



A Media Italia la gara per il media offline di wefox

VALENTINO CAGNETTA,
CEO DI MEDIA ITALIA

p.13



p.7

DOPO UN PITCH

INPOST ITALIA SI AFFIDA A EGGERS E HUB09

Le due agenzie svilupperanno la comunicazione offline, online e btl per l'operatore logistico indipendente



p.10 e 11

POLIMI: OSSERVATORIO INTERNET MEDIA

INTERNET ADV: IL MOBILE È SEMPRE PIÙ CENTRALE

In uno scenario "cookieless", il device ha più che raddoppiato il suo valore (+117%), avvicinandosi ai 2,4 miliardi di euro di raccolta nel 2021

ALL'INTERNO

p.3

Nielsen Sports, i fan cambiano le regole del gioco

p.4

SACE cerca agenzia per i social, budget da 276.000 euro

p.19

MFE, nel 2021 in Italia ricavi a 2.038 mln di euro (+13%)



p.15

NEL 2022 FOCUS SULLA SOSTENIBILITÀ

BEKO SCEGLIE YAM112003 PER LA COMUNICAZIONE

L'agenzia si occuperà in particolare delle campagne digital e social e dell'adattamento delle creatività internazionali



SU OLTRELAMEDIA.TV

IL TÈ DELLE CINQUE, LA SOSTENIBILITÀ DEL SECOND-HAND

Osprite Wally Mascheroni, Chief Marketing Officer di Subito. Oggi intervista a Ilaria Tiezzi di Accenture Interactive



IN OCCASIONE DEL CAMBIO DI FREQUENZE

RAI WAY SCEGLIE BBS VOICE BOT PER GESTIRE IL CUSTOMER SERVICE

In questi giorni in tutta Italia si sta procedendo alla riassegnazione delle frequenze Tv. Un cambiamento che sta riguardando tutti i cittadini e che deve essere gestito in modo efficace ed efficiente. **Rai Way** ha trovato in **BBS**, azienda bresciana nata nel 1999 che fornisce tecnologie multimediali interattive “chiavi in mano” per il marketing territoriale, l’infomobilità, il turismo e la cultura, il partner ideale per gestire il proprio customer service attraverso un sistema di Intelligenza Artificiale. BBS ha infatti messo a punto un progetto innovativo, sviluppato con l’Università degli Studi di Brescia - Facoltà di ingegneria e dipartimento di Intelligenza Artificiale, e l’Università Federico II di Napoli, basato su un sistema integrato multicanale che utilizza tecniche e algoritmi di intelligenza artificiale: **BBS Voice Bot**. Un sistema che Rai Way ha trovato ottimale per fornire a tutti gli utenti Rai un supporto altamente tecnologico in

grado di sostenere una conversazione in un linguaggio naturale, immediato, e capace di fornire informazioni e segnalazioni di guasti o problematiche inerenti il cambio di frequenze in atto in Italia.

BBS Voice Bot è infatti in grado di ricevere richieste vocali (da telefono fisso, mobile e totem) e scritte (Web chat, WhatsApp, SMS e-mail e Telegram) e di fornire assistenza e informazioni 24 ore su 24, 7 giorni su 7, senza tempi di attesa garantendo, grazie al modulo id AI, un servizio personalizzato, chiaro, puntuale e pienamente soddisfacente per gli utenti, in grado di apprendere sempre più via via che viene utilizzato.

«Siamo orgogliosi che Rai Way abbia scelto BBS Voice Bot in questa importante operazione - dice **Bruno Bottini**, Amministratore Delegato di BBS -. Il nostro sistema è in grado di fornire un’assistenza molto simile a quella dei servizi customer con operatore, eliminando però fastidiose attese e fornendo dati tecnici in tempo reale utili all’azienda erogatrice per migliorare i propri servizi. In questo modo BBS ha posto le basi per il contact center del futuro». Uno strumento in grado di tenere aggiornato costantemente l’utente sulla soluzione del problema o di coinvolgere un operatore umano nel caso in cui la domanda non fosse riconosciuta dal sistema e, a differenza dei tradizionali servizi customer, di fornire contemporaneamente una reportistica dettagliata delle segnalazioni al reparto tecnico.



BRUNO BOTTINI



email marketing
email platform
performance marketing

ketchupadv.com