

Contesto:

Il nuovo report Speak Easy, nato dalla collaborazione tra Mindshare e J.Walter Thompson Innovation Group, ha evidenziato che il 45% delle persone usa l'assistente vocale per la sua velocità mentre il 35% lo usa per pigrizia e per mancanza di voglia di scrivere.

Dettagli e implicazioni:

Il servizio di assistenza vocale non solo semplificherà le nostre vite ma ci aiuterà a connetterci in maniera più veloce a rimanere in contatto con i brand che seguiamo. Collaborando con l'istituto di ricerca Neuro-Insight, Speak Easy ha studiato come il cervello risponde agli stimoli dell'assistente vocale rispetto a quando la persona deve entrare in contatto fisico con lo smartphone e ne è uscito fuori che durante l'interazione con l'assistente vocale si verificava un'attività cerebrale minore rispetto a quando la persona entrava in contatto fisico diretto con il dispositivo, evidenziando che il servizio di assistenza vocale richiede meno sforzo mentale di quando ci si trova davanti ad uno schermo.

Lo studio ha anche evidenziato che l'attività cerebrale delle persone che ponevano una domanda all'assistente vocale che implicava pronunciare il nome di un brand, mostrava una reazione emotiva più forte rispetto a quelle la stessa domanda la scrivevano. Quindi il semplice fatto di pronunciare il nome di un brand sembra rafforzare ulteriormente il legame emozionale preesistente rispetto a quando lo si nomina in forma scritta.

Lo studio ha evidenziato cinque abitudini principali:

- 1. Desiderare una relazione con il proprio assistente vocale:** il 74% di coloro che usano lo smartphone concorda sul fatto che se l'assistente vocale può capire quello che gli viene chiesto e rispondere come fanno gli esseri umani allora lo si può usare sempre.
- 2. La voce alleggerisce il carico cognitivo:** lo studio ha evidenziato che coloro che interagivano con l'assistente vocale mostravano livelli più bassi di attività cerebrale rispetto a coloro che scrivevano indicando che l'interazione vocale affatica meno dal punto di vista cognitivo.
- 3. L'assistente vocale libererà i consumatori dagli schermi:** il 53% degli utilizzatori globali di smartphone concorda con la seguente affermazione: "la tecnologia di assistenza vocale aiuterà le persone ad interagire di più tra di loro dal momento che non saranno più impegnate a fissare uno schermo". I brand dovranno assicurarsi che i contenuti siano accessibili attraverso ricerca vocale e capire come catturare l'attenzione dei consumatori attraverso contenuti accessibili tramite l'internet of Things.
- 4. I consumatori vogliono lasciare il controllo al Maggiordomo Digitale:** per i Brand, la sfida principale sarà quella di essere raccomandati dal maggiordomo digitale, prima di tutti gli altri.
- 5. Preoccupazioni riguardanti la privacy:** quando, durante un sondaggio, è stato chiesto a coloro che non usano l'assistente vocale che cosa li incoraggerebbe a farlo, le garanzie riguardanti la sicurezza dei dati personali si sono classificate al primo posto in cinque dei nove paesi intervistati (Inghilterra, Germania, Spagna, Cina e Australia).

Riepilogo:

Jeremy Pounder, Futures Director di Mindshare UK e coautore del report Speak Easy, ha detto: l'assistenza vocale sta per decollare dal momento che rappresenta un modo più immediato per farci interagire con la tecnologia. Le persone la apprezzano perché le aiuta ad evitare il contatto con i dispositivi e ottenere più velocemente quello che vogliono e con meno sforzi. uno degli intervistati l'ha definita "un'esperienza magica". Con il passare del tempo, la sfida per i brand sarà quella assicurarsi di essere scelti da questi sempre più potenti guardiani dei consumatori.