

"Alexa, chiedi a Triennale che eventi sono in programma oggi"



"Alexa, chiedi a Triennale a che ora apre"

6 Febbraio 2020

Beatrice Pamio _ 1016721

Arte e Web_Prof. Massimiliano Tonelli

Premesse: opportunità di mercato



amazon alexa



Crescita dei clienti attivi di Amazon Echo in Italia in un anno



Il numero di interazioni registrate in Italia



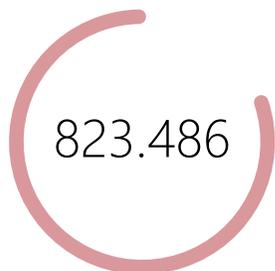
Il numero di Skill presenti nello store Alexa



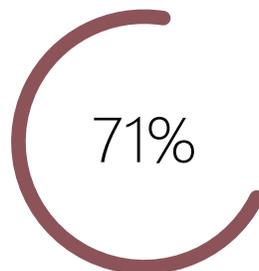
Il numero di sviluppatori che compongono la community

Fonte: Piccinelli, 2019

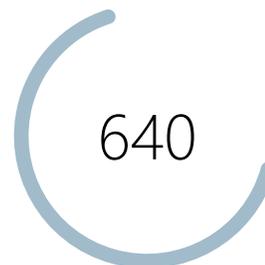
Premesse: opportunità di mercato



Numero di visitatori nel 2018



Percentuale di under45 sul
totale dei visitatori



Eventi organizzati



Numero di sessioni
generate dal sito
triennale.org

Fonte: Triennale, 2018

L'idea: la Skill Alexa

La Skill Alexa di Triennale nasce come strumento per coinvolgere il pubblico e per comunicare efficacemente le iniziative promosse

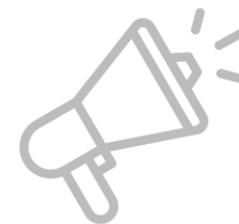
Il target di Triennale coincide con il target di Amazon Echo: utenti under44

La Skill risponde al comando «*Alexa, apri Triennale di Milano*» o «*Alexa, chiedi a Triennale quando apre*»

La Skill fornisce informazioni sulle mostre in corso e sugli eventi in programma, insieme ad informazioni pratiche come orari e indicazioni



I costi



Se collaboratore esterno,
circa 500€/mese

Costo fisso
ammortizzato

1.200€

Punti di debolezza



1

L'assenza di aggiornamento in seguito al suo rilascio che produrrebbe l'effetto contrario rispetto a quello desiderato, può infatti generare nell'utente la percezione di poco interesse e poca cura.

2

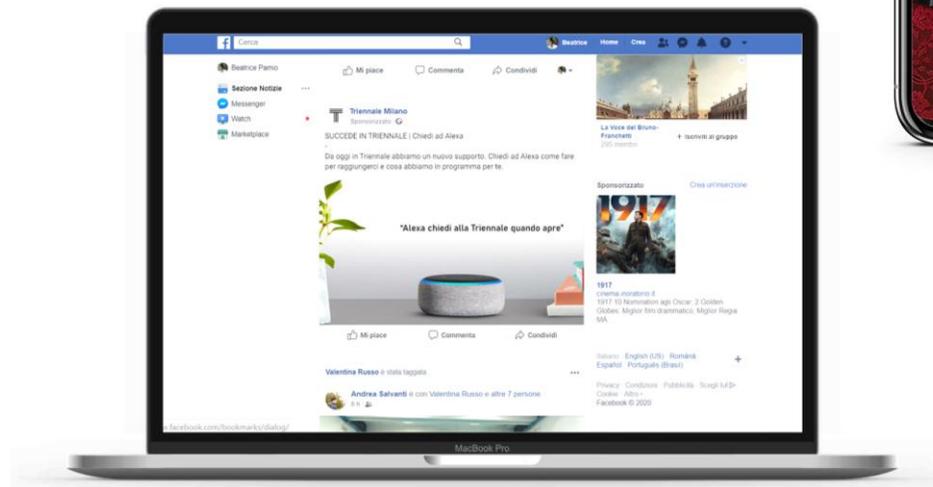
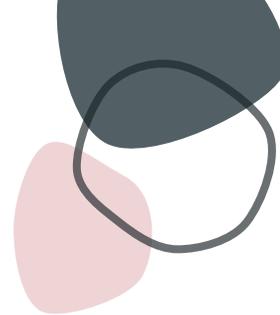
La Skill in lingua italiana può costituire un limite al raggiungimento di un più ampio pubblico possibile che nel caso di Triennale è molto internazionale.
È necessario considerare l'ipotesi di creare una Skill per il pubblico anglofono e internazionale in modo tale da ampliare le potenzialità di tale mezzo

Promozione

Il lancio della Skill verrà accompagnato da un'attività promozionale attraverso le pagine social di Triennale, il cui target è in linea con il target di Amazon Echo (under44)

La campagna Facebook prevede la targettizzazione di un pubblico di età compresa fra i 22 e i 45 anni nell'area di Milano

La campagna Instagram prevede contenuti simili ma più ingaggianti dal punto di vista visivo. Il luogo di riferimento per il target è Milano e la fascia d'età presa in considerazione va dai 18 ai 35 anni



Sviluppi futuri

Il costante miglioramento degli smart speaker e l'ampliamento di possibilità di interazione renderà la loro diffusione e il loro utilizzo sempre maggiori. Per il futuro possono essere presi in considerazione tre scenari:



Inserimento delle informazioni circa gli oggetti presenti nella collezione permanente della Triennale



Visite guidate virtuali mediante i nuovi dispositivi Amazon Echo Show e schermi connessi agli smart speaker



Progetti realizzati con artisti e performer in esclusiva per Alexa e pensati unicamente per questo strumento (es. performance virtuali)