



Eventi DigitalMDE presenta con UPA “Scopri di più”, soluzione che connette brand e consumatori con la voce

Nell'ambito dei webinar dedicati ai propri associati, UPA ha organizzato un incontro in collaborazione con DigitalMDE, che è stato l'occasione per presentare in anteprima assoluta “Scopri di più”, l'applicazione vocale (Google Action e Amazon Skill) che permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in tv, radio, affissione e stampa. Ormai da tempo la crescita della pubblicità su internet ha fatto emergere le notevoli possibilità del web di ridurre e quasi annullare la distanza o la mancata connessione diretta tra l'annuncio e l'azione (il click del digital), a differenza dei media più tradizionali. Oggi questo gap potrebbe essere ridotto grazie alla voce. DigitalMDE, forte della consolidata esperienza nel mondo del Digital Audio, ha creato infatti una soluzione che permette di innescare un'azione diretta tra la call-to-action dell'annuncio e il sistema più rapido e immediato che i consumatori hanno oggi a disposizione: l'assistente vocale presen-

L'app vocale (Google Action e Amazon Skill) permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in tv, radio, affissione e stampa

Scopri di più

te negli smartphone, negli smart speaker domestici e nelle dashboard delle automobili connesse. Il funzionamento è semplice: quando un utente vede o sente un annuncio che invita a “scoprire di più su Scopri di più”, deve solo invocare “Scopri di più” su Google Assistant o Alexa; a questo punto l'applicazione vocale chiederà a quale brand si desidera essere collegati e, dopo la risposta, l'utente riceverà sul suo smartphone, anche se la richiesta è partita dallo smart speaker, una notifica cliccabile che porta a una pagina web con una meccanica scelta dall'inserzionista, ad esempio l'e-commerce, il couponing, la prenotazione, etc.

Commenti

“I brand hanno a disposizione un sistema di connessione con i con-

sumatori semplice e diretto per le proprie campagne pubblicitarie, le agenzie possono disegnare creatività con un percorso ingaggiante di attivazione che parte dai mezzi tradizionali e arriva a landing page digitali in una modalità innovativa. I dati di vendita degli smart speaker sono in continua, inesorabile crescita, le richieste agli assistenti vocali si misurano in decine di migliaia al giorno e l'immediatezza dell'azione che la voce permette non è paragonabile a quella della digitazione. Scopri di più nasce con l'obiettivo di potenziare gli annunci che non hanno una conversione diretta, compresa, almeno oggi, l'addressable tv, e lo fa grazie ad una tecnologia già disponibile, ad esempio, sull'80% degli smartphone in Italia, quindi con una reach inizia-

le di tutto rispetto”, afferma Davide Panza, co-founder DigitalMDE. “In un periodo di forti sfide tecnologiche e di misurazione, pensiamo in particolare ai tracciamenti dei cookie o in-app e al ruolo dell'advanced tv che crescerà con l'imminente switch off televisivo, l'audio potrebbe essere una tecnologia molto promettente per dimostrare il valore della comunicazione lungo l'intero funnel. È interessante notare come la digitalizzazione invece di creare vincitori e vinti possa rivitalizzare tutti i media, attribuendo loro nuovi ruoli nel rapporto con i consumatori, e come non esista più nella pubblicità una forte dicotomia fra branding e performance: entrambe le dimensioni devono essere portate avanti congiuntamente al meglio. UPA, avendo l'innovazione ormai da molti anni nel proprio DNA, continua a fare scouting di potenziali approcci game-changer, per ispirare nuove modalità di lavoro agli advertiser e ai loro partner di comunicazione”, dichiara Alberto Vivaldelli, responsabile digital UPA



CONTENT WRITING, TRANSCREATION & COMMUNICATION PROJECTS

WORDCOUNT - Agenzia di Servizi Editoriali, Linguistici e di Comunicazione.

Creare un dialogo e una collaborazione per i tuoi progetti, online e offline. Traduzione | Localizzazione | Scrittura Creativa | Ideazione e Produzione Progetti Editoriali e di Marketing | Consulenza Linguistica e di Comunicazione | Supporto Relazioni Pubbliche

Come possiamo aiutarti?!

Stay in touch by email: wordcount@tutanota.com or Social Media @wordcount_eu

O se preferisci chiamaci: +44 (0) 7429 557 353

Ci trovi anche su WhatsApp.

www.wordcount.eu



ITALIA

APP, VOCE

DigitalMDE lancia la app vocale 'Scopri di più' che permette di interagire con gli annunci pubblicitari

Nell'ambito dei webinar di Upa dedicati ai propri associati, è stata presentata 'Scopri di più', l'applicazione vocale (Google Action e Amazon Skill) di DigitalMDE che permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in tv, radio, affissione e stampa.

Il funzionamento è semplice:

quando un utente vede o sente un annuncio che invita a "scoprire di più su Scopri di più", deve solo invocare "Scopri di più" su Google Assistant o Alexa; a questo punto l'applicazione vocale chiederà a quale brand si desidera essere collegati e, dopo la risposta, l'utente riceverà sul suo smartphone, anche se la richiesta è partita dallo smart speaker, una notifica cliccabile che porta a una pagina web con una meccanica scelta dall'inserzionista, ad esempio l'e-commerce, il couponing, la prenotazione, etc.

«I brand hanno a disposizione un sistema di connessione con i consumatori semplice e diretto per le proprie campagne pubblicitarie, le agenzie possono disegnare creatività con un percorso ingaggiante di attivazione che parte dai mezzi tradizionali e arriva a landing page digitali in una modalità innovativa - ha commentato Davide Panza, co-founder DigitalMDE -. I dati di vendita degli smart speaker sono in continua, inesorabile crescita, le richieste agli assistenti vocali si misurano in decine di migliaia al giorno e l'immediatezza dell'azione che la voce permette non è paragonabile a quella della digitazione. Scopri di più nasce con l'obiettivo di potenziare gli annunci che non hanno una conversione diretta, compresa, almeno oggi, l'addressable tv, e lo fa grazie ad una tecnologia già di-

sponibile, ad esempio, sull'80% degli smartphone in Italia, quindi con una reach iniziale di tutto rispetto».

«In un periodo di forti sfide tecnologiche e di misurazione, pensiamo in particolare ai tracciamenti dei cookie o in-app e al ruolo dell'advanced tv che crescerà con l'imminente switch off televisivo, l'audio potrebbe

essere una tecnologia molto promettente per dimostrare il valore della comunicazione lungo l'intero funnel. È interessante notare come la digitalizzazione invece di creare vincitori e vinti possa rivitalizzare tutti i media, attribuendo loro nuovi ruoli nel rapporto con

i consumatori, e come non esista più nella pubblicità una forte dicotomia fra branding e performance: entrambe le dimensioni devono essere portate avanti congiuntamente al meglio. UPA, avendo l'innovazione ormai da molti anni nel proprio dna, continua a fare scouting di potenziali approcci game-changer, per ispirare nuove modalità di lavoro agli advertiser e ai loro partner di comunicazione», dichiara Alberto Vivaldelli, responsabile digital UPA.



Scopri di più

Brand News

Direttore responsabile: Nicola Zonca

Redazione: Francesca Bernardi, Luca Orma, Armida Cuzzocrea

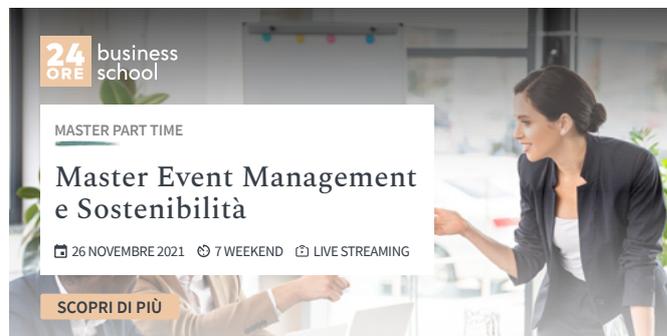
Testata registrata presso il Tribunale di Milano
n° 563 del 25/11/2011

La riproduzione anche parziale è vietata senza
l'autorizzazione scritta dell'editore

partita iva 07599810962
ISSN 2499-8095

Per i comunicati: redazione@brand-news.it
Per la pubblicità: admin@brand-news.it

Editrice: Brand News Media Group S.r.l.
Piazza Tommaseo 2/a, Milano.
Tel: 331/4534441



Strumenti DigitalMDE presenta “Scopri di più”, la voce che può connettere brand e consumatori

Nell'ambito dei webinar dedicati ai propri associati, Upa ha organizzato un incontro in collaborazione con DigitalMDE, che è stato l'occasione per presentare “Scopri di più”, l'applicazione vocale (Google Action e Amazon Skill) che permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in tv, radio, affissione e stampa. Ormai da tempo la crescita della pubblicità su Internet ha fatto emergere le notevoli possibilità del web di ridurre e quasi annullare la distanza o la mancata connessione diretta tra l'annuncio e l'azione (il click del

L'applicazione vocale - Google Action e Amazon Skill - che permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in televisione, radio, affissione e stampa

ard delle automobili connesse. Il funzionamento è semplice: quando un utente vede o sente un annuncio che invita a “scoprire di più su Scopri di più”, deve solo invocare “Scopri di più” su Google Assistant o Alexa; a questo punto l'applicazione vocale chiederà a quale brand si desidera essere collegati e, dopo la risposta, l'utente riceverà sul suo smartphone, anche se la richiesta è partita dallo smart speaker, una notifica cliccabile che porta a una pagina web con una meccanica scelta dall'inserzionista, ad esempio l'e-commerce, il couponing, la prenotazione.



Scopri di più

digital), a differenza dei media più tradizionali. Oggi questo gap potrebbe essere ridotto grazie alla voce. DigitalMDE, forte della consolidata esperienza nel mondo del Digital Audio, ha creato infatti una soluzione che permette di in-

scare un'azione diretta tra la call-to-action dell'annuncio e il sistema più rapido e immediato che i consumatori hanno oggi a disposizione: l'assistente vocale presente negli smartphone, negli smart speaker domestici e nelle dashbo-

24 ORE business school

MASTER PART TIME

Master Event Management e Sostenibilità

📅 26 NOVEMBRE 2021 ⌚ 7 WEEKEND 📺 LIVE STREAMING

SCOPRI DI PIÙ



Mercato

DigitalMDE presenta a un webinar UPA “Scopri di più”, la soluzione che connette Brand e Consumatori con la semplicità della voce

Una soluzione che permette di innescare un'azione diretta tra la call-to-action dell'annuncio e il sistema più rapido e immediato che i consumatori hanno oggi a disposizione: l'assistente vocale presente negli smartphone, negli smart speaker domestici e nelle dashboard delle automobili connesse.

Nell'ambito dei webinar dedicati ai propri associati, UPA ha organizzato un incontro in collaborazione con DigitalMDE, che è stato l'occasione per presentare in anteprima assoluta **Scopri di più**, l'applicazione vocale (Google Action e Amazon Skill) che permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in tv, radio, affissione e stampa.

Ormai da tempo la crescita della pubblicità su Internet ha fatto emergere le notevoli possibilità del web di ridurre e quasi annullare la distanza o la mancata connessione diretta tra l'annuncio e l'azione (il *click* del digital), a differenza dei media più tradizionali.

Oggi questo gap potrebbe essere ridotto grazie alla voce. **DigitalMDE**, forte della consolidata esperienza nel mondo del Digital Audio, ha creato infatti una soluzione che permette di innescare un'azione diretta tra la call-to-action dell'annuncio e il sistema più rapido e immediato che i consumatori hanno oggi a disposizione: l'assistente vocale presente negli smartphone, negli smart speaker domestici e nelle dashboard delle automobili connesse.

Il funzionamento è semplice: quando un utente vede o sente un annuncio che invita a "scoprire di più su *Scopri di più*", deve solo invocare "*Scopri di più*" su Google Assistant o Alexa; a questo punto l'applicazione vocale chiederà a quale brand si desidera essere collegati e, dopo la risposta, l'utente riceverà sul suo smartphone, anche se la richiesta è partita dallo smart speaker, una notifica cliccabile che porta a una pagina web con una meccanica scelta dall'inserzionista, ad esempio l'e-commerce, il couponing, la prenotazione, etc.

"I Brand hanno a disposizione un sistema di connessione con i consumatori semplice e diretto per le proprie campagne pubblicitarie, le agenzie possono disegnare creatività con un percorso ingaggiante di attivazione che parte dai mezzi tradizionali e arriva a landing page digitali in una modalità innovativa. I dati di vendita degli smart speaker sono in continua, inesorabile crescita, le richieste agli assistenti vocali si misurano in decine di migliaia al giorno e l'immediatezza dell'azione che la voce permette non è paragonabile a quella della digitalizzazione. Scopri di più nasce con l'obiettivo di potenziare gli annunci che non hanno una conversione diretta, compresa, almeno oggi, l'Addressable TV, e lo fa grazie ad una tecnologia già disponibile, ad esempio, sull'80% degli smartphone in Italia, quindi con una reach iniziale di tutto rispetto", afferma **Davide Panza, co-founder DigitalMDE**.

"In un periodo di forti sfide tecnologiche e di misurazione, pensiamo in particolare ai tracciamenti dei cookie o in-app e al ruolo dell'advanced TV che crescerà con l'imminente switch off televisivo, l'audio potrebbe essere una tecnologia molto promettente per dimostrare il valore della comunicazione lungo l'intero funnel. È interessante notare come la digitalizzazione invece di creare vincitori e vinti possa rivitalizzare tutti i media, attribuendo loro nuovi ruoli nel rapporto con i consumatori, e come non esista più nella pubblicità una forte dicotomia fra branding e performance: entrambe le dimensioni devono essere portate avanti congiuntamente al meglio. UPA, avendo l'innovazione ormai da molti anni nel proprio DNA, continua a fare scouting di potenziali approcci game-changer, per ispirare nuove modalità di lavoro agli advertiser e ai loro partner di comunicazione", dichiara **Alberto Vivaldelli, responsabile digital UPA**.

Scopri di più su "*Scopri di più*": <https://scopridipiu.it/>

youmark.it

DigitalMDE lancia 'Scopri di più', la soluzione che connette brand e consumatori con la semplicità della voce

11 Novembre 2021

Nell'ambito dei webinar dedicati ai propri associati, **UPA** ha organizzato un incontro in collaborazione con **DigitalMDE**, per la presentazione in anteprima assoluta di '**Scopri di più**', l'applicazione vocale (**Google Action** e **Amazon Skill**) che permette di ottenere un'interazione **semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari** in tv, radio, affissione e stampa.

Ormai da tempo la crescita della pubblicità su Internet ha fatto emergere le notevoli possibilità del web di ridurre e quasi annullare la distanza o la mancata connessione diretta tra l'annuncio e l'azione (il click del digital), **a differenza dei media più tradizionali**. Oggi questo gap **potrebbe essere ridotto grazie alla voce**. DigitalMDE, forte della consolidata esperienza nel mondo del Digital Audio, ha creato infatti una soluzione che permette di innescare un'azione diretta tra la *call-to-action* dell'annuncio e il sistema più rapido e immediato che i consumatori hanno oggi a disposizione: **l'assistente vocale presente negli smartphone, negli smart speaker domestici e nelle dashboard** delle automobili connesse.

Il funzionamento è semplice: quando un utente vede o sente un annuncio che invita a 'scoprire di più su Scopri di più', deve solo invocare 'Scopri di più' su **Google Assistant** o **Alexa**; a questo punto l'applicazione vocale **chiederà a quale brand si desidera essere collegati e, dopo la risposta, l'utente riceverà sul suo smartphone**, anche se la richiesta è partita dallo smart speaker, una notifica cliccabile che porta a una pagina web con una meccanica scelta dall'inserzionista, ad esempio l'eCommerce, il couponing, la prenotazione ecc.

"I brand hanno a disposizione un **sistema di connessione con i consumatori semplice e diretto per le proprie campagne pubblicitarie**, le agenzie possono disegnare creatività con un percorso ingaggiante di attivazione che parte dai mezzi tradizionali e arriva a landing page digitali in una modalità innovativa. I dati di vendita degli smart speaker sono in continua, inesorabile crescita, le richieste agli assistenti vocali si misurano in decine di migliaia al giorno e l'immediatezza dell'azione che la voce permette non è paragonabile a quella della digitazione. Scopri di più nasce con l'obiettivo di potenziare gli annunci che non hanno una conversione diretta, compresa, almeno oggi, **l'Addressable TV, e lo fa grazie ad una tecnologia già disponibile**, ad esempio, sull'80% degli

smartphone in Italia, quindi con una reach iniziale di tutto rispetto”, afferma in una nota **Daide Panza**, co-founder DigitalMDE.

“In un periodo di forti sfide tecnologiche e di misurazione, pensiamo in particolare ai tracciamenti dei cookie o in-app e al ruolo dell’advanced TV che crescerà con l’imminente switch off televisivo, l’audio potrebbe essere **una tecnologia molto promettente per dimostrare il valore della comunicazione lungo l’intero funnel**. È interessante notare come la digitalizzazione invece di creare vincitori e vinti possa rivitalizzare tutti i media, attribuendo loro nuovi ruoli nel rapporto con i consumatori, e come non esista più nella pubblicità una forte dicotomia fra branding e performance: entrambe le dimensioni devono essere portate avanti congiuntamente al meglio. UPA, avendo l’innovazione ormai da molti anni nel proprio DNA, continua a fare scouting di potenziali approcci game-changer, per ispirare nuove modalità di lavoro agli advertiser e ai loro partner di comunicazione”, conclude **Alberto Vivaldelli**, Responsabile Digital UPA.

DigitalMDE presenta a un webinar UPA “Scopri di più”, la soluzione che connette Brand e Consumatori con la semplicità della voce



Nell'ambito dei webinar dedicati ai propri associati, UPA ha organizzato un incontro in collaborazione con DigitalMDE, che è stato l'occasione per presentare in anteprima assoluta Scopri di più, l'applicazione vocale (Google Action e Amazon Skill) che permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in tv, radio, affissione e stampa.

Ormai da tempo la crescita della pubblicità su Internet ha fatto emergere le notevoli possibilità del web di ridurre e quasi annullare la distanza o la mancata connessione diretta tra l'annuncio e l'azione (il click del digital), a differenza dei media più tradizionali.

Oggi questo gap potrebbe essere ridotto grazie alla voce. DigitalMDE, forte della consolidata esperienza nel mondo del Digital Audio, ha creato infatti una soluzione che permette di innescare un'azione diretta tra la call-to-action dell'annuncio e il sistema più rapido e immediato che i consumatori hanno oggi a disposizione: l'assistente vocale presente negli smartphone, negli smart speaker domestici e nelle dashboard delle automobili connesse.

Il funzionamento è semplice: quando un utente vede o sente un annuncio che invita a “scoprire di più su Scopri di più”, deve solo invocare “Scopri di più” su Google Assistant o Alexa; a questo punto l'applicazione vocale chiederà a quale brand si desidera essere collegati e, dopo la risposta, l'utente riceverà sul suo smartphone, anche se la richiesta è partita dallo smart speaker, una notifica cliccabile che porta a una pagina web con una meccanica scelta dall'inserzionista, ad esempio l'e-commerce, il couponing, la prenotazione, etc.

“I Brand hanno a disposizione un sistema di connessione con i consumatori semplice e diretto per le proprie campagne pubblicitarie, le agenzie possono disegnare creatività con un percorso ingaggiante di attivazione che parte dai mezzi tradizionali e arriva a landing page digitali in una modalità innovativa. I dati di vendita degli smart speaker sono in continua, inesorabile crescita, le richieste agli assistenti vocali si misurano in decine di migliaia al giorno e l'immediatezza dell'azione che la voce permette non è paragonabile a quella della digitazione. Scopri di più nasce con l'obiettivo di potenziare gli annunci che non hanno una conversione diretta, compresa, almeno oggi, l'Addressable TV, e lo fa grazie ad una tecnologia già disponibile, ad esempio, sull'80% degli smartphone in Italia, quindi con una reach iniziale di tutto rispetto”, afferma Davide Panza, co-founder DigitalMDE.

“In un periodo di forti sfide tecnologiche e di misurazione, pensiamo in particolare ai tracciamenti dei cookie o in-app e al ruolo dell'advanced TV che crescerà con l'imminente switch off televisivo, l'audio potrebbe essere una tecnologia molto promettente per dimostrare il valore della comunicazione lungo l'intero funnel. È interessante notare come la digitalizzazione invece di creare vincitori e vinti possa rivitalizzare tutti i media, attribuendo loro nuovi ruoli nel rapporto con i consumatori, e come non esista più nella pubblicità una forte dicotomia fra branding e performance: entrambe le dimensioni devono essere portate avanti congiuntamente al meglio. UPA, avendo l'innovazione ormai da molti anni nel proprio DNA, continua a fare scouting di potenziali approcci game-changer, per ispirare nuove modalità di lavoro agli advertiser e ai loro partner di comunicazione”, dichiara Alberto Vivaldelli, responsabile digital UPA.

Scopri di più su “Scopri di più”: <https://scopridipiu.it/>

DIGITALMDE LANCIA UNA SOLUZIONE PER CONNETTERE BRAND E CONSUMATORI CON LA VOCE

La presentazione del prodotto è avvenuta in anteprima durante un webinar riservato ai soci di UPA



Nell'ambito dei webinar dedicati ai propri associati, **UPA** ha organizzato un incontro in collaborazione con **DigitalMDE**, che è stato l'occasione per presentare in anteprima assoluta **Scopri di più**, l'applicazione vocale (Google Action e Amazon Skill) che permette di ottenere un'interazione semplice e immediata in risposta ad annunci pubblicitari in tv, radio, affissione e stampa.

La soluzione permette di innescare **un'azione diretta tra la call-to-action dell'annuncio e l'assistente vocale** presente negli smartphone, negli smart speaker domestici e nelle dashboard delle automobili connesse.

Quando un utente vede o sente un annuncio che invita a "scoprire di più su Scopri di più", deve solo invocare "Scopri di più" su Google Assistant o Alexa; a questo punto l'applicazione vocale chiederà a quale brand si desidera essere collegati e, dopo la risposta, l'utente riceverà sul suo smartphone, anche se la richiesta è partita dallo smart speaker, una notifica cliccabile che porta a una pagina web con una meccanica scelta dall'inserzionista, ad esempio l'e-commerce, il couponing, la prenotazione, etc.

Leggi anche: [UPA e UNA, ecco le linee guida per il nuovo sistema delle Audi. Sassoli: «Tavolo di confronto con tutti i soci»](#)

“I brand hanno a disposizione un sistema di connessione con i consumatori semplice e diretto per le proprie campagne pubblicitarie, le agenzie possono disegnare creatività con un percorso ingaggiante di attivazione che parte dai mezzi tradizionali e arriva a landing page digitali in una modalità innovativa. I dati di vendita degli smart speaker sono in continua, inesorabile crescita, le richieste agli assistenti vocali si misurano in decine di migliaia al giorno e l'immediatezza dell'azione che la voce permette non è paragonabile a quella della digitazione. **Scopri di più nasce con l'obiettivo di potenziare gli annunci che non hanno una conversione diretta**, compresa, almeno oggi, l'Addressable TV, e lo fa grazie ad una tecnologia già disponibile, ad esempio, sull'80% degli smartphone in Italia, quindi con una reach iniziale di tutto rispetto”, afferma **Davide Panza**, co-founder DigitalMDE.

“In un periodo di forti sfide tecnologiche e di misurazione, pensiamo in particolare ai tracciamenti dei cookie o in-app e al ruolo dell'advanced TV che crescerà con l'imminente switch off televisivo, l'audio potrebbe essere una tecnologia molto promettente per dimostrare il valore della comunicazione lungo l'intero funnel. È interessante notare come **la digitalizzazione invece di creare vincitori e vinti possa rivitalizzare tutti i media, attribuendo loro nuovi ruoli nel rapporto con i consumatori**, e come non esista più nella pubblicità una forte dicotomia fra branding e performance: entrambe le dimensioni devono essere portate avanti congiuntamente al meglio. UPA, avendo l'innovazione ormai da molti anni nel proprio DNA, continua a fare scouting di potenziali approcci game-changer, per ispirare nuove modalità di lavoro agli advertiser e ai loro partner di comunicazione”, dichiara **Alberto Vivaldelli**, responsabile digital UPA.