

**Capgemini contacts:****Raffaella Poggio**

Marketing & Communication Director

Tel.: +39 347 4271901

E-mail: raffaella.poggio@capgemini.com**Community Group:**

Michele Bon

Tel.: +39 338 6933868

E-mail: michele.bon@communitygroup.it**Michela Cotich**

Marketing & Communication

Tel.: +39 347 3620244

E-mail: michela.cotich@capgemini.com

Carlo Carboni

Tel.: +39 348 9412226

E-mail: carlo.carboni@communitygroup.it

Nei prossimi tre anni gli assistenti vocali rivoluzioneranno il commercio e diventeranno la modalità predominante di interazione con i consumatori

Si prevede che gli utenti incrementeranno gli acquisti tramite voice assistant di almeno sei volte nei prossimi tre anni

Milano, 11 gennaio 2018 – Il Digital Transformation Institute di [Capgemini](#) ha pubblicato oggi il report dal titolo "[Conversational Commerce: Why Consumers Are Embracing Voice Assistants in Their Lives](#)", che evidenzia come i consumatori utilizzano gli assistenti vocali e quali opportunità offrono alle aziende per connettersi con i propri clienti. Dal report, al quale hanno preso parte oltre 5.000 clienti tra Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Germania, emerge che, nei prossimi tre anni, gli assistenti vocali diventeranno la modalità predominante di interazione tra i consumatori, e coloro che utilizzano la tecnologia per fare acquisti saranno disposti a spendere il 500% in più attraverso questa nuova forma di interazione rispetto ai livelli attuali.

I voice assistant rivoluzioneranno l'e-commerce

I consumatori stanno sviluppando una forte preferenza nell'interazione con le aziende tramite assistenti vocali. La ricerca ha evidenziato che oggi circa un quarto degli intervistati (24%) preferirebbe utilizzare un voice assistant anziché un sito web. Tuttavia, si stima che nei prossimi tre anni questa percentuale crescerà fino a raggiungere il 40% e quasi un terzo – 31% - interagirà con un'assistente vocale invece di recarsi in un negozio fisico o presso una filiale bancaria, rispetto al 20% registrato oggi.

Attualmente, chi utilizza gli assistenti vocali investe il 3% della propria spesa totale tramite voice assistant, ma si stima che questa percentuale crescerà fino a raggiungere il 18% nei prossimi tre anni, riducendo così la quota di acquisti effettuati presso un negozio fisico (45%) e sui siti web (37%). L'utilizzo principale resta ancora quello dello streaming di musica e della ricerca di informazioni sulla rete, ma oltre un terzo degli intervistati (35%) ha utilizzato gli assistenti vocali per acquistare beni alimentari, prodotti per la casa e vestiario. Attualmente, il 28% degli utenti ha già impiegato un vocal assistant per effettuare pagamenti o per spedire denaro, ma il 44% degli utenti ha espresso il proprio interesse nell'utilizzare questi dispositivi per transazioni bancarie, visto che i device più smart dispongono di funzioni di pagamento vocale con carta di credito.

I consumatori sono molto soddisfatti dell'esperienza con i voice assistant

I consumatori che utilizzano l'assistente vocale hanno espresso pareri molto positivi relativi alla loro esperienza, con il 71% che afferma di essere soddisfatto dal proprio assistente vocale. In particolare, tra i principali motivi che spingono gli utenti a preferire il voice assistant alle app per dispositivi mobili o siti web troviamo la convenienza – indicata dal 52% degli intervistati – l'abilità di poter svolgere attività a mani libere (48%) e l'automatizzazione di attività ordinarie di shopping (41%). Anche la capacità degli assistenti vocali



di comprendere gli utenti è un elemento fondamentale; l'81% di chi li utilizza si aspetta che l'assistente vocale capisca accento e dizione. Il report, inoltre, rivela che i voice assistant sono molto popolari tra le persone con età compresa tra i 33 e i 45 anni, e quasi una persona su cinque (17%) ha un reddito annuale lordo superiore ai 100.000 dollari.

Gli assistenti vocali offriranno importanti benefici ai retailer e ai brand

I brand che offrono esperienze positive tramite assistente vocale genereranno maggiori opportunità di business e un passaparola positivo. Dal report è emerso che il 37% degli utenti dei voice assistant sarebbe disposto a condividere con amici e familiari un'esperienza positiva, inoltre anche il 28% degli attuali non utenti incrementerebbe le transazioni con un brand a seguito di un'esperienza positiva. Tutto questo si traduce in possibili guadagni dal punto di vista finanziario, in quanto i consumatori sarebbero disposti a spendere il 5% in più con un dato marchio a seguito di un'esperienza positiva con un voice assistant.

Alessandro Kowaschutz, Vice President di Capgemini Italia, ha affermato: *"Gli assistenti vocali rivoluzioneranno completamente l'interazione tra i brand e i clienti. Ciò che rende accattivanti gli assistenti vocali è la loro perfetta integrazione nelle nostre vite, attraverso un'interazione semplice e ricca che i consumatori non hanno mai provato prima. I marchi che riescono a capitalizzare l'incredibile interesse che i consumatori hanno mostrato nei confronti degli assistenti vocali potranno costruire relazioni più solide con i propri clienti e creare importanti opportunità di crescita per il brand stesso".*

Metodologia di ricerca

Il Digital Transformation Institute di Capgemini ha intervistato oltre 5.000 clienti negli Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Germania. La ricerca quantitativa è stata integrata con dei focus group virtuali di discussione ai quali hanno partecipato i clienti provenienti da ciascun paese. Il sondaggio, ma anche i focus group di discussione – ha unito un mix bilanciato di dati demografici e user/non-user.

Per scaricare una copia del report cliccare [qui](#).

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 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2016 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,5 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.it.capgemini.com. *People matter, results count.*

Digital Transformation Institute

Il Digital Transformation Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca sull'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi aziende 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 nel Regno Unito, in India e negli Stati Uniti.