



**Capgemini press contacts:**

**Laura Muratore**

Marketing & Communication Director

[laura.muratore@capgemini.com](mailto:laura.muratore@capgemini.com)

**Michela Cotich**

Marketing & Communication

[michela.cotich@capgemini.com](mailto:michela.cotich@capgemini.com)

+39 347 3620244

**Community Group:**

**Michele Bon**

[michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)

+39 338 6933868

**Carlo Carboni**

[carlo.carboni@communitygroup.it](mailto:carlo.carboni@communitygroup.it)

+39 348 9412226

## **Entro tre anni il 95% degli automobilisti utilizzerà un assistente vocale in auto**

***L'interesse per le esperienze interattive in auto è in forte aumento, ma persistono timori legati a privacy, sicurezza dei dati e user experience***

**Milano, 14 novembre 2019 - Dal nuovo report del [Capgemini Research Institute](#) emerge che quasi tutti gli automobilisti (95%) utilizzeranno un assistente vocale entro i prossimi tre anni, ma i produttori devono migliorare l'esperienza offerta al fine di soddisfare le aspettative degli utenti.**

Il report, dal titolo "[Voice on the go: How can auto manufacturers provide a superior in-car voice experience](#)", analizza l'adozione da parte dei consumatori di assistenti vocali in auto e le loro aspettative. Il report identifica le opportunità per le case automobilistiche di incrementare i ricavi e il coinvolgimento del cliente attraverso la tecnologia vocale, ma rileva al contempo che il settore giudica le attuali prestazioni degli assistenti vocali più positivamente rispetto ai consumatori. Di seguito le principali evidenze dello studio:

### **Gli assistenti vocali in auto sono utilizzati su larga scala, un trend in continuo aumento**

Quasi la metà (49%) dei consumatori intervistati utilizza gli assistenti vocali all'interno dei veicoli per svolgere numerose attività e si prevede che in futuro questa percentuale salirà al 73%. Attualmente il 77% dei consumatori utilizza i comandi vocali per riprodurre musica e controllare le indicazioni stradali (si prevede che in futuro tale quota salirà all'85%), il 46% prenota gli appuntamenti per la manutenzione al proprio veicolo (in futuro il 74%) e il 45% lo utilizza per servizi specifici, come ordinare cibo a domicilio (in futuro il 72%). Nei prossimi tre anni il 95% dei consumatori prevede di utilizzare un'interfaccia vocale, compreso l'assistente vocale in auto per reperire informazioni, e il 54% afferma che in futuro utilizzerà "sempre" questa tecnologia.

### **I consumatori vogliono una user experience di maggior qualità, ma sono preoccupati dalla sicurezza dei dati**

Quando è stato chiesto loro di valutare la propria esperienza nell'uso degli assistenti vocali in auto, solo il 28% degli intervistati l'ha definita "ottima", mentre il 59% concorda sul fatto che "l'esperienza è stata soddisfacente ma deve essere migliorata". Una netta maggioranza ritiene che sia necessario migliorare le performance degli assistenti vocali, che devono essere integrati con i sistemi di controllo della temperatura (63%), fornire feedback o presentare reclami (61%), ordinare servizi di mobilità specifici (60%) e prenotare appuntamenti per la manutenzione del veicolo (60%).



Dal report si evince che le case automobilistiche, oltre a migliorare l'esperienza utente nei principali casi d'uso, devono affrontare le preoccupazioni relative alla privacy e alla sicurezza dei dati: il 50% dei consumatori ha affermato di non avere fiducia negli assistenti vocali per quanto riguarda la gestione dei dati personali, mentre il 48% ha dichiarato che sono troppo invadenti e richiedono troppe informazioni personali.

*"Gli assistenti vocali stanno diventando una parte essenziale del modo in cui le persone utilizzano l'auto e organizzano la propria vita mentre sono in movimento", ha dichiarato **Eraldo Federici, Manufacturing, Consumer Product, Retail&Distribution Director, Capgemini Business Unit Italy**. "Questo report dimostra come l'industria automobilistica dovrebbe utilizzare gli assistenti vocali come asset strategico sia per incrementare l'engagement dei clienti sia per aumentare i ricavi nel tempo attraverso servizi collegati".*

*"Per compiere ulteriori progressi, il settore dovrebbe educare i consumatori sulle funzioni degli assistenti vocali e sulla sicurezza dei dati, così come incrementarne adattabilità, personalizzazione e sofisticazione per migliorare la pertinenza rispetto alle situazioni e l'integrazione tra gli assistenti vocali nei veicoli e quelli a casa, con l'obiettivo di massimizzarne il valore", ha aggiunto.*

### **Gli assistenti vocali offrono maggiori opportunità di ricavo e di engagement dei clienti**

Secondo il report le aziende automobilistiche in grado di migliorare i loro assistenti vocali potranno beneficiare sia di un maggiore coinvolgimento dei clienti sia di maggiori opportunità di incremento dei ricavi. Il 73% dei clienti che hanno riportato un'esperienza positiva con gli assistenti vocali ha affermato che ne parlerà con amici e parenti, il 65% di preferire questo tipo di tecnologia rispetto ai sistemi tradizionali di customer service e il 58% di essere disposto a sottoscrivere un abbonamento ad altri servizi offerti dalla stessa casa automobilistica.

Inoltre, il maggior engagement dei clienti ha il potenziale per tradursi in aumento dei ricavi. A livello globale, oltre un terzo dei consumatori (37%) ha dichiarato di essere disposto a pagare un extra o sottoscrivere un abbonamento mensile per avere un assistente vocale installato o integrato nella propria automobile, mentre il 48% ha affermato di poter prendere in considerazione in futuro questo tipo di servizio. I conducenti più giovani sono probabilmente più inclini a pagare un simile abbonamento, compreso il 47% delle persone di età compresa tra i 22 e 31 anni, in contrapposizione al 29% della fascia 45-59 anni e al 18% degli ultrasessantenni.

### **Il settore automobilistico sopravvaluta le funzionalità degli assistenti vocali**

I dirigenti del settore automobilistico comprendono l'importanza strategica degli assistenti vocali, tanto che il 72% ritiene che siano un elemento chiave della strategia di business e di customer engagement dell'azienda. Tuttavia, il report evidenzia che attualmente le opinioni di dirigenti e clienti non sono allineate per quanto riguarda le funzionalità degli assistenti vocali: l'81% dei primi ha infatti affermato che gli assistenti vocali "comprendono le esigenze e le preferenze dei consumatori quando formulano suggerimenti", ma solo il 59% degli interessati condivide questa opinione. C'è inoltre un divario tra la percentuale di dirigenti e consumatori che ritengono che la qualità degli assistenti vocali sia in continuo miglioramento grazie ai suggerimenti personalizzati dell'utente (84% dei dirigenti rispetto al 65% dei consumatori) e sul fatto che questi tengano in considerazione il contesto durante l'interazione (74% dei dirigenti rispetto al 59% dei consumatori).

Una copia del report è disponibile per il download a questo [link](#).



### **Metodologia di ricerca**

Per questo report, il Capgemini Research Institute ha intervistato oltre 7.000 consumatori che utilizzano assistenti vocali in auto in Francia, Germania, India, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Spagna, Svezia, Regno Unito e Stati Uniti e 300 dirigenti di case automobilistiche di questi dieci paesi il cui fatturato supera il miliardo di dollari. Sono state inoltre condotte oltre dieci interviste approfondite con dirigenti del settore automobilistico e fornitori di servizi vocali.

### **Capgemini**

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di oltre 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2018 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 13,2 miliardi di euro.

Visita il nostro sito [www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com). *People matter, results count*

### **Capgemini Research Institute**

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi società tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati in India, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>