

DAILYMEDIA

DATA: 23-10-2019

TIPOLOGIA: Testata di Comunicazione

PAGINA: 24

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXIX 182
mercoledì 23 ottobre 2019

p. 24

IFF International da oltre vent'anni effettua ricerche di mercato telefoniche tramite il CATI e soddisfa le esigenze dei più importanti istituti di ricerche di mercato e agenzie internazionali, in ogni ambito industriale, in particolare automotive, food, retail, FMCG, finance & banking, utilities e studi socio-politici. Lavoriamo con un approccio al project management che prevede un solo interlocutore tra field e cliente, al fine di ottimizzare i processi, e un team di data manager che garantisce pulizia e chiarezza dei dati forniti. Dal 2016 IFF International offre anche servizi come CAWI e Webcam Interview e una metodologia innovativa che permette di intercettare target sui Social e di intervistarli istantaneamente: il Social to CAWI può risultare uno strumento stupefacente in termini di quantità e di rapidità. Più recentemente, IFF Italia sta effettuando esperimenti per utilizzare assistenti vocali, come Alexa di Amazon, per effettuare interviste online. In previsione della sua presenza all'Assirm Marketing Research Forum, che si terrà il 29 ottobre 2019 presso Palazzo Mezzanotte a Milano, abbiamo intervistato Alessandro Imborgia, Business Developer - IFF.

L'intervista I vocal assistant e le nuove frontiere della ricerca

Ne parla Alessandro Imborgia, Business Developer IFF, ospite il 29 ottobre all'Assirm Marketing Research Forum



Alessandro Imborgia

Il tema centrale dell'edizione 2019 dell'Assirm Marketing Research Forum è "Design the future. Ricerca, Strategia, Insight e Data Intelligence per la crescita delle imprese". Com'è cambiato l'approccio di IFF negli ultimi anni?

Negli ultimi tre anni, IFF International ha edificato un nuovo ponte tra istituti di ricerca e re-

spondenti: sfruttiamo il targeting dei post sponsorizzati sui Social per portare i respondent da click alla survey. Pur senza lasciare la nostra strada maestra, ovvero la ricerca di mercato telefonica, stiamo investendo le nostre energie in innovazione. Ma, forse perché cresciuti nel telefonico, siamo convinti che la voce rimanga il mezzo più efficace.

Quali novità portate quest'anno all'Assirm Forum?

Quest'anno abbiamo trovato un alleato in grado di confermare sia l'efficacia della voce sia di supportare la nostra avanguardia: gli assistenti vocali. Abbiamo scoperto l'universo delle Skill; abbiamo appreso, per esempio, che le skill più scaricate in UK sono le favole per bambini e, senza allontanarci troppo, giusto per avere una visione più ampia, abbiamo scoperto che persino Google sta cambiando radicalmente i suoi algoritmi di "ricerca", perché l'utente medio non digita più le keyword ma parla con il device, dimostrando ampiamente la diffusa e crescente predisposizione delle persone al dialogo con intelligenze artificiali. I sintomi di cambiamento sono evidenti e, di conseguenza, è stato naturale per noi decidere di intervistare un campione rappresentativo in UK, USA e Italia per verificare se i possessori di Smart Speaker sono disposti a essere intervistati. Troverete la risposta nei dati del nostro speech, "Ciao, sono Alexa e sto conducendo una ricerca di mercato. Vuoi procedere?", che si terrà il 29 ottobre, alle ore 14, nella Sala Silent di Palazzo Mezzanotte, durante l'Assirm Forum.