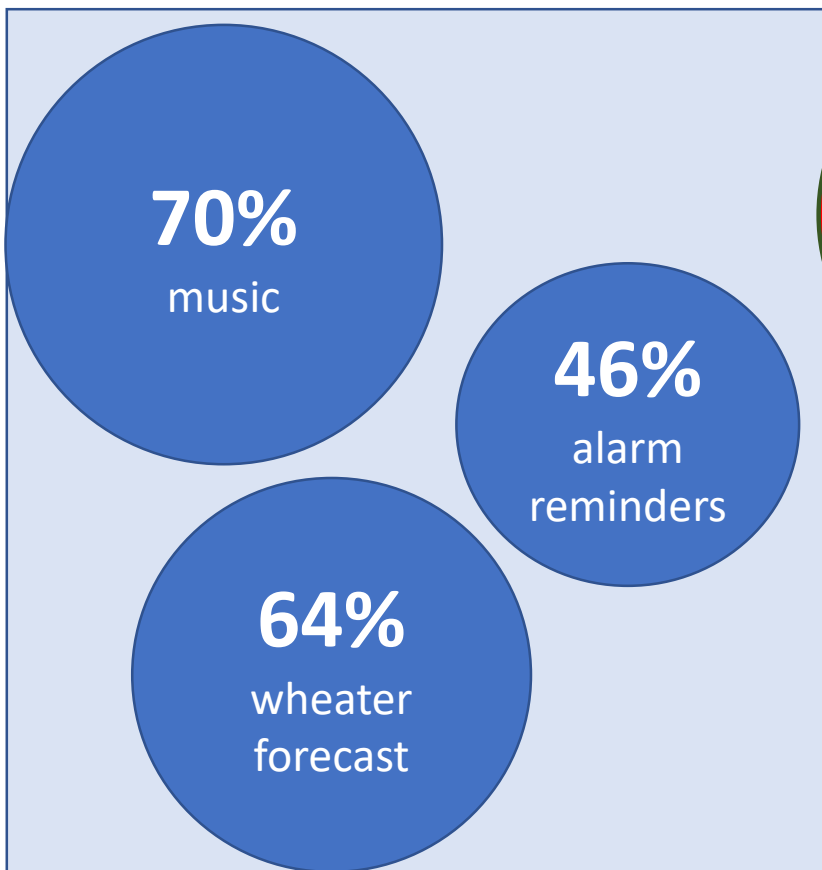


Cosa fanno Voice Assistant & Smart Speaker

VOICE ASSISTANCE | SEP 2018

SEGMENTED: RESPONSES FROM THOSE WHO OWNS A SMART SPEAKER

VOICE ACTIVITIES EXPANDING BEYOND MUSIC & WHEATER



PRYMARY ACTIVITIES



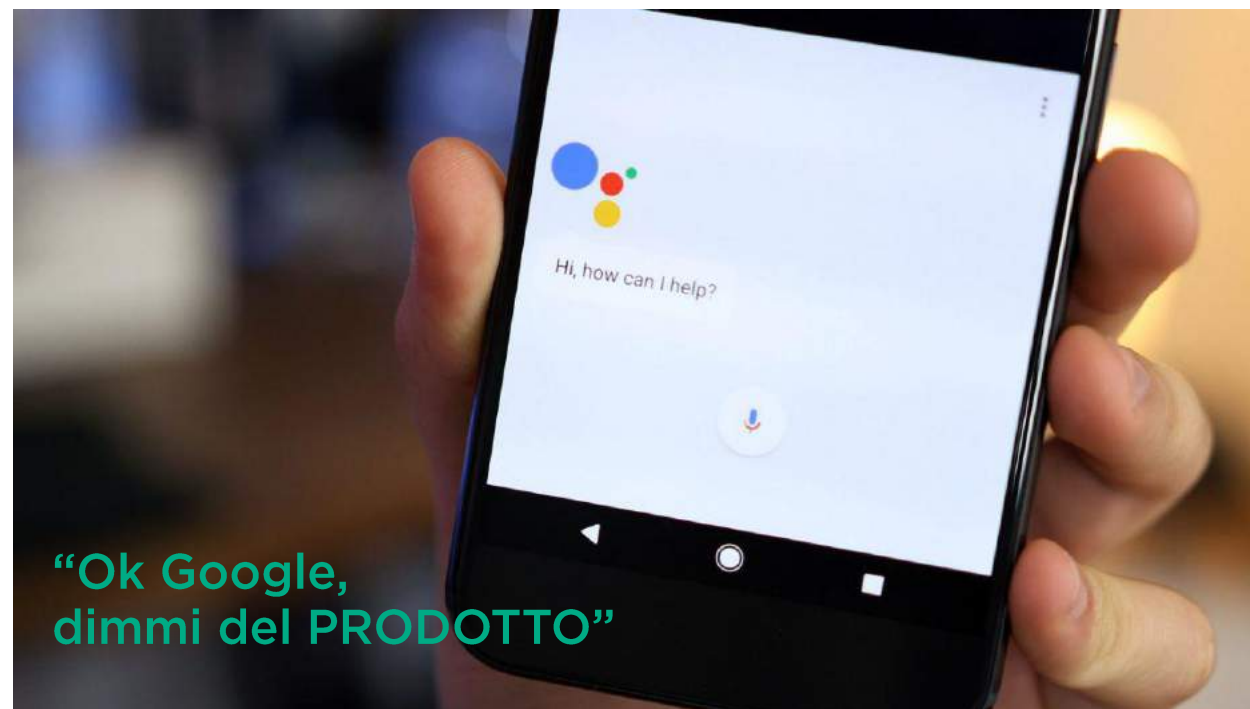
BYTE-SIZE INFORMATION



EMERGING USE CASES

Cosa succede se cerchiamo un Brand o un Prodotto?

“Ok Google, parlami del BRAND”



“Ok Google,
dimmi del PRODOTTO”



I primi passi dei Brand

BRANDNEWS

Le ricerche passano sempre di più dalla voce. E adesso anche Esselunga parla con Ok Google

Anche Esselunga ha presentato il primo di una serie di servizi all'insegna dell'innovazione per offrire ai clienti l'opportunità di una spesa più semplice e veloce. Un mercato, quello degli assistenti vocali, ancora piccolo ma la cui velocità impone ai brand di attrezzarsi per non restare spiazzati e definire le strategie per farsi trovare. Visto che a breve arriverà anche la versione italiana di Amazon Alexa

Esselunga parla con i propri clienti anche grazie all'Assistente Google. Ha cominciato a farlo giusto una settimana fa alla ripresa di settembre, tra le prime insegne a dare la possibilità ai clienti di compilare la propria lista della spesa attraverso l'assistente virtuale di Google, disponibile in italiano su tutti i dispositivi compatibili. Basta chiamare l'app dell'insegna con 'Ok Google, parla con Esselunga' e l'Assistente Google inizia a prendere appunti. Le liste sono poi disponibili sul sito esselungaacasa.it e sulle app per essere consultate e fare la spesa in negozio o tramite il servizio di eCommerce. Le liste possono essere dettate in qualsiasi momento e aggiornate, l'assistente avvisa se un prodotto è già stato inserito ed è capace di riconoscere il nome dei prodotti da aggiungere alla lista di preferenza. La lista della spesa è il primo di una serie di servizi che Esselunga offrirà tramite l'Assistente Google per rendere la spesa più pratica, veloce e personalizzata.

ARRIVA ANCHE AMAZON. Il tutto in attesa che arrivi in Italia anche Amazon Alexa: secondo DDay sarebbe questione di poche settimane, forse a ottobre o ai primi di novembre. Da maggio alcuni early adopter reclutati dall'azienda stanno testando la piattaforma in italiano per 'allenarla' a comprendere le richieste nella nostra lingua.

UN MERCATO PICCOLO MA VELOCE. È un mercato ancora piccolo, quello degli assistenti vocali in paesi come la Francia e l'Italia, ma la velocità che ha assunto altrove, a cominciare dagli USA, impone ai brand di attrezzarsi per ripensare le strategie di contenuto prima di trovarsi spiazzati. Le ricerche, infatti, passano sempre di più dalla voce e se per Google nel 2016 rappresentavano il 20% di tutte le ricerche fatte da mobile, secondo comScore arriveranno a quota 50% già nel 2020. Content Shaker, specialista francese nella creazione di contenuti, ha messo a punto una serie di consigli per aiutare le marche a farsi trovare in un contesto nuovo come quello delle ricerche vocali e degli assistenti personali.



LINGUAGGIO NATURALE. A differenza delle ricerche testuali, quelle vocali sono molto più naturali quindi è più utile lavorare su domande concrete: invece di presidiare termini come 'meteo' converrà pensare a interrogazioni come 'ci vuole l'ombrello, oggi?', lavorare su gruppi di parole più ampi rispetto alle ricerche testuali e usare un linguaggio informale.

POSIZIONE ZERO. Ogni ricerca su Google restituisce molte pagine di contenuti, ma non con gli assistenti vocali: bisogna necessariamente arrivare primi rispondendo ai criteri del sistema di deep learning dell'AI di Google. Un pezzo necessario è rappresentato dai rich snippet, codici html inseriti nelle pagine web che informano i motori di ricerca dei contenuti e dei temi trattati.

SEO LOCALE. La produzione di contenuti per gli assistenti vocali ha messo in evidenza l'importanza della localizzazione. I contenuti dovranno essere particolarmente curati anche con attributi locali, a cominciare dalle informazioni sulla posizione precisa dei negozi, per farsi trovare più facilmente. Il geotagging, per esempio, è stato utilizzato con successo da Johnnie Walker per aiutare gli utenti a trovare il negozio di alcolici più vicino e con il prodotto a scaffale. Ma a questa facilitazione della ricerca vocale il brand ha anche aggiunto una serie di consigli e indicazioni su come servire il whisky o preparare cocktail.

“By 2021, early adopter brands that redesign their websites to support voice-search will increase digital commerce revenue by 30 percent.”

Source: Gartner, Gartner Symposium/ITxpo



**I Brand sono pronti per la
VOICE REVOLUTION?**



QUESTIONABLE

Etimologia

Questionable = discutibile

Question = domanda

QUESTION-ABLE = «DOMANDABILE»

Progettare e realizzare QUESTIONABLE CONTENT, ovvero dare una risposta vocale definita a qualcosa che si è domandato.



QUESTIONABLE

CHI

- E' una società audio-driven specializzata in contenuti attivabili tramite comandi vocali

COSA

- Permette di attivare il dialogo tra un Brand e i suoi utenti

COME

- Offre soluzioni complete per lo sviluppo di progetti di comunicazione voice-based.



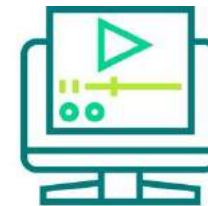
STRATEGY



CONTENT



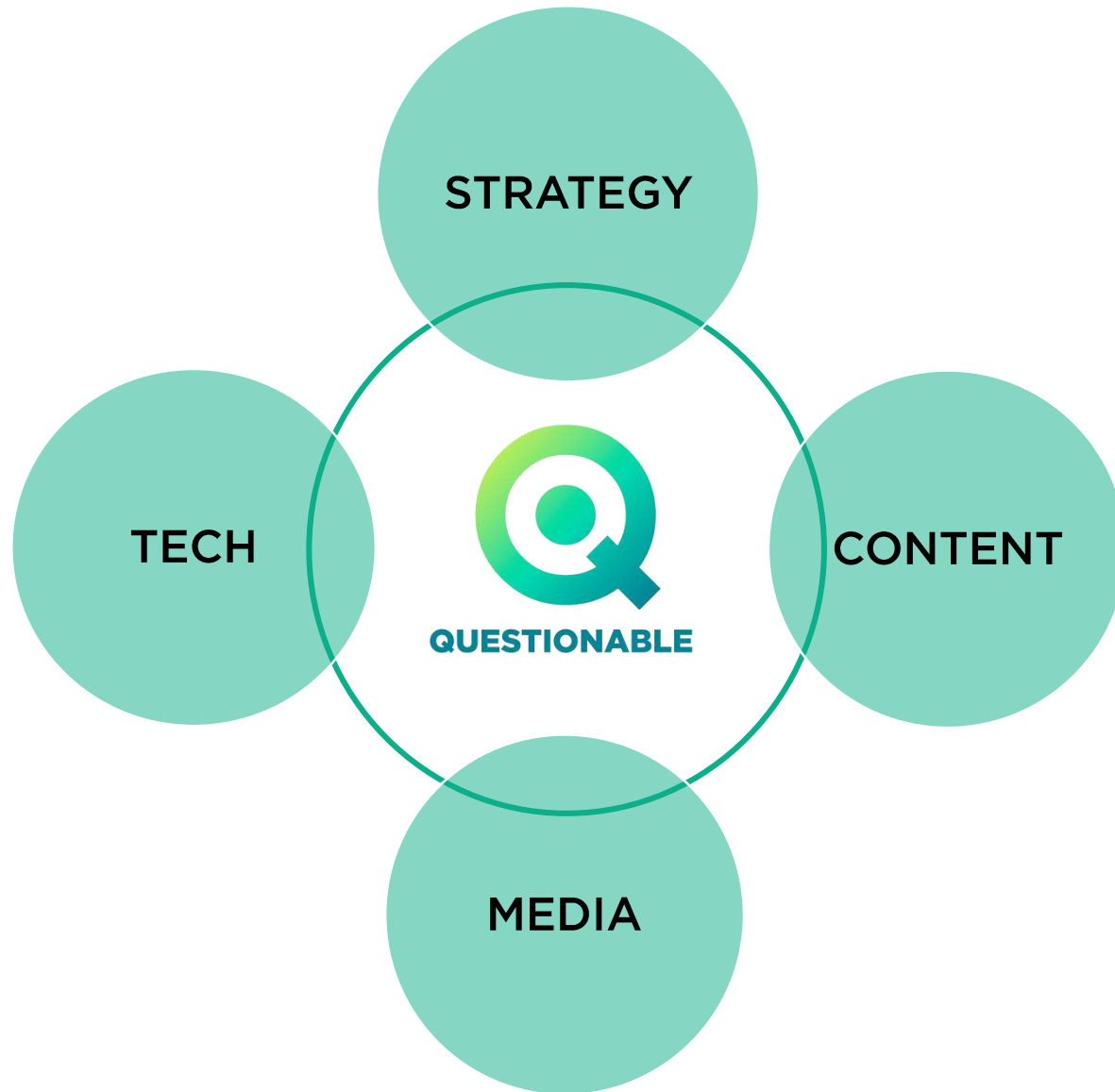
TECHNOLOGY



MEDIA PLANNING



Il mix perfetto



DIGITAL 
AUDIO STRATEGY

 **xapp**
media™

 **GEOTAG**
COMUNICAZIONE



L'importanza di farsi trovare

Non basta ideare e realizzare un voice site, ma è necessario darne visibilità e comunicare «*l'invocation*» del brand.

Come agli inizi era “<http://www.nomebrand.it>”, oggi *#brand*, domani «Ok Google, parlami del brand».

Media proprietari: ad es. retail, sul punto vendita con informazione puntuale vicino allo scaffale.

Media conquistati: attraverso attività Social.

Media acquistati: come codino o firma di una comunicazione di prodotto.



Next Steps

- Sviluppo altri progetti per Brand: il primo in progress con la voce del testimonial molto riconoscibile.
- 11 ottobre: panel sui contenuti in audio digitale a «Content is King», conference organizzata da Engage.
- 12 novembre: organizzazione workshop in Digital Arena inserito nel palinsesto ufficiale di IAB Forum.

«Voice Revolution: il tuo Brand è pronto?»

- Collaborazione con enti e organizzazioni deputati alla misurazione, promozione e visibilità del comparto.





QUESTIONABLE

Grazie per l'attenzione!

info@questionable.it