

OSSERVATORIO CROSSCANALE: UTILIZZARE IA PER PIANIFICARE LA CRESCITA



ALESSANDRO FILIPPINI
BIG DATA & AUTOMATION



EDOARDO SANGREGORIO
ACCOUNT STRATEGIST



10

APRILE

ORE 14:30

SAVE THE DATE



XCHANNEL ACADEMY

FORMAZIONE 2024

XChannel
OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS

**FEB
14**

MULTI MARKETPLACE MARKETING

Un approccio innovativo per ottenere vendite incrementalmente su tutti i nuovi canali



**MAR
6**

RAI PUBBLICITÀ | TOTAL VIDEO

Contenuti di qualità in un contesto sicuro



**APR
10**

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Utilizzare la IA per pianificare la crescita

**MAG
8**

RAI PUBBLICITÀ | AUDIO

Contenuti diversificati e complementari



**GIU
5**

TIKTOK E PINTEREST

Guida pratica per usarli ... e vendere!

**LUG
3**

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Case study di successo nel settore e best practice

**AGO
1**

YOUTUBE E SPOTIFY

Anticipare il Natale 2024 mettendo al centro lo streaming



**SET
4**

RAI PUBBLICITÀ | EXPERIENCE

Cinema ed Eventi Musicali: l'esperienza che crea valore



**OTT
2**

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Il Natale che ci dobbiamo aspettare

**NOV
6**

RAI PUBBLICITÀ | TOTAL VIDEO

La forza della crossmedialità Rai nei grandi eventi



SAVE THE DATE



XChannel
MILANO - BARCELONA



IL NOSTRO TEAM

amazon ads
Verified
partner

Google
Partner

 Channel
CROSSCHANNEL MARKETING



100% Qualified
AMAZON CERTIFICATION



100% Qualified
Google



100% Qualified
Meta



Bocconi



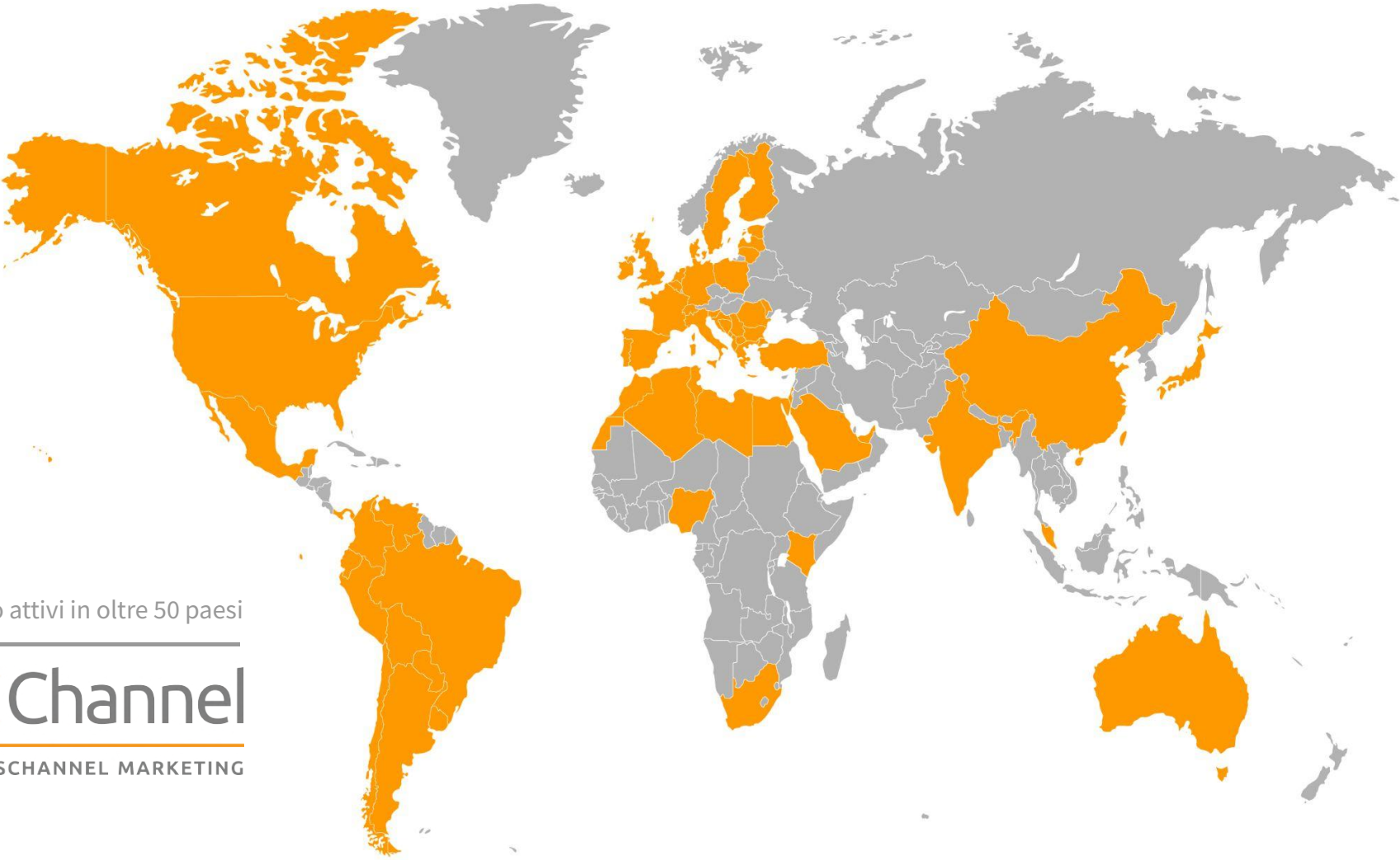
POLITECNICO
MILANO 1863

ninja ACADEMY

IDEO
DESIGN THINKING



Semiotics &
Copywriting

A world map where countries are colored either orange or grey. Orange countries include Canada, the United States, Mexico, Brazil, Argentina, Chile, Peru, Colombia, Venezuela, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Cuba, Haiti, Dominican Republic, Puerto Rico, Greenland, Iceland, United Kingdom, Ireland, France, Germany, Poland, Czech Republic, Slovakia, Austria, Hungary, Switzerland, Italy, Spain, Portugal, Greece, Turkey, Cyprus, Israel, Jordan, Iraq, Kuwait, Saudi Arabia, Oman, United Arab Emirates, Qatar, Bahrain, Brunei, Malaysia, Singapore, Indonesia, Philippines, Thailand, Vietnam, Laos, Cambodia, Myanmar, Bangladesh, India, Pakistan, Afghanistan, Tajikistan, Uzbekistan, Turkmenistan, Kyrgyzstan, Kazakhstan, China, Mongolia, North Korea, South Korea, Japan, Taiwan, Hong Kong, Macau, and Australia. Grey countries include Russia, Canada, Greenland, Iceland, Norway, Sweden, Finland, Denmark, Germany, Poland, Czech Republic, Slovakia, Austria, Hungary, Switzerland, Italy, Spain, Portugal, Greece, Turkey, Cyprus, Israel, Jordan, Iraq, Kuwait, Saudi Arabia, Oman, United Arab Emirates, Qatar, Bahrain, Brunei, Malaysia, Singapore, Indonesia, Philippines, Thailand, Vietnam, Laos, Cambodia, Myanmar, Bangladesh, India, Pakistan, Afghanistan, Tajikistan, Uzbekistan, Turkmenistan, Kyrgyzstan, Kazakhstan, China, Mongolia, North Korea, South Korea, Japan, Taiwan, Hong Kong, Macau, and Australia.

Siamo attivi in oltre 50 paesi

 **Channel**
CROSSCHANNEL MARKETING



Uffici a Milano e Barcellona

 **Channel**

CROSSCHANNEL MARKETING



CHI SIAMO

SOLUZIONI **CROSSCANALE**



1

Siamo la prima
società di consulenza
in Europa per il
MARKETING e la
COMUNICAZIONE
CROSSCANALE

2

Abbiamo ideato un
metodo ibrido e
unico, che unisce
[1] **IA & BIG-DATA**
[2] **SEMIOTICA**
[3] **ANTROPOLOGIA**

Approccio crosscanale e
metodologia ibrida
convergono in un roster di
TOOL quanti-qualitativi
ideati per costruire
SOLUZIONI che fanno
crescere le **QUOTE** di
MERCATO e massimizzano il
rapporto tra **INVESTIMENTI** e
VENDETE

PERCHÉ

INDIVIDUI **MULTICANALE** RICHIEDONO **SOLUZIONI CROSSCANALE**

% INDIVIDUI
MULTICANALE

ITALIA 89% USA 92% EUROPA 93%



METODOLOGIA

UN METODO IBRIDO E UNICO, CHE UNISCE:

IA & BIG DATA, SEMIOTICA, ANTROPOLOGIA

SOLUZIONI QUANTI-QUALITATIVE E TRACCIAMENTO COSTANTE DEI RISULTATI

IA & BIG-DATA

HUMANITIES

DEDUZIONE

CHE COSA & QUANDO

MISURAZIONE

LIVELLO DI INCERTEZZA: BASSO

TRACCIARE IL PASSATO/PRESENTE

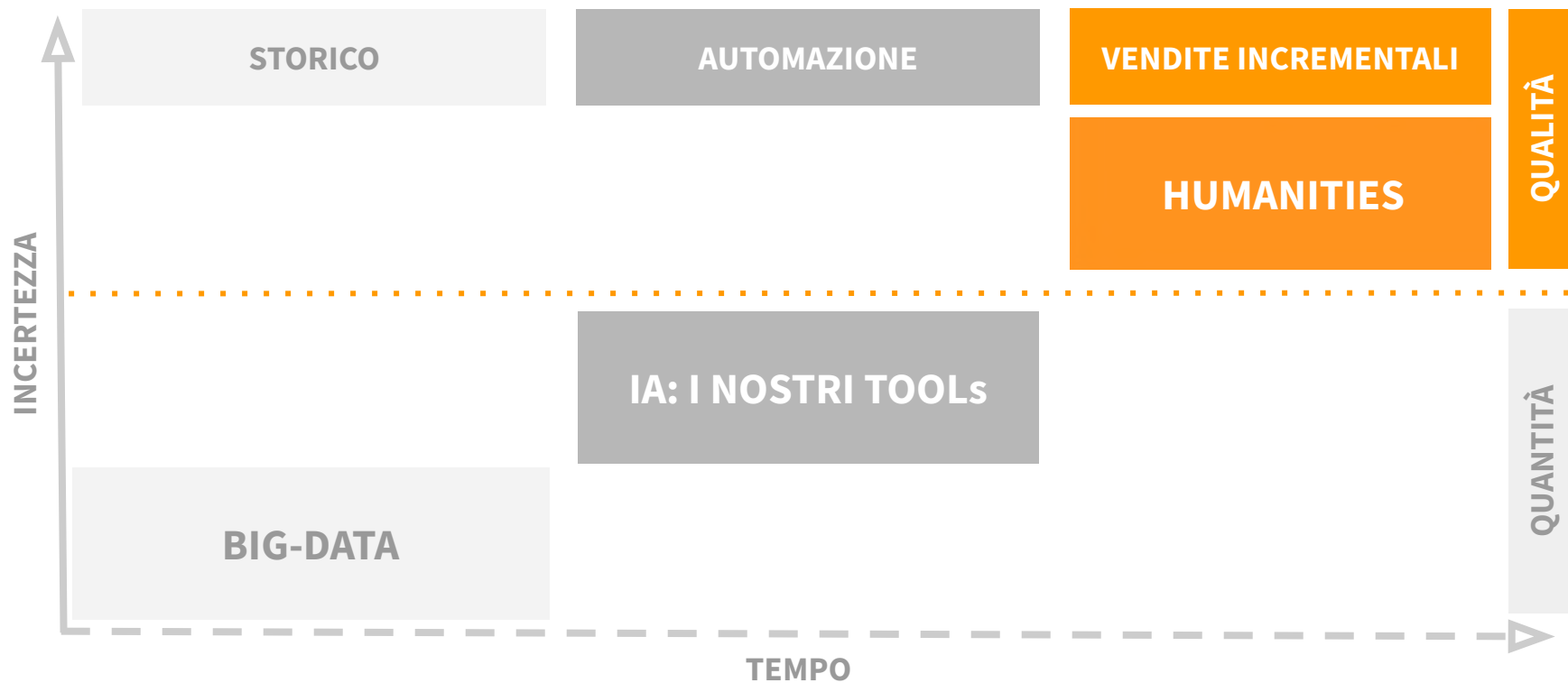
ESPLORAZIONE

COME & PERCHÉ

EVIDENZA

LIVELLO DI INCERTEZZA: MEDIO/ALTO

LEGGERE IL FUTURO



TOOLS

PROPRIETARI ED ESCLUSIVI.
AI & BIG-DATA E SEMIOTICA
PER AUMENTARE LE VENDITE



Massimizza il **ritorno** sugli investimenti coinvolgendo il **pubblico** giusto al momento giusto sui **motori di ricerca**



Individua l'investimento e i **formati più efficaci** ed efficienti per posizionare il proprio prodotto/servizio sulle **piattaforme digitali**



Analizza la capacità transazionale o di **visibilità** degli **influencer** attraverso un'**analisi** quanti-qualitativa dei loro profili



Monitorare le **tendenze, testi, immagini, prezzi, buybox**, e molto di più delle pagine del prodotto tutto in un foglio per avere sempre tutto **sotto controllo!**



Trova le **keyword** più adatte per le tue **campagne advertising** e monitora la vincita della **buybox** dei prodotti



Ottimizza le **pagine prodotto** per aiutarle a raggiungere le prime posizioni dei **risultati** di ricerca **organici** degli utenti



Individua e definisce in anticipo tutti i **KPI** necessari per scegliere gli spazi e il **pricing** ideali per **periodi promozionali** e grandi eventi



Aggiornamenti settimanali, **KPI personalizzabili** e tutti i progressi della campagna vengono monitorati da un'unica dashboard.

OSSERVATORIO CROSSCANALE: UTILIZZARE IA PER PIANIFICARE LA CRESCITA



ALESSANDRO FILIPPINI
BIG DATA & AUTOMATION



EDOARDO SANGREGORIO
ACCOUNT STRATEGIST



10

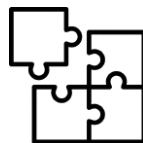
APRILE

ORE 14:30

SAVE THE DATE

4 MACRO TREND DI PRODOTTO:

COSTRUZIONI | ACTION FIGURES | PUZZLE | GIOCHI EDUCATIVI



WEB

BIG DATA + SEMIOTICA

1

1.1 GOOGLE
1.2 AMAZON

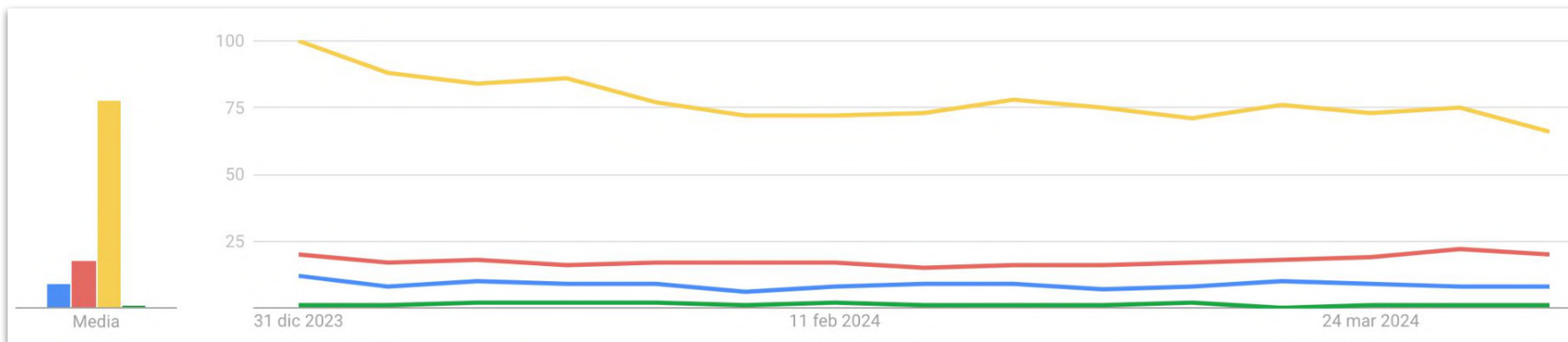
SOCIAL

BIG DATA + SEMIOTICA

2

2.1 INSTAGRAM
2.2 FACEBOOK
2.3 TIKTOK

WEB BIG DATA + SEMIOTICA

Volumi di ricerca su Google relativi ai trend analizzati [YTD 2024; Italia]

● **Mattoncini**
Termine di ricerca

● **Action figure**
Termine di ricerca

● **Puzzle**
Termine di ricerca

● **Giochi educativi**
Termine di ricerca

Volumi di ricerca su **Google** dei principali brand competitor [YTD 2024; Italia]:

1

Il **picco** di volume è stato raggiunto a **Gennaio 2024**

2

Nelle date indicate, **“Puzzle”** ha raggiunto il picco. Indicizzato con un valore pari a **100**

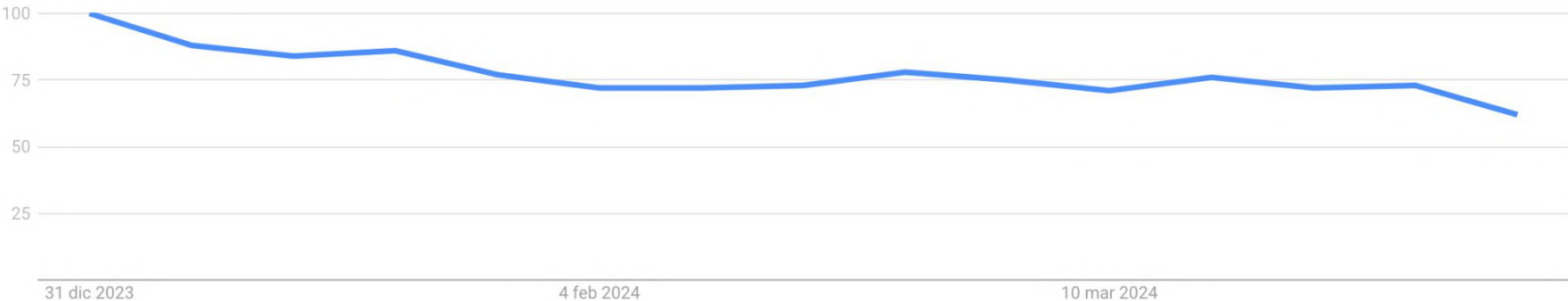
3

La medesima query registra il **volume medio** più **elevato** nel corso del 2024 (YTD).

4

“Giochi educativi” ha registrato il volume medio meno elevato nel corso periodo di analisi.

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “PUZZLE” [YTD 2024; Italia]



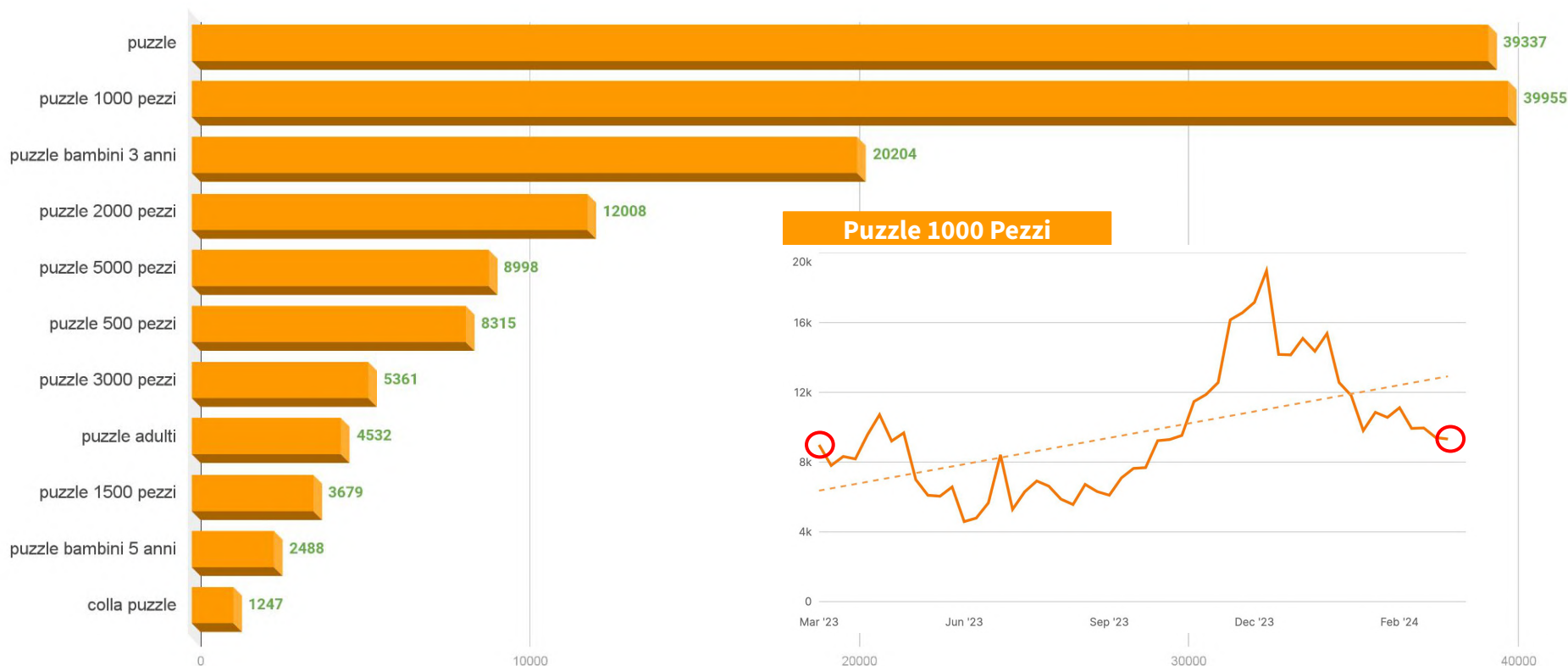
Query associate al termine di ricerca “PUZZLE”:

TOPIC/QUERY	MEDIA RICERCHE MENSILI
Puzzle 3D	9.900
Puzzle Ravensburger	6.600
Giochi puzzle	3.600
Puzzle Amazon	1.300
Puzzle bambini	320

TOP SERP | PUZZLE

POS.	SITO	URL
1	JIGSAWPLANET.COM	https://www.jigsawplanet.com/?lang=it
2	AMAZON.IT	https://www.amazon.it/puzzle/s?k=puzzle
3	CLEMENTONI.IT	https://it.clementoni.com/collections/puzzle-adulti
4	PUZZLE-MANIA.IT	https://www.puzzle-mania.it/
5	PUZZLEGARAGE.COM	https://puzzlegarage.com/?lang=it
6	RAVENSBURGER.COM	https://www.ravensburger.org/it/prodotti/puzzle/index.html
7	ARSLUDICA.COM	https://www.arsludica.com/puzzle.html
8	AMAZON.IT	https://www.amazon.it/Puzzle/b?ie=UTF8&node=632888031

Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



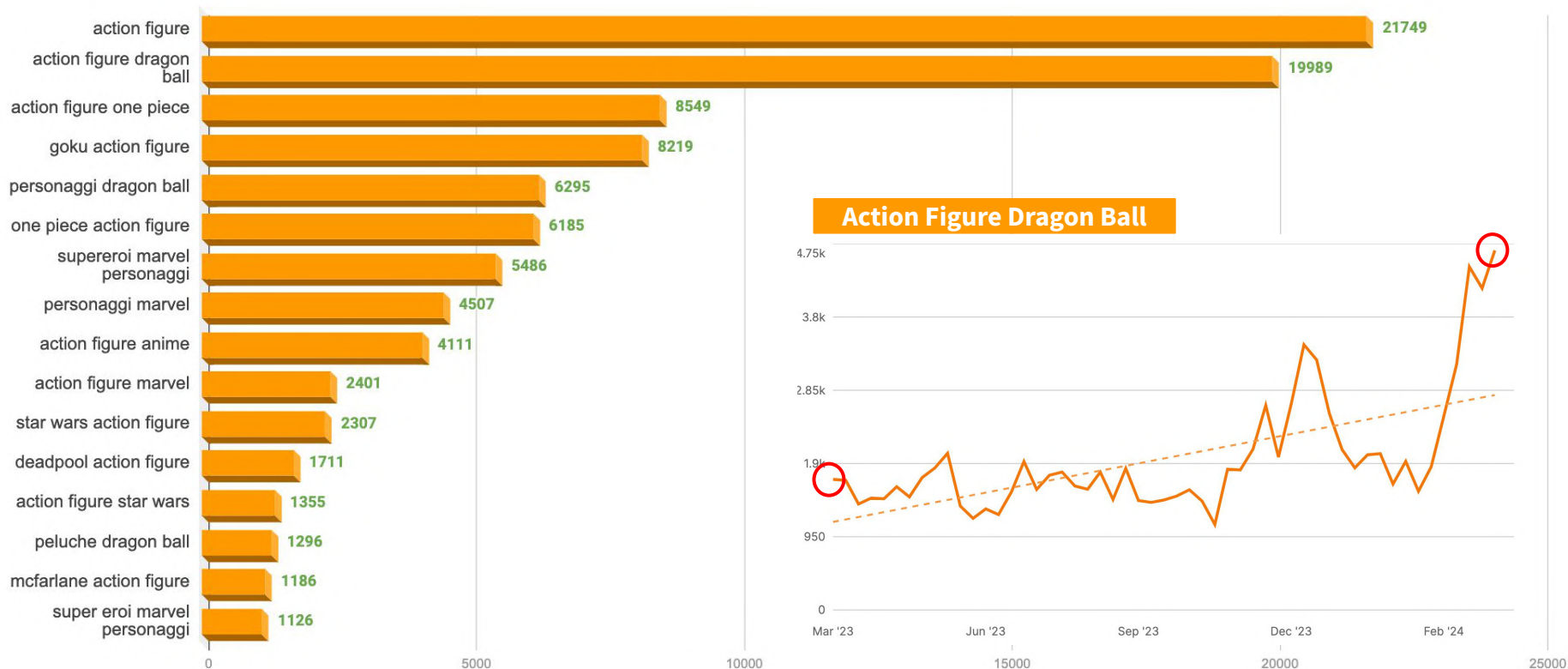


Fonte: Google; SEOZoom

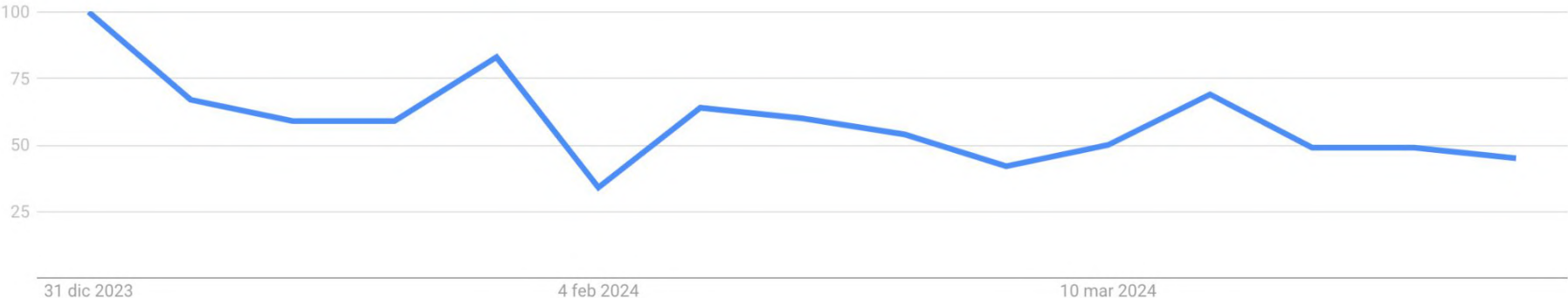
TOP SERP | ACTION FIGURE

POS.	SITO	URL
1	JAPANWORLD.IT	https://japanworld.it/it/14-action-figures
2	AMAZON.IT	https://www.amazon.it/action-figure/s?k=action+figure
3	MONDOVIRTUALE.NET	https://www.mondovirtuale.net/product-category/action-figures-statue/
4	ACTIONFIGURESITALIA.IT	https://www.actionfiguresitalia.it/it/
5	ILCOVODELNERD.COM	https://www.ilcovodelnerd.com/categoria-prodotto/action-figures/
6	STARSHOP.IT	https://www.starshop.it/gadget/action-figures.html
7	ACTIONFIGUREMANIA.IT	https://www.actionfiguremania.it/
8	LAFELTRINELLI.IT	https://www.lafeltrinelli.it/giochi-giocattoli/action-figures

Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



Volumi di ricerca su Google relativi alla query “MATTONCINI E COSTRUZIONI” [YTD 2024; Italia]



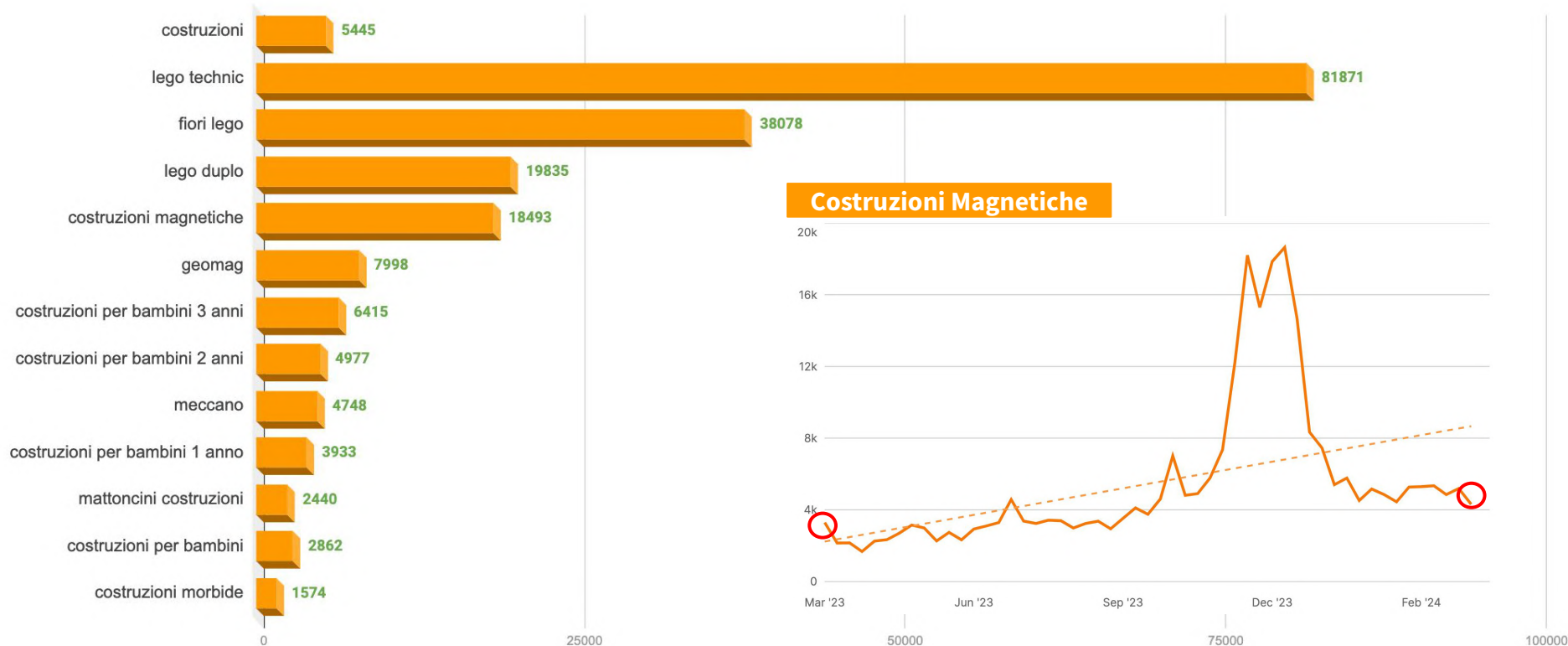
Query associate al termine di ricerca “MATTONCINI E COSTRUZIONI”:

TOPIC/QUERY	MEDIA RICERCHE MENSILI
Lego	368.000
Lego duplo	14.800
Costruzioni magnetiche	1.600
Costruzioni per bambini	720
Costruzioni legno per bambini	170

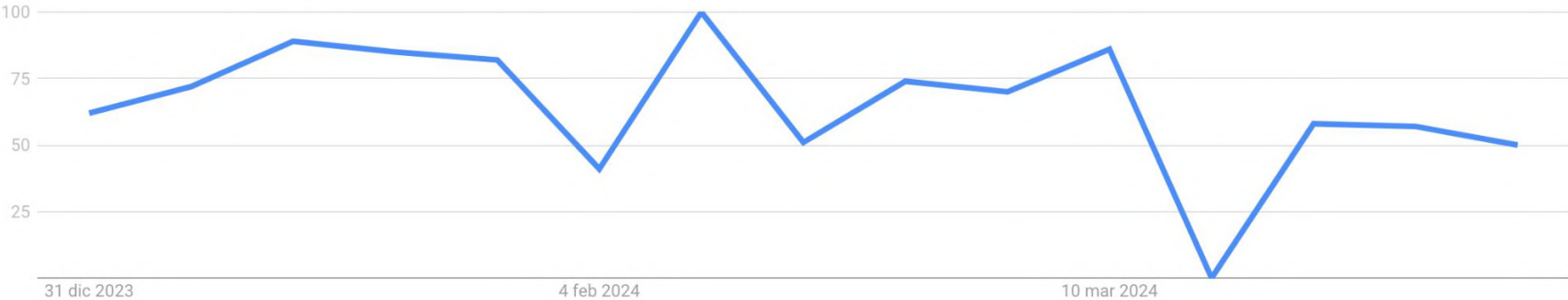
TOP SERP | MATTONCINI E COSTRUZIONI

POS.	SITO	URL
1	AMAZON.IT	https://www.amazon.it/Playset-costruzioni-mattoncini/s?k=Playset+costruzioni+e+mattoncini
2	BINDIGIOCHI.IT	https://www.bindigiochi.it/costruzioni-in-mattoni-veri-3994
3	WESCOITALIA.IT	https://www.wesco-eshop.it/giochi-e-giocattoli/giochi-di-costruzione/costruzioni-ad-incastro.html
4	LAFELTRINELLI.IT	https://www.lafeltrinelli.it/giochi-giocattoli/costruzioni-mattoncini
5	BORGIONE.IT	https://www.borgione.it/giochi-educativi-per-bambini/costruzioni-per-bambini/mattoncini-e-costruzioni-a-pettine
6	EBAY.IT	https://www.ebay.it/b/Costruzioni-mattoncini/19015/bn_7005175059
7	OKBIMBO.IT	https://www.okbimbo.com/shop/giochi-e-giocattoli/infanzia-e-prescolare/costruzioni-e-mattoncini
8	TOYSLAND.BIZ	https://www.toysland.biz/72-costruzioni-e-mattoncini?gad_source=1&qclid=Cj0KCQjwq86wBhDiARIsAJhuphmlmqOcsLsWQBEHgxGATGcAOTJoko_qGhWA_ERnLsoWa_MokyewD5EaAiu2EALw_wcB

Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



Volumi di ricerca su Google relativi alla query “GIOCHI EDUCATIVI” [YTD 2024; Italia]



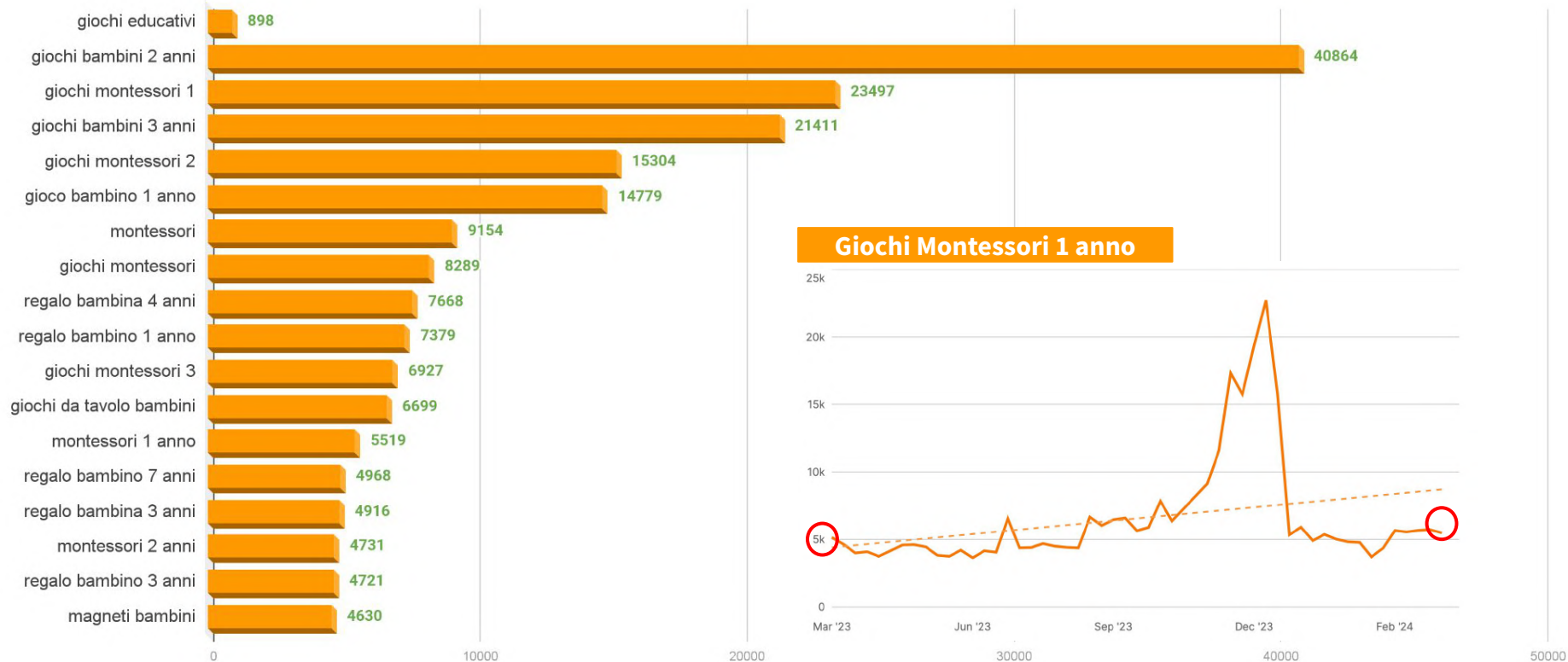
Query associate al termine di ricerca “GIOCHI EDUCATIVI”:

TOPIC/QUERY	MEDIA RICERCHE MENSILI
Giochi educativi per bambini	880
Giochi educativi 3 anni	110
Giochi educativi 4 anni	110
Giochi educativi 5 anni	50
Giochi educativi 2 anni	90

TOP SERP | GIOCHI EDUCATIVI

POS.	SITO	URL
1	CLEMENTONI.IT	https://it.clementoni.com/collections/giochi-educativi
2	BINDIGIOCHI.IT	https://www.bindigiochi.it/giochi-educativi
3	CREATIVAMENTE.EU	https://www.creativamente.eu/argomento/giochi-educativi/
4	QUERCETTISTORE.IT	https://www.quercettistore.com/it/collections/educational-toys
5	AMAZON.IT	https://www.amazon.it/giochi-educativi/s?k=giochi+educativi
6	CITTADELSOLE.IT	https://www.cittadelsole.it/ita/categoria/giochi-educativi
7	LISCIANIGIOCHI.COM	https://liscianigiochi.com/catalogo/giochi-educativi-kids/
8	AMAZON.IT	https://www.amazon.it/Giochi-Educativi-Scientifici/b?ie=UTF8&node=601294031

Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



SUMMARY | SEARCH TRENDS

- Chi appare più spesso in classifica **SERP**? **Amazon.it (x6)**
- Query più cercate:

Costruzioni →
Action Figure →
Costruzioni →
Puzzle →
Puzzle →
Action Figure →

PAROLA CHIAVE	MEDIA RICERCHE MENSILI (1Y)
LEGO	368.000
FUNKO POP	110.000
LEGO DUPLO	14.800
PUZZLE 3D	9.900
GIOCHI PUZZLE	3.600
ACTION FIGURE DRAGONBALL	2.900

SUMMARY | SEARCH TRENDS



PUZZLE:

Kw di **prodotto** (puzzle 3d) in prima posizione e interesse verso un **brand specifico + Amazon**

Focus sulla **pezzatura** dei puzzle e sull'età.

TOP 3:

1000 Pezzi
2000 Pezzi
5000 Pezzi

ACTION FIGURE:

Kw di **brand** (Funko) e interesse verso **personaggi** di serie animate

Focus su Dragon Ball, One Piece, Marvel e Anime.

Volume di ricerca triplicato per le keyword legate a Dragon Ball

MATTONCINI

Ricerche verso **Lego e linea Duplo** (adulti e bambini), **Amazon** e **Ebay** in SERP

Keyword generiche o ricerche esatte del **prodotto**.

Trend Lego Technic, Flower e Duplo.

GIOCHI EDUCATIVI:

Tgt bambini (2-5 anni) e presenza **Amazon** in SERP

Focus sulle **fasce d'età** e sulla **keyword montessori**.

Idea del **regalo** formativo ed educativo



SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

Fonte: Fanpage Karma

Timing: Gennaio - Aprile 2024

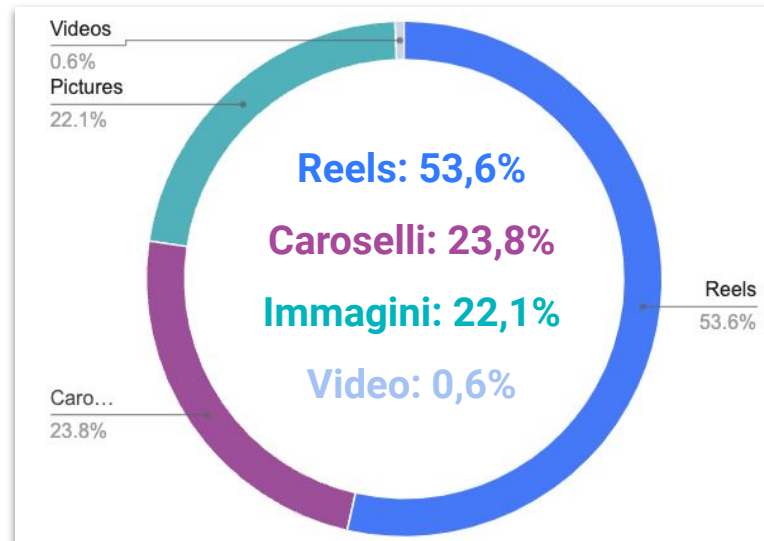
		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
 	LEGO	10.4M	3.9%	385k	137	8.6M	41k	8.6M	0.85%	0.62%
 	Barbie	3.6M	-0.51%	-18k	40	1.4M	20k	1.4M	0.41%	1.0%
 	Hot Wheels	1.9M	5.2%	93k	13	402k	3.3k	405k	0.22%	1.7%
 	Fisher-Price	847k	0.94%	7.9k	67	236k	8.5k	245k	0.29%	0.43%
 	L.O.L. Surprise!	630k	-0.34%	-2.2k	58	87k	2.2k	89k	0.14%	0.24%
 	Hasbro	393k	0.28%	1.1k	6	3.1k	150	3.2k	0.0084%	0.14%
 	PLAYMOBIL	327k	4.5%	14k	57	354k	2.7k	357k	1.1%	2.0%
 	Ravensburger	108k	3.4%	3.6k	61	20k	469	20k	0.19%	0.31%
 	Spin Master	89k	1.6%	1.4k	3	611	28	639	0.0073%	0.24%
 	Giochi Preziosi Italia	49k	2.5%	1.2k	14	1.5k	55	1.5k	0.032%	0.23%
 	Clementoni	43k	0.42%	177	26	1.2k	35	1.3k	0.030%	0.11%
 	IMC Toys	23k	-1.60%	-379	0	0	0	0	0%	0%
 	Liscianigiochi	19k	1.2%	228	40	985	27	1.0k	0.054%	0.13%
	Average	1.4M	1.7%	37k	40	853k	6.0k	859k	0.26%	0.55%

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#clementonitoys #YouCanBeAnything #PiecesForYou #CreArt #RavensburgerPuzzle
 #liscianigiochi #Barbie65 #Anniversary #Disney #JigsawPuzzle #LEGOIdeas
 #lastoriadelgiocoeducativo #LEGODnD #clementoni **#Ravensburger**
 #ToysForKids **#Barbie** #Easter #PLAYMOBIL50 #parents #childhoodstartshere #imagenius
 #London #toysforkids #jointheparty #LEGOHouse #LEGOIcons #ParentingSupport #MeseDellaLiberta
 #BabyToys #parenthumor **#FisherPrice** #playmobil #HotWheels #Clementoni #Puzzle
 #largerthanlife #carotina #giochipreziosi #PuzzleMonth #MyPuzzleLife
 #RavensburgerGames **#PLAYMOBIL** #gliutilissimi **#lisciani** #Parenting **#LOLSurprise**
#LEGO #RavensburgerMoment #fisherprice

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

FORMATI UTILIZZATI



Fonte: Fanpage Karma

Timing: Gennaio - Aprile 2024

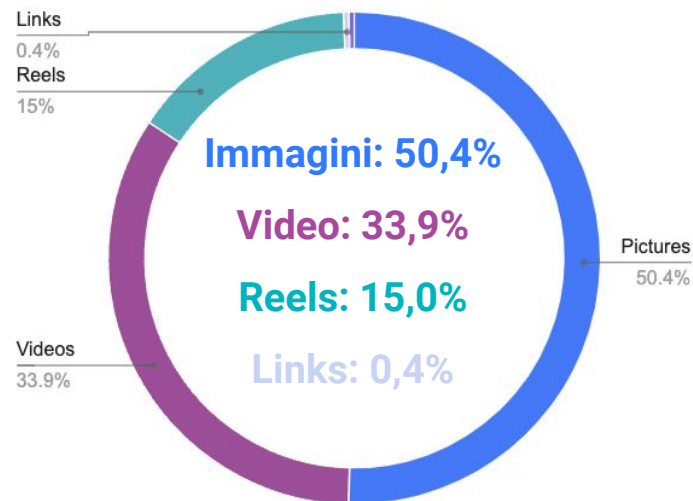
		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
f 	LEGO	10.1M	-0.0088%	-897	153	185k	29k	309k	0.031%	0.020%
f 	Fisher-Price	6.8M	-0.22%	-15k	54	47k	5.2k	74k	0.011%	0.020%
f 	Barbie	5.3M	0.18%	9.3k	46	79k	7.9k	144k	0.027%	0.059%
f 	Hot Wheels	1.5M	0.38%	5.6k	41	13k	2.3k	21k	0.015%	0.035%
f 	Playmobil (DE)	1.3M	-0.026%	-325	58	17k	451	27k	0.022%	0.038%
f 	LOL Surprise	158k	0.16%	250	54	3.1k	216	4.9k	0.032%	0.058%
f 	Clementoni (IT)	124k	-0.061%	-75	26	755	9	831	0.0068%	0.026%
f 	Spin Master Global	97k	0.23%	221	6	75	6	115	0.0012%	0.020%
f 	Giochi Preziosi	61k	0.064%	39	11	163	20	283	0.0047%	0.042%
f 	Liscianigiochi	57k	-0.077%	-44	40	321	10	414	0.0073%	0.018%
f 	Ravensburger	42k	-44.20%	-33k	60	988	81	1.4k	0.022%	0.036%
f 	Hasbro	35k	0.73%	250	5	201	128	406	0.012%	0.24%
f 	IMC Toys	16k	-0.28%	-44	0	0	0	0	0%	0%
Average		2.0M	-3.32%	-2.6k	43	27k	3.5k	45k	0.015%	0.047%

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#Nature #camping #jointheparty **#HotWheelsLetsRace**
#lastoriadelgiocoeducativo #fisherprice **#Knowitloveitprotectit**
 #NARUTOmeetsPLAYMOBIL **#liscianigiochi** #imagenius #montessori #LEGODnD
 #pusselsm **#largerthanlife** #earth #playmobilschool **#playmobil** #HotWheelsSG
 #Barbie65 #myfirstplaymobil #anime #school #LEGO #PLAYMOBIL #tartarugheninja
 #gliutilissimi #carotina #RavensburgerMoment #1 #PLAYMOBILfigures
#PLAYMOBIL50 **#giochipreziosi** #Clementoni **#LOLSurprise**
 #NARUTOSHIPPUDEN #childhoodstartshere #Ravensburger #barbie **#HotWheelsMY**
 #collecting #NARUTO **#HotWheelsUltimateRace2024** #sustainability #Wiltopia
#lisciani **#YouCanBeAnything** **#Barbie** #recycling #disney #toys

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

FORMATI UTILIZZATI



Timing: Gennaio - Aprile 2024

Fonte: Fanpage Karma

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
 	barbie	2.0M	0%	0	9	319k	2.6k	333k	0.17%	1.8%
 	LEGO	1.0M	102%	505k	37	1.7M	8.3k	1.8M	2.4%	6.4%
 	lolsurprise	190k	8.6%	15k	44	109k	2.1k	112k	0.64%	1.4%
 	Fisher-Price	105k	12%	11k	17	10k	1.4k	13k	0.12%	0.71%
 	Ravensburger	36k	0.56%	200	19	3.5k	58	3.7k	0.10%	0.55%
 	spin master	21k	2.4%	500	0	0	0	0	0%	0%
Average		559k	21%	89k	21	360k	2.4k	374k	0.57%	1.8%

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#disney #valentinesday #ravensburgerpuzzle #toyforkids #disneylorcana #deskto
#barbiethemovie #nostalgicfilms #legoflowers #littlepeople #legohacks #parenting
#fisherprice #wedding #officelife #asmr #lolsurprise #spielwarenmesse
#babytoys #diy #kugelbahn #fisherpricevintagetoy #barbie #easter #lego #bts #eastergifts
#afol #legobuild #barbie65 #trend #childhoodstartshere #fisherpricefun #newmusic #puzzle
#parenthumor #nostalgictv #toysforkids #büroalltag #parentingsupport #babydevelopment
#kenrgy #lorcana #ravensburger #parents #buttonhole #jigsawpuzzle #relatable #gravitrax
#tcg

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement



Canale più in crescita; **posting** ed **engagement** elevati.
Ideale per lo sviluppo di **Awareness & Equity**



Canale principale per **target genitori**; numero elevato di utenti e **presidiato** da tutti i player



Canale più **recente**; non tutti lo presidiano. Risultati in termini di costruzione ed **engagement** della **fanbase**

SUMMARY | SOCIAL BIG DATA



- **Lego** è primo in classifica: fans (10.4M), post (137), like, commenti e reazioni totali (8.6M)
- **Hot Wheels** è in prima posizione per: crescita % (5,2% - 1.9M)
- **Formati:** prevalgono i **reels** (53,6%), seguono i **Caroselli** (23,8%) → Immagini singole al 3° posto (22,1%)
- **Hashtags:** prevalenza degli hashtag di **brand**



- **Lego** è in prima posizione per: fans (10.1M), post (153), like, commenti, reazioni totali (309k) ed eng.
- **Barbie** è primo in classifica per crescita (9.3k)
- **Formati:** netta prevalenza delle **immagini** (50,4%), seguite dai **video** (33,9%) → formato orizzontale
- **Hashtags:** prevalenza degli hashtag di **brand e claim. Engagement ridotto** rispetto ad IG



- **Barbie** è al primo posto per: fans (2.0M)
- **Lego** è primo per crescita (101% - 505k), like, commenti e reazioni totali (1.8M), eng (2,4%) e p. interaction (6,4%)
- **Formati:** esclusivamente **video. Contenuti** creati **ad hoc** per la piattaforma
- **Hashtags:** prevalenza degli hashtag di **brand. Hashtag specifici** di canale, con obiettivo **visibilità**

A large orange geometric shape, resembling a stylized arrow or a series of nested triangles, points towards the right, framing the text.

**INTELLIGENZA ARTIFICIALE:
È PIÙ **TOYS** DI QUELLO CHE PENSIAMO**

IA x TOYS

**COSA SUCCEDERÀ...
OPPURE, MEGLIO:
COSA STA GIÀ SUCCEDENDO
E STA ACCELERANDO**

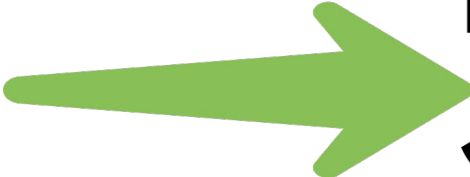
L'IA supporta e supporterà il toys sotto forma **giocattoli animati** che non sono più solo connessi a internet ma in grado di dialogare con i bambini con il linguaggio naturale.



IA x TOYS

MERCATO:

Il **mercato globale** degli AI Toys misurato da Contrive Datum Insight potrebbe triplicare in valore da qui al **2030** passando da **12 miliardi** a **35,7 miliardi di dollari**.

12B\$  **36B\$**

PERCHÈ:

1

L'aumento dell'interesse dei genitori per l'apprendimento STEM:

I robot AI offrono un modo divertente e coinvolgente ai bambini per imparare e li prepara per un futuro sempre più tecnologico.

2

L'evoluzione della tecnologia:

I robot giocattolo AI stanno diventando sempre più sofisticati e coinvolgenti, offrendo ai bambini, e non solo, nuove e innovative opportunità di interazione.

TIPOLOGIE:

1. **“Compagni” intelligenti** → utilizzando il machine learning e imparano interagendo con loro durante le attività.
2. **Programmabili** → progettati con l'apprendimento automatico che si muovono ed eseguono compiti per insegnare ai bambini le abilità educative.

I giocattoli intelligenti possono:

- A. Generare **storie personalizzate** per il bambino
- B. Lavorare in chiave **Stem** (scienza, tecnologia, ingegneria e matematica) per migliorare le competenze dei bambini e **aiutarlo** nel loro percorso di crescita e formazione
- C. Reinventare nuovi format di giochi tradizionali imparando e studiando il nostro stile di gioco (ad esempio un gioco da tavolo che cambia la difficoltà in base alle espressioni di frustrazione o di gioia del giocatore)
- D. Aiutare i bambini con bisogni speciali, come quelli con disabilità cognitive

Questi strumenti dovrebbero **essere integrati** (piuttosto che sostituire) all'insegnamento tradizionale e alle interazioni umane, che rimangono elementi insostituibili nel processo educativo.

IA x TOYS

DATI...PRIVACY E TUTELA:

Dove sono conservati?

Quali sono le policy?

Che uso ne faranno i
produttori?

SERVONO GARANZIE

XChannel

OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS

Per approfondimenti & analisi personalizzate:

info@xchannel-consulting.com