



OSSERVATORIO CROSSCANALE

I TREND IN ATTO NEL MERCATO

Utilizzare l'intelligenza artificiale
per pianificare la crescita



AI & DATA TEAM LEAD
ALESSANDRO FILIPPINI



ACCOUNT STRATEGIST
MATTIA TORRE



16
APRILE

ORE 14:30

SAVE THE DATE

FORMAZIONE 2025

XChannel
MILANO - BARCELONA

ASSOGIOCATTOLI

Aumenta le tue
vendite fino a un

4x

rispetto al
MERCATO



SAVE THE DATE

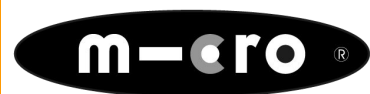
12 FEBBRAIO	12 MARZO	16 APRILE	14 MAGGIO	11 GIUGNO	9 LUGLIO	6 AGOSTO	10 SETTEMBRE	8 OTTOBRE	12 NOVEMBRE
MARKETPLACE	CROSSCANALITÀ	TREND	MARKETPLACE	SOCIAL	TREND	YOUTUBE TV	CINEMA	TREND	RAI
eBay Strategie Vincenti per il Toys	Toys @2025 I trend e le ultime dopo Norimberga	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	MMM Strumenti IA per i Marketplace @Toys	TikTok Entertainment per vendere @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	TV o YouTube Il nuovo Media Mix @Toys	DCA & Associnema Cinema @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	Rai pubblicità Total Video
Dai collezionisti ai genitori: come vendere a tutti i target con potenziale	IA, Kidult, Dink, Tweens, destagionalizzazione, nuovo shopping funnel	Utilizzare la IA per pianificare la crescita	Usare IA per aumentare le vendite, monitorare i prezzi, sfruttare i trend	Strategie e strumenti per creare contenuti di tendenza e vendere	Case study di successo nel settore e best practice	Dove investire tra lineare, non-lineare, streaming, digital TV, mobile	Perché il cinema è trainante per il settore e cosa ci dobbiamo aspettare a Natale	Il Natale che ci dobbiamo aspettare	Contenuti di qualità in un contesto sicuro



Ravensburger



Aquabeads



TEAM SPECIALIZZATO

 **Channel**
MARKETING CROSSCANALE

 **Partner**

 **ads**
Verified partner



100% Qualified
AMAZON CERTIFICATION



100% Qualified
Google



100% Qualified
Meta



Bocconi



POLITECNICO
MILANO 1863

ninja ACADEMY

IDEO
DESIGN THINKING



Semiotics & Copywriting



Uffici a Milano e Barcellona

 **Channel**

CROSSCHANNEL MARKETING



TOOL

PROPRIETARI ED ESCLUSIVI.

AI & BIG DATA E SEMIOTICA PER AUMENTARE LE VENDITE

 Channel
MILANO - BARCELONA



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



Monitora gli aggiornamenti settimanali, i **KPI personalizzabili** e l'intero **progresso** della **campagna** da un unico pannello di controllo



Monitora i testi, immagini, prezzi, buybox e molto altro delle tue **pagine prodotto** negli e-retailer per avere sempre **tutto sotto controllo**



Identifica le parole chiave più adatte per le tue campagne e monitora il guadagno della Buy Box



Ottimizza le pagine dei prodotti per raggiungere le **prime posizioni** nei risultati di **ricerca organici**



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



Monitora i trend, testi, immagini, prezzi, buybox e molto altro delle tue **pagine prodotto** in un solo foglio per avere sempre **tutto sotto controllo**



Monitora le **parole chiave** rilevanti per il **prodotto** e il trend di posizione dei prodotti sotto queste kwd di **ricerca organiche** e advertising



OSSERVATORIO CROSSCANALE

I TREND IN ATTO NEL MERCATO

Utilizzare l'intelligenza artificiale
per pianificare la crescita



AI & DATA TEAM LEAD
ALESSANDRO FILIPPINI



ACCOUNT STRATEGIST
MATTIA TORRE



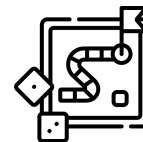
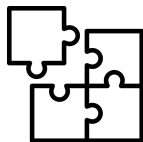
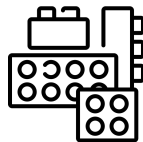
16
APRILE

ORE 14:30

SAVE THE DATE

4 MACRO TREND DI PRODOTTO:

COSTRUZIONI | PUZZLE | PELUCHE | GIOCHI DA TAVOLO



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

METODOLOGIA

STRUMENTI + FONTI

3

- META
- HELIUM10
- SEOZOOM
- GOOGLE ADS
- JUNGLESCOUT
- FANPAGE KARMA
- GOOGLE TRENDS
- TIKTOK CREATIVE CENTER

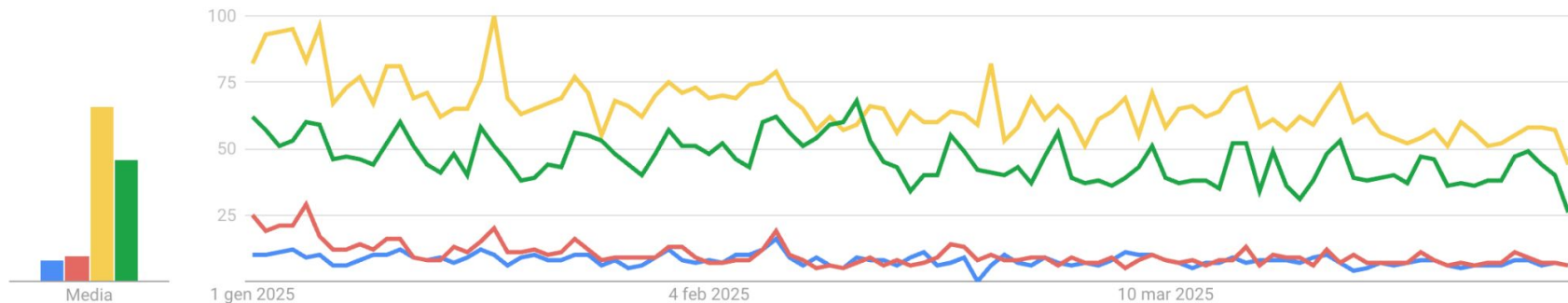
WEB BIG DATA + SEMIOTICA

OSSERVATORIO
TOYS

TREND A CONFRONTO

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su **Google** relativi ai trend analizzati [YTD 2025; Italia]



● **Mattoncini**
Termine di ricerca



● **Giochi da tavolo**
Termine di ricerca

● **Puzzle**
Termine di ricerca

● **Peluche**
Termine di ricerca

TREND A CONFRONTO

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su **Google** dei principali trend analizzati [YTD 2025; Italia]

1

Il **picco** di volume è stato raggiunto a **Gennaio 2025**

2

Nel periodo indicato, la query **“Puzzle”** ha raggiunto il picco di ricerche

3

La medesima query registra il **volume medio** più **elevato** nel corso del 2025 (YTD)

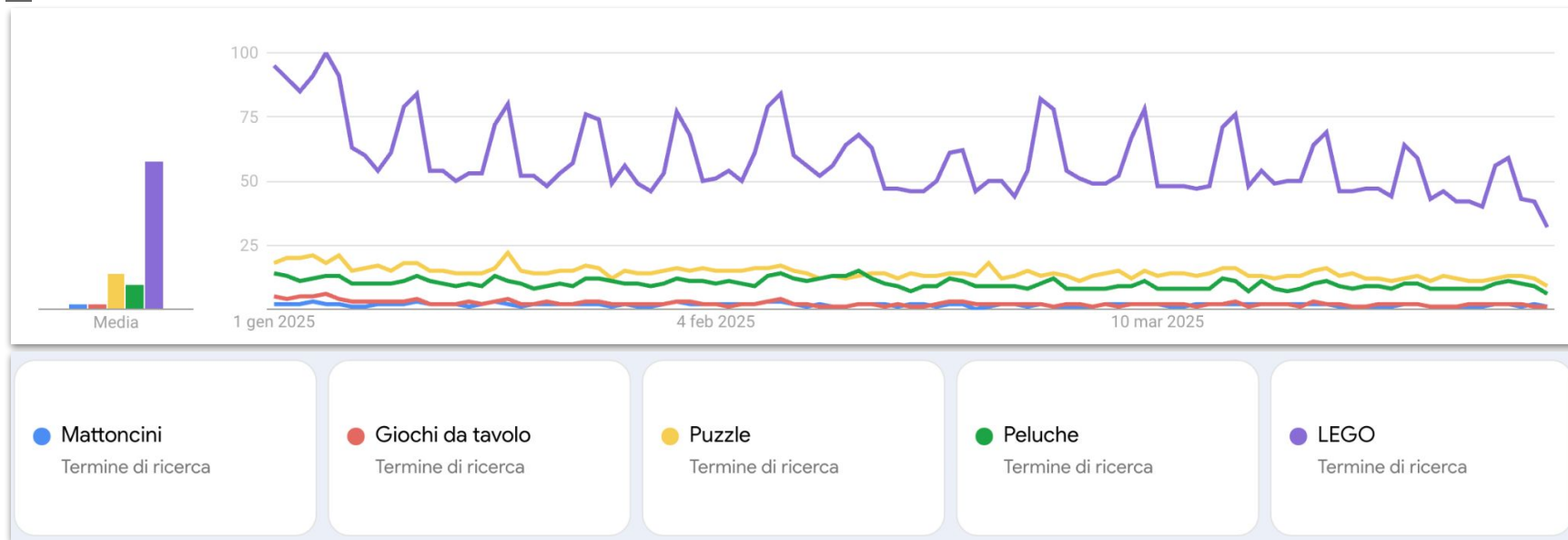
4

“Mattoncini” ha registrato il volume medio meno elevato nel corso periodo di analisi

TREND A CONFRONTO

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

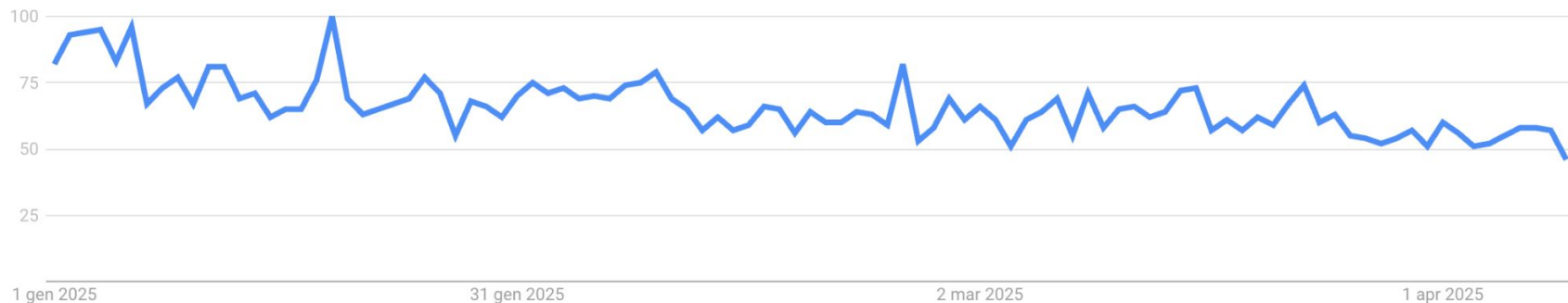
Volumi di ricerca su **Google** relativi ai trend analizzati [YTD 2025; Italia]



PUZZLE

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “**PUZZLE**” [YTD 2025; Italia]



Query associate al termine di ricerca “**PUZZLE**”:

TOPIC/QUERY		MEDIA RICERCHE MENSILI
Puzzle online		27.100
Puzzle bubble		14.800
Empires e puzzle		12.100
Puzzle Ravensburger		12.100
Puzzle 3d	Proprietary & Confidential	9.900

PUZZLE VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

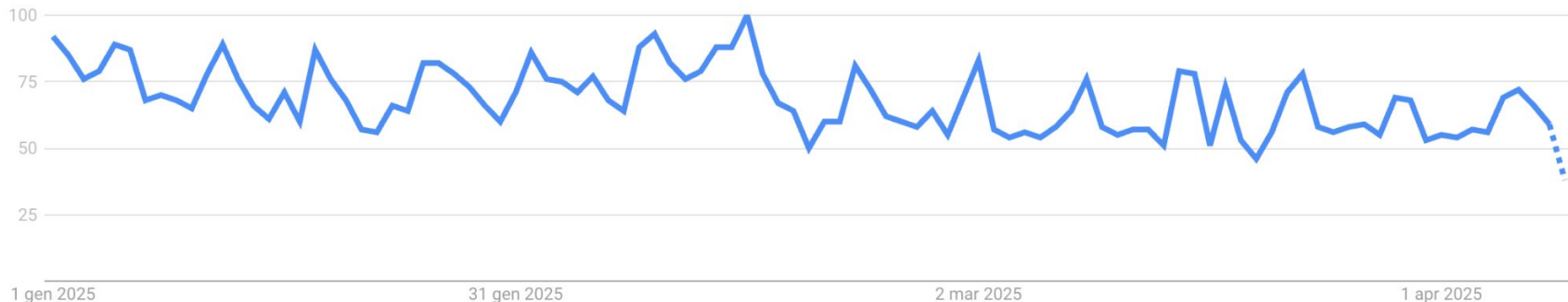
TOP SERP | PUZZLE (60.500 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	Jigsawplanet.com	https://www.jigsawplanet.com/?lang=it
2	Amazon.it	https://www.amazon.it/puzzle/s?k=puzzle
3	Clementoni.com	https://it.clementoni.com/collections/puzzle-adulti
4	Puzzlearte.it	https://www.puzzlearte.it/
5	Puzzlegarage.com	https://puzzlegarage.com/?lang=it
6	Puzzle-mania.it	https://www.puzzle-mania.it/
7	Wikipedia.org	https://it.wikipedia.org/wiki/Puzzle
8	Ravensburger.org	https://www.ravensburger.org/it/prodotti/puzzle/index.html

PELUCHE

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “PELUCHE” [YTD 2025; Italia]



Query associate al termine di ricerca “PELUCHE”:

TOPIC/QUERY		MEDIA RICERCHE MENSILI
Dottoressa peluche		27.100
Peluche giganti		9.900
Peluche trudi		4.400
Huggy wuggy peluche		4.400
Peluche disney		3.700

OSSERVATORIO PELUCHE TOYS VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

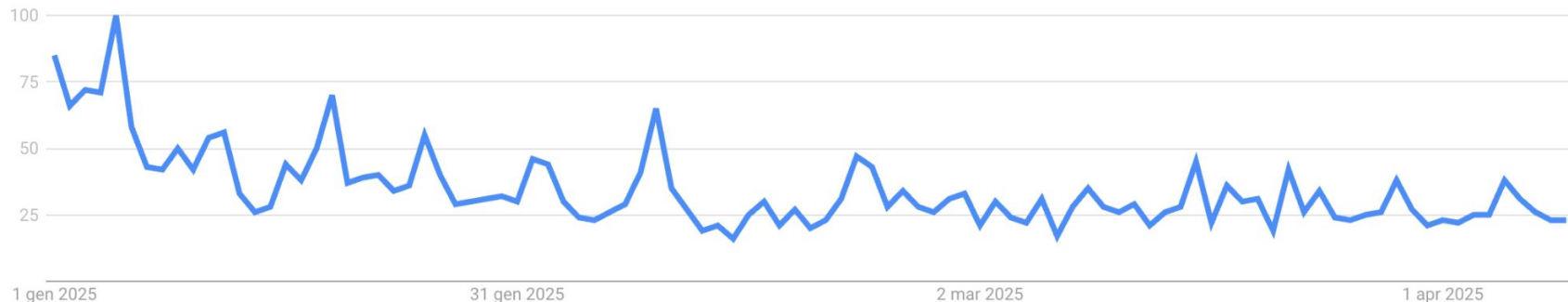
TOP SERP | PELUCHE (40.600 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	Amazon.it	https://www.amazon.it/peluche/s?k=peluche
2	Trudi.com	https://www.trudi.com/
3	WWF.it	https://shop.wwf.it/c/peluche
4	Wikipedia.org	https://it.wikipedia.org/wiki/Peluche
5	Disney.it	https://www.disneystore.it/giochi-e-costumi/giochi/peluche
6	Miniso.it	https://minisoitaly.it/collections/toys-e-peluches
7	ToysCenter.it	https://www.toyscenter.it/categoria-prodotto/giocattoli/peluche/
8	Treccani.it	https://www.treccani.it/vocabolario/peluche/

GIOCHI DA TAVOLO

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “GIOCHI DA TAVOLO” [YTD 2025; Italia]



Query associate al termine di ricerca “GIOCHI DA TAVOLO”:

TOPIC/QUERY		MEDIA RICERCHE MENSILI
Giochi da tavolo adulti		2.500
Giochi da tavolo 2019		2.400
Migliori giochi da tavolo		2.200
Giochi da tavolo per adulti		1.900
Amazon Giochi da tavolo		1.700

GIOCHI DA TAVOLO

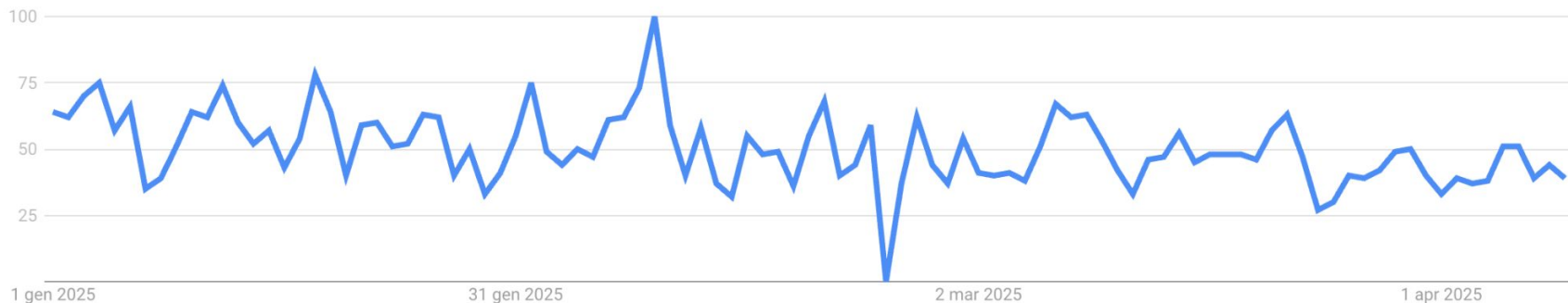
VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

TOP SERP | GIOCHI DA TAVOLO (27.100 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	Amazon.it	https://www.amazon.it/Giochi-Tavolo/b?ie=UTF8&node=632734031
2	Dragonstore.it	https://www.dragonstore.it/giochi-da-tavolo.1.16.uw
3	Giochiuniti.it	https://shop.giochiuniti.it/giochi-da-tavolo.html
4	Magicmerchant.it	https://magicmerchant.it/catalogue/category/giochi-da-tavolo-4/
5	Vanityfair.it	https://www.vanityfair.it/article/giochi-da-tavolo-adulti-amici-famiglia
6	Clementoni.com	https://it.clementoni.com/collections/giochi-da-tavolo
7	Boardgamearena.com	https://it.boardgamearena.com/
8	Wikipedia.org	https://it.wikipedia.org/wiki/Gioco_da_tavolo

MATTONCINI VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “MATTONCINI” [YTD 2025; Italia]



Query associate al termine di ricerca “MATTONCINI”:

TOPIC/QUERY	MEDIA RICERCHE MENSILI
Dadi e mattoncini	3.600
Mattoncini Lego	2.900
Mattoncini da giardino	2.400
Mattoncini di tufo	1.600
Mattoncini yoga	880

OSSERVATORIO MATTONCINI VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

TOP SERP | MATTONCINI (1.000 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	Mattoncini.net	https://www.mattoncini.net/
2	Dadiemattocini.it	https://www.dadiemattocini.it/brand/lego.html
3	Lego.com	https://www.lego.com/it-it/themes/classic?age-gate=grown_up
4	Brickshop.it	https://www.brickshop.it/it/lego-mattoncini-classici.html
5	Amazon.it	https://www.amazon.it/mattoncini-Lego-Giochi-giocattoli/s?k=mattoncini+Lego
6	ToysCenter.it	https://www.toyscenter.it/categoria-prodotto/giocattoli/giochi-di-costruzione/mattoncini/
7	PieDiMoscaEdizioni.it	https://www.piedimoscaedizioni.com/catalogo/collane/ossa/mattoncini/
8	MostraMattoncini.it	https://mostramattoncini.it/milano/

OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS #1

- Chi appare più spesso in classifica **SERP**? **Amazon.it (x4)**
- Query **più cercate**:

Le **4 categorie** in **TOP 10**:

- Peluche (x5)
- Puzzle (x5)
- Mattoncini (x0)
- Giochi da tavolo (x0)

POSIZIONE	PAROLA CHIAVE	MEDIA RICERCHE MENSILI (1Y)
1°	Puzzle online	27.100
2°	Dottoressa peluche	27.100
3°	Puzzle bubble	14.800
4°	Empires e puzzle	12.100
5°	Puzzle Ravensburger	12.100
6°	Peluche giganti	9.900
7°	Puzzle 3d	9.900
8°	Peluche trudi	4.400
9°	Huggy Wuggy peluche	4.400
10°	Peluche Disney	3.700

OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS #2

- Qual è la keyword correlata più cercata? **PUZZLE ONLINE (27.100 volte)**
- Qual è la keyword di categoria più cercata? **PUZZLE (60.500 volte)**

Kws di categoria **più cercate**:

POSIZIONE	CATEGORIA	TOTALE RICERCHE MENSILI (1Y)
1°	PUZZLE	60.500
2°	PELUCHE	40.600
3°	GIOCHI DA TAVOLO	27.100
4°	MATTONCINI	1.100

OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS



PUZZLE

Il settore puzzle è guidato da keyword legate ai giochi di puzzle online, in linea con il trend **kidult**. Il target principale è quindi adulto.

Presenza di **Amazon** come marketplace e dei brand **Ravensburger** e **Clementoni**

GIOCHI DA TAVOLO

Il fenomeno kidult è riscontrabile anche in questo settore. Le ricerche degli utenti sono indirizzate verso target **adulto**.

A livello di acquisti online prevale il marketplace **Amazon**

PELUCHE

La keyword “Dottoressa Peluche” traina le ricerche, una serie animata per **bambini**.

Forte presenza dei brand Trudi e Disney

MATTONCINI

Keyword di **brand** (LEGO) associata alla categoria.

La keyword “LEGO”, legata alla categoria mattoncini, domina le ricerche: il suo volume è mediamente 4 **volte superiore** rispetto alla seconda migliore.

Al contrario, la keyword “mattoncini” ha un volume molto basso

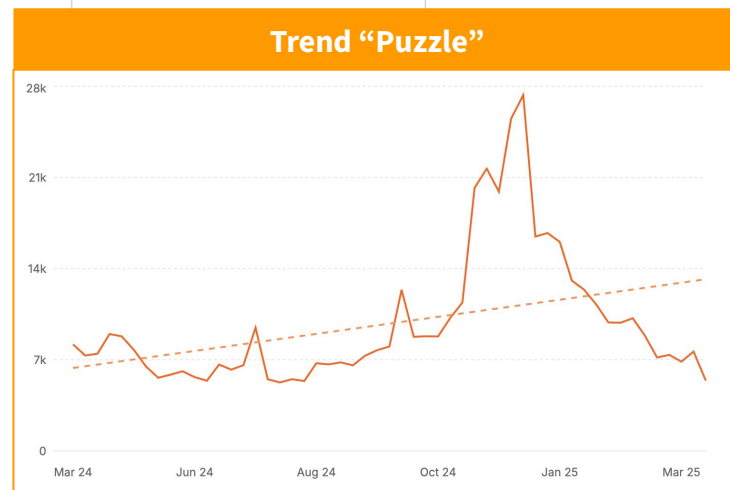
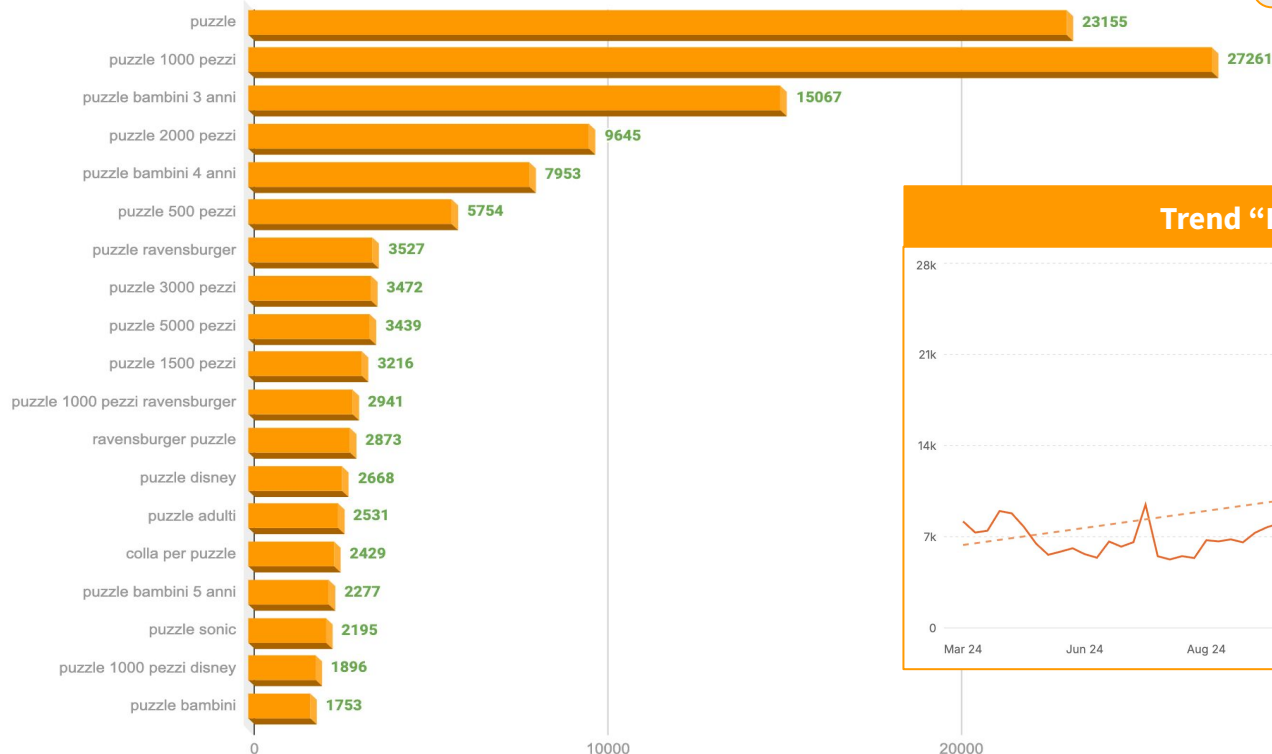


AMAZON BIG DATA + SEMIOTICA

OSSERVATORIO
TOYS

OSSERVATORIO PUZZLE VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

500+ Kwd



PUZZLE SEARCH TRENDS

Aggregazione varianti

Ricerca per Pezzatura

Volume di Ricerca
Aggregato ~80,000

Focus sulla **pezzatura** dei
puzzle:

1000 (~42,000)

2000 (~12,000)

500 (~7,000)

Ricerca per Età

Volume di Ricerca
Aggregato ~48,000

Focus sulle **fasce d'età**:

3 Anni (~19,500)

4 Anni (~12,000)

Adulti (~8,700)

Ricerca per Tema

Volume di Ricerca
Aggregato ~32.000

Focus su **tre temi**:

Franchise (~20,000)

Arte (~6,000)

Paesaggi/Mappe (~5,600)

Ricerca per Brand

Volume di Ricerca
Aggregato ~23.000

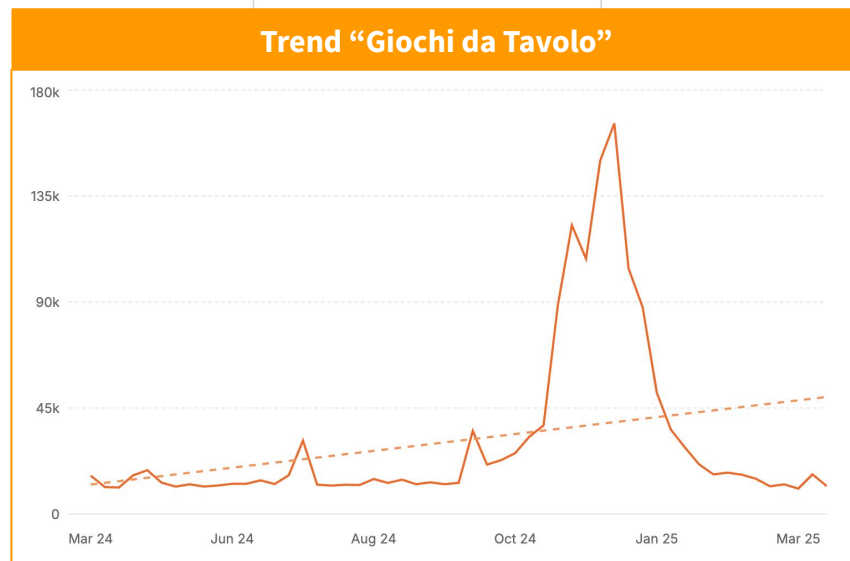
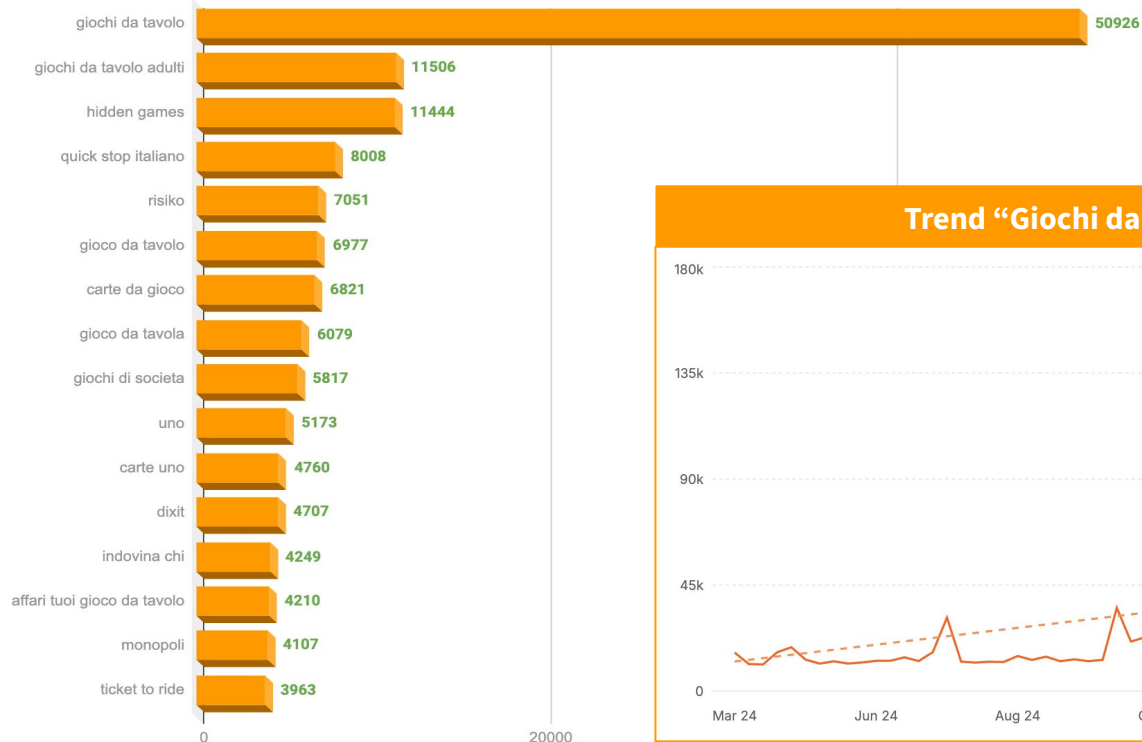
Ravensburger (~15,000)

Clementoni (~5,600)

Schmidt (~2,000)

OSSERVATORIO GIOCHI DA TAVOLO VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

1000 + Kwd



GIOCHI DA TAVOLO

SEARCH TRENDS

Aggregazione varianti

Ricerca per Titoli Specifici

Volume di Ricerca
Aggregato ~150,000

Top 3 titoli:
Uno (~19.000)
Hidden Games (~15.500)
Quick Stop (~13.500)

Ricerca Generica

Volume di Ricerca
Aggregato ~85,000

Kwd esplorative:
gioco/giochi da tavolo
giochi di società

Ricerca per Target

Volume di Ricerca
Aggregato ~45.000

Focus su tre target:
Adulti (~30,000)
Bambini/Famiglia
(~15,000)

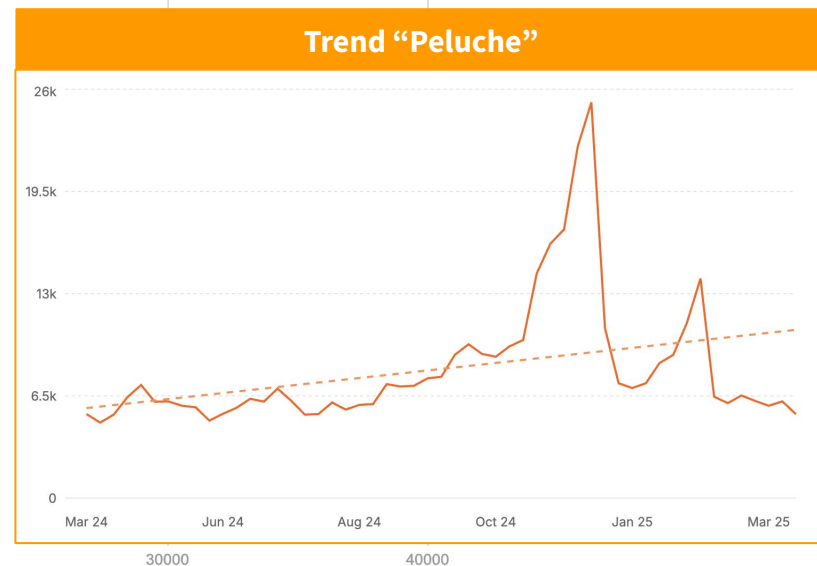
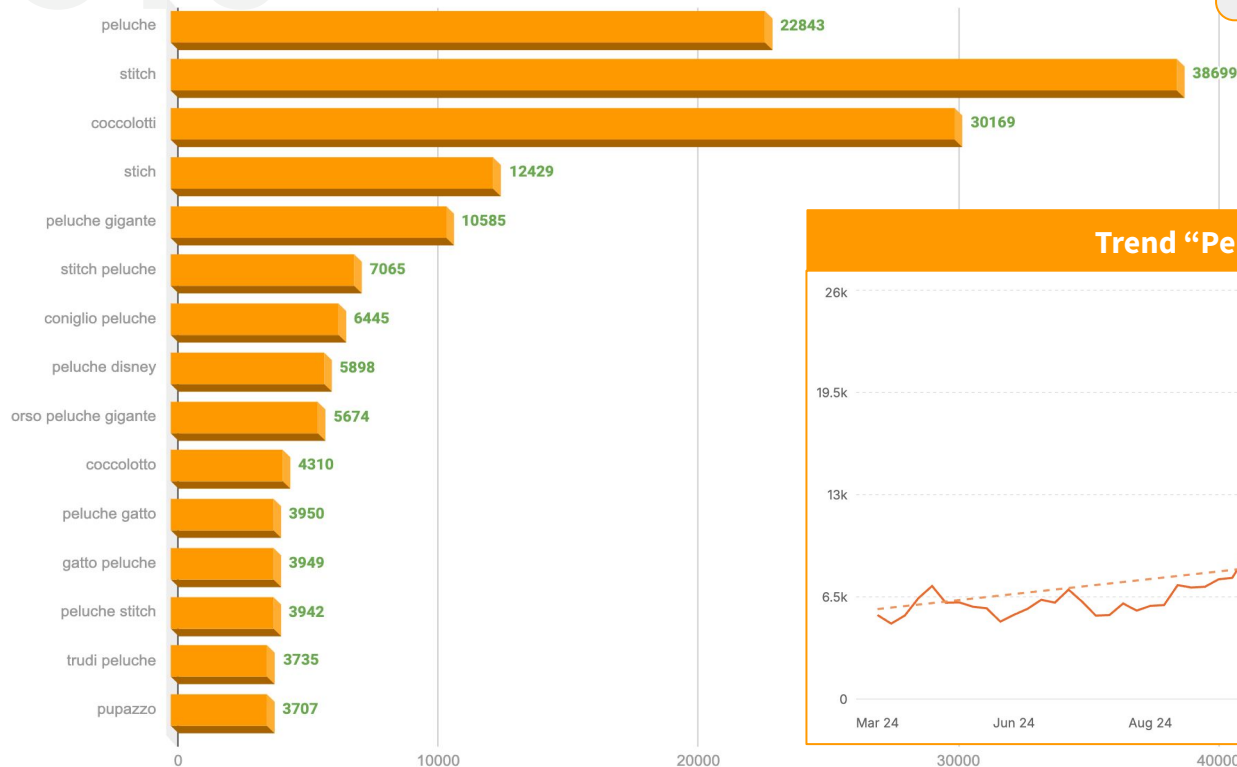
Ricerca per Categoria

Volume di Ricerca
Aggregato ~35.700

Giochi di ruolo (~10,000)
Carte (~8,200)
Investigativi (~2,000)

500 + Kwd

PELUCHE VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT



PELUCHE SEARCH TRENDS

Aggregazione varianti

Ricerca per Personaggio

Volume di Ricerca
Aggregato ~75,000

Predominio di **Stitch**

Ricerca Per Brand

Volume di Ricerca
Aggregato ~55,000

Top 3 brand:
Coccolotti (~36.600)
Trudi (~11.700)
TY (~6.500)

Ricerca per Animale

Volume di Ricerca
Aggregato ~54.000

Focus su toddlers:
Orso/Teddy bear
(~25.000)
Coniglio/Coniglietto
(~20.100)
Gatto/Gattino (~9.300)

Ricerca per Caratteristiche

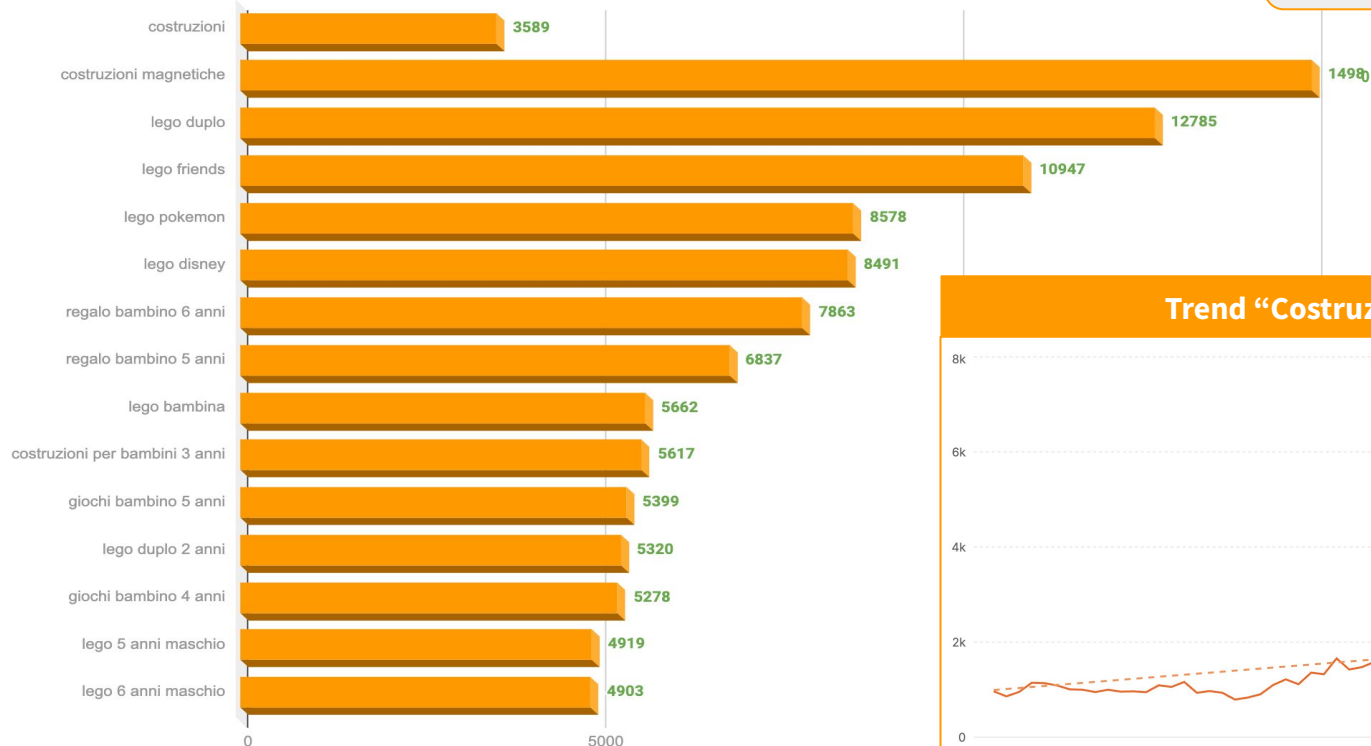
Volume di Ricerca
Aggregato ~37.000

Grande/Grandissimo
(~10,000)
Che respira (~6,000)
Piccolo/mini (~2,000)

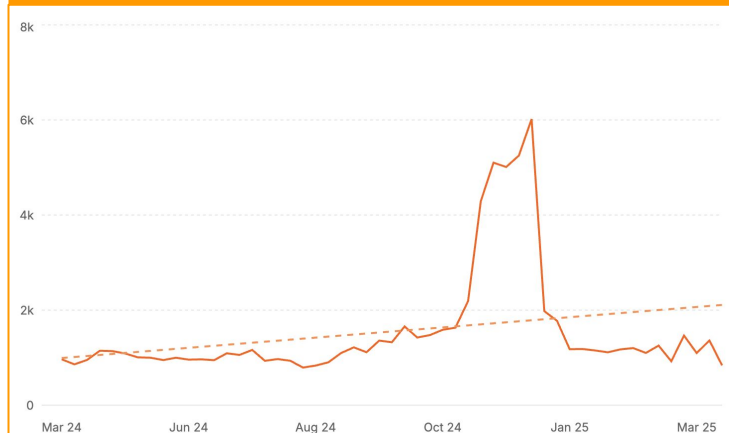
OSSERVATORIO TOYS

COSTRUZIONI VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

700 + Kwd



Trend "Costruzioni"



OSSERVATORIO TOYS

COSTRUZIONI SEARCH TRENDS

Aggregazione varianti

Ricerca per LEGO

Volume di Ricerca
Aggregato ~120,000

Migliori LEGO Kwd a **coda
lunga:**

Licenze (~37.000)
Duplo 1-5 anni(~31.000)
Età specifiche (~30.000)

Ricerca Per Magnetiche

Volume di Ricerca
Aggregato ~45,000

Generiche ~20.000 poi 3

Top 3 brand:

Geomag (~7.000)
Picasso Tiles (~6.400)
Connetix (~3.500)

Ricerca per Costruzioni + Età

Volume di Ricerca
Aggregato ~27.000

Focus su toddlers:

3 anni (~7.900)
2 anni (~6.800)
1 anno (~2.500)

Ricerca Generiche

Volume di Ricerca
Aggregato ~12.000

Costruzioni (~10,000)
Set costruzioni (~2,000)

OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS

amazon

PUZZLE

Volume di ricerca
mensile ~23.000

Focus sulla **pezzatura**
(1000, 5000 e 2000) dei
puzzle e sulle **fasce d'età**
dei piccoli (3,4 e 5 anni)

GIOCHI DA TAVOLO

Volume di ricerca più
alto tra le categorie
analizzate ~50,000

Keyword **generiche** o
ricerche esatte di **titoli**

Focus Giochi per adulti

PELUCHE

Volume di ricerca
mensile ~23.000

Focus sul personaggio
Stitch e sugli **animali**

Oltre Natale **altre**
stagionalità

COSTRUZIONI

Volume di ricerca
mensile ~12.000

Focus sul brand **LEGO** e
sulle **costruzioni**
magnetiche generiche e
focus sui bambini



SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

OSSERVATORIO
TOYS

Fonte: Fanpage Karma

Timing: YTD 2025

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
	 Hot Wheels	2.3M	5,1%	113k	30	2.2M	14k	2.2M	1,0%	3,3%
	 Ravensburger	118k	3,7%	4.2k	66	18k	1.6k	20k	0,18%	0,26%
	 LEGO	11.6M	2,6%	290k	104	8.5M	51k	8.6M	0,77%	0,72%
	 Liscianigiochi	22k	2,1%	460	36	1.0k	33	1.1k	0,049%	0,13%
	 MATTEL	866k	1,7%	14k	19	113k	3.8k	117k	0,14%	0,72%
	 Giochi Preziosi Italia	53k	1,6%	830	13	14k	162	14k	0,28%	2,1%
	 Clementoni	47k	0,59%	273	23	857	22	879	0,020%	0,082%
	 Hasbro	402k	0,39%	1.6k	7	8.7k	353	9.0k	0,023%	0,32%
	 Fisher-Price	871k	-0,23%	-2.0k	54	116k	3.5k	120k	0,14%	0,25%
	 L.O.L. Surprise!	620k	-0,42%	-2.6k	25	27k	481	28k	0,046%	0,18%
	 Barbie	3.5M	-0,72%	-26k	29	606k	11k	617k	0,18%	0,60%
	 PLAYMOBIL	341k	-0,91%	-3.1k	46	87k	897	88k	0,27%	0,56%
	 Nerf	726k	-1,11%	-8.1k	18	10k	310	11k	0,015%	0,081%
	Average	1.7M	1,1%	30k	36	903k	6.6k	910k	0,24%	0,71%

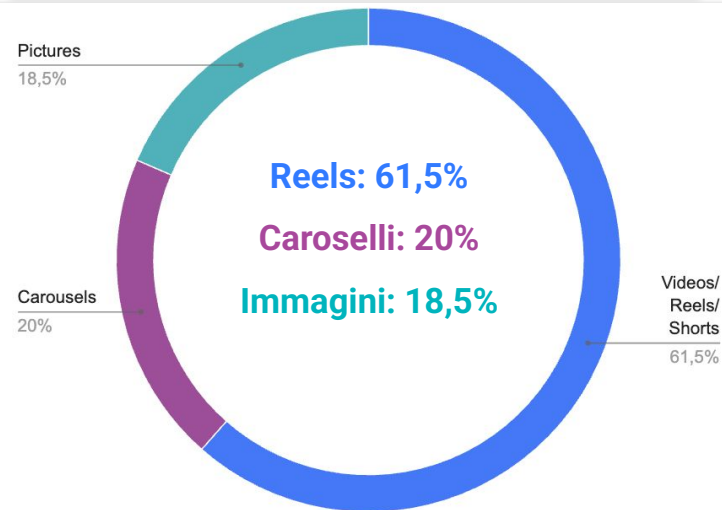
INSTAGRAM SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#JigsawPuzzle #Clementoni #LEGO #RavensburgerPuzzle
#PuzzleOfTheYear2025 #PLAYMOBIL #PuzzleMonth #GraviTrax
#FunFacts #BuildBeyondTheUsual #LEGOHouse #lisciani #LEGOBotanicals #Mattel80
#LEGOF1 #BuildTheThrill #FunnyBunny #BabyDJ #ChildhoodStartsHere
#Ferrari #FisherPrice #Ravensburger #Baby #VoteAndWin #Science
#PuzzleBattle #liscianigiocchi #Mattel #PuzzleCommunity #TheMoonAcademy
#LEGOflowers #ASMR #EasterFun #EasterWithLotti #RavensburgerMoment
#RavensburgerGames #slumiscience #KeepItFresh #Disney #LEGOSTarWars #PuzzleLove
#DidYouKnow #HotWheels #TBT #BlackHistoryMonth #F1 #Playset
#Clementonitoys #behindthescenes #Barbie #Playsets

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

FORMATI UTILIZZATI



FORMATO STATICO → 18,5%

FORMATO DINAMICO → 81,5%

Fonte: Fanpage Karma

Timing: YTD 2025

		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		Hasbro	47k	1,4%	668	4	853	205	1.5k	0,033%	0,80%
f		Hot Wheels	3.7M	0,71%	26k	55	70k	7.5k	122k	0,035%	0,061%
f		Mattel	809k	0,35%	2.8k	33	11k	231	12k	0,015%	0,044%
f		LEGO	15.5M	0,25%	38k	66	238k	34k	405k	0,027%	0,040%
f		Liscianigiochi	58k	0,012%	7	37	450	26	546	0,0096%	0,025%
f		LOL Surprise	370k	-0,0073%	-27	21	1.1k	59	1.8k	0,0049%	0,023%
f		Giochi Preziosi	66k	-0,055%	-36	12	155	19	323	0,0051%	0,041%
f		Barbie	15.6M	-0,13%	-20k	33	115k	9.6k	212k	0,014%	0,034%
f		Playmobil	1.3M	-0,13%	-1.7k	40	13k	242	18k	0,014%	0,034%
f		Clementoni	184k	-0,17%	-318	21	134	15	195	0,0011%	0,0050%
f		Fisher-Price	6.8M	-0,32%	-22k	55	6.5k	3.3k	18k	0,0027%	0,0047%
f		Ravensburger	368k	-0,37%	-1.4k	48	441	54	612	0,0017%	0,0035%
f		Nerf	2.2M	-0,45%	-10k	10	491	205	939	0,00043%	0,0042%
Average		3.4M	0,056%	778	32	33k	3.9k	57k	0,012%	0,081%	

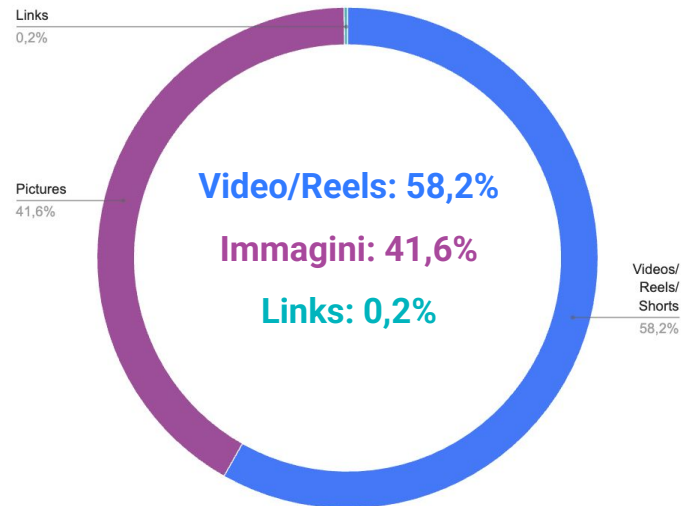
FACEBOOK SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#Creativity #Science **#PLAYMOBIL** #lastoriadelgiocoeducativo
 #DrivenToBeLegendary #slumscience #NeverStopTheFun #Ravensburger #lisciani
 #HotWheelsMY #UNOTeams #DoubletheFun #HotWheelsLetsRace #F1
 #Puzzles #HotWheelsxBarbie #Playset #LEGO #OkadaManila
 #ToysRUsMY #PuasaPlay #Valentines #FisherPrice #OOTM #Playsets
 #AprilFools #Disney #toydesign #Ferrari #Barbie #childhoodstartshere
 #DisneyPrincessID #Baby #vangogh #MattelRayaCeriaBersama #behindthescenes
 #RavensburgerMoment #TBT #liscianigiochi #Learn #HotWheels
 #LOLSurprise #HotWheelsLegends #carotina **#MattelMY** #LEGOSTarWars #MinecraftMY
 #ASMR #PuasaPlayWithMattel #Popular

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

FORMATI UTILIZZATI



FORMATO STATICO → 41,8%

FORMATO DINAMICO → 58,2%

Timing: YTD 2025

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
	 mattel	20k	39%	5.7k	0	0	0	0	0%	0%
	 LEGO	1.9M	36%	500k	31	930k	18k	1.0M	0,61%	1,9%
	 PLAYMOBIL	7.7k	29%	1.7k	0	0	0	0	0%	0%
	 Hot Wheels	631k	24%	122k	0	0	0	0	0%	0%
	 Fisher-Price	151k	4,9%	7.0k	8	906	51	1.1k	0,0077%	0,094%
	 barbie	2.2M	4,8%	100k	21	264k	4.1k	280k	0,13%	0,63%
	 lolsurprise	241k	3%	7.1k	11	12k	32k	45k	0,20%	1,7%
	 Ravensburger (DE)	38k	2,1%	800	29	2.5k	77	2.9k	0,079%	0,27%
	 Nerf	1.0M	0%	0	0	0	0	0	0%	0%
Average		688k	16%	83k	11	134k	6.0k	149k	0,11%	0,52%

OSSERVATORIO TIKTOK SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

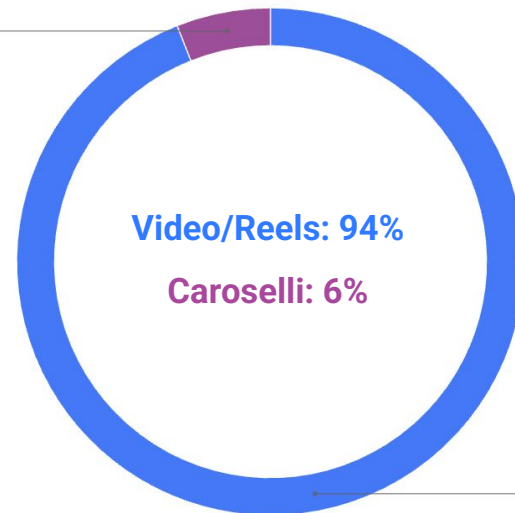
TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#trend #y2k #legobotanicals #babydj #malennachzahlen #ravensburger
#childhoodstartshere #cartok #voxpath #grwm #ad #funny #friends #pretend
#legoflowers #relatable #fisherprice #lego #newyarseve #lefloristtour
#keepitfresh #awkward #baking #legostore #happyvalentinesday #legocommunity #rnb
#legodoeshavetiktok #legofan #movies #legotok #music #flowertok #fashion
#purplemonkeysong #asmr #workhumor #legosets #ravensburgerpuzzle #whitelotus
#2000s #animation #puzzle #thisorthat #gravitrax #justiceforhairyminifigure
#spiele #trenchcoat #spielwarenmesse #leflorist

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

FORMATI UTILIZZATI

Carousels
6%



Videos/
Reels/
Shorts
94%

FORMATO STATICO → 0%

FORMATO DINAMICO → 100%



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



Canale principale per **target genitori** con fanbase statiche
Numero elevato di utenti, **presidiato** da tutti i player



Canale in **forte crescita** e ancora poco presidiato.
Aumenta la presenza di nuovi brand. Risultati in termini di
costruzione ed engagement della fanbase



FOCUS AI

OSSERVATORIO TOYS

Cos'è un Agente AI

Un **Agente AI** è un'entità software (o hardware) che percepisce il suo ambiente, ragiona su queste percezioni e agisce sull'ambiente attraverso degli attuatori, con l'obiettivo di raggiungere uno o più obiettivi predefiniti.

In altre parole, è un sistema autonomo in grado di prendere decisioni in base a ciò che percepisce e di agire per ottenere un risultato specifico.

Caratteristiche di un Agente AI

1 PERCEZIONE

La capacità di ricevere informazioni dall'ambiente attraverso sensori (es: input da tastiera, dati da sensori ambientali, immagini, audio, ecc.).

Caratteristiche di un Agente AI

2 RAGIONAMENTO

La capacità di elaborare le informazioni ricevute, pianificare azioni e prendere decisioni. Questo può includere l'utilizzo di algoritmi di machine learning, logica, sistemi esperti, ecc.

Caratteristiche di un Agente AI

3 AZIONE

La capacità di agire sull'ambiente attraverso attuatori (es: output su schermo, controllo di un motore, invio di un'email, ecc.).

Caratteristiche di un Agente AI

4 OBIETTIVO

Uno o più obiettivi che l'agente deve raggiungere. Questi obiettivi guidano il processo decisionale dell'agente.

Caratteristiche di un Agente AI

5 AUTONOMIA

La capacità di operare senza intervento umano diretto, prendendo decisioni in modo indipendente.

L'IA nelle diverse categorie di giocattoli: GIOCHI DA TAVOLO

I **giochi da tavolo** stanno vivendo una rinascita grazie all'integrazione dell'intelligenza artificiale:

- ✖ **Pictionary vs. AI:** il primo gioco da tavolo dove i giocatori disegnano e l'IA deve indovinare
- ✖ **Avversari virtuali intelligenti:** sistemi che permettono di giocare in solitario, come in "Race for the Galaxy"
- ✖ **Sistemi ibridi fisico-digitali:** piattaforme come Teburu (Xplored/Hasbro) che combinano l'esperienza fisica con elementi digitali

L'IA nelle diverse categorie di giocattoli: COSTRUZIONI

Il settore delle **costruzioni** sta integrando l'IA per esperienze più sostenibili e personalizzate:

- ✕ **Sort A Brick:** tecnologia che analizza collezioni di mattoncini LEGO, identifica modelli costruibili e riconfeziona i set
- ✕ **LEGO MINDSTORMS e BOOST:** combinano programmazione e IA per creare robot interattivi
- ✕ **Istruzioni interattive:** app con realtà aumentata e IA per guidare il processo di costruzione

L'IA nelle diverse categorie di giocattoli: PUZZLE

I **puzzle** stanno evolvendo grazie all'IA, offrendo nuove sfide:

- ✖ **MemorIA:** memory game con immagini generate dall'IA, dove si abbinano immagini correlate ma non identiche
- ✖ **Console puzzle con IA adattiva:** dispositivi che evolvono con le capacità del giocatore
- ✖ **Vector 2.0 Robot:** robot emozionale con giochi di puzzle integrati

L'IA nelle diverse categorie di giocattoli: PELUCHE

I **peluche** interattivi rappresentano un'applicazione innovativa dell'IA:

- ✕ **Poe l'Orso (Giochi Preziosi):** crea storie uniche partendo da elementi selezionati dal bambino
- ✕ **Fawn:** cerbiatto programmato con GPT-3.5 che aiuta i bambini a elaborare le emozioni
- ✕ **Moxie:** robot che conduce esercizi di consapevolezza e supporta lo sviluppo emotivo

L'IA per ottimizzare la presenza sui diversi canali: GOOGLE

L'IA offre numerose opportunità per ottimizzare la presenza su **Google**:

- ✖ **SEO potenziato:** analisi semantica avanzata e previsione delle tendenze di ricerca
- ✖ **Google Ads ottimizzati:** smart bidding e targeting dinamico per identificare i segmenti più propensi all'acquisto
- ✖ **Personalizzazione:** landing page che si adattano in base alle parole chiave di ricerca

L'IA per ottimizzare la presenza sui diversi canali: AMAZON

L'IA può migliorare significativamente le performance su **Amazon**:

- ✘ **Ottimizzazione delle inserzioni:** contenuti che massimizzano la rilevanza per l'algoritmo A9
- ✘ **Repricing automatico:** algoritmi che adattano i prezzi in tempo reale sia dei prodotti sia del budget pubblicitario
- ✘ **Previsione delle scorte:** algoritmi che anticipano il fabbisogno di inventario

L'IA per ottimizzare la presenza sui diversi canali: SOCIAL

L'IA può potenziare significativamente la presenza sui **social**:

- ✘ **Contenuti ottimizzati:** creazione di testi, immagini e video che massimizzano l'engagement
- ✘ **Analisi predittiva:** previsione dei momenti migliori per pubblicare, giorni durante la settimana e fasce orarie
- ✘ **Analisi del sentiment:** monitoraggio delle menzioni per valutare la percezione del brand

FORMAZIONE 2025

XChannel
MILANO - BARCELONA

ASSOGIOCATTOLI

Aumenta le tue
vendite fino a un

4x

rispetto al
MERCATO



SAVE THE DATE

12 FEBBRAIO	12 MARZO	16 APRILE	14 MAGGIO	11 GIUGNO	9 LUGLIO	6 AGOSTO	10 SETTEMBRE	8 OTTOBRE	12 NOVEMBRE
MARKETPLACE	CROSSCANALITÀ	TREND	MARKETPLACE	SOCIAL	TREND	YOUTUBE TV	CINEMA	TREND	RAI
eBay Strategie Vincenti per il Toys	Toys @2025 I trend e le ultime dopo Norimberga	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	MMM Strumenti IA per i Marketplace @Toys	TikTok Entertainment per vendere @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	TV o YouTube Il nuovo Media Mix @Toys	DCA & Associnema Cinema @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	Rai pubblicità Total Video
Dai collezionisti ai genitori: come vendere a tutti i target con potenziale	IA, Kidult, Dink, Tweens, destagionalizzazione, nuovo shopping funnel	Utilizzare la IA per pianificare la crescita	Usare IA per aumentare le vendite, monitorare i prezzi, sfruttare i trend	Strategie e strumenti per creare contenuti di tendenza e vendere	Case study di successo nel settore e best practice	Dove investire tra lineare, non-lineare, streaming, digital TV, mobile	Perché il cinema è trainante per il settore e cosa ci dobbiamo aspettare a Natale	Il Natale che ci dobbiamo aspettare	Contenuti di qualità in un contesto sicuro



Ti sei perso i webinar precedenti?

SCAN HERE



XChannel

OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS

Per approfondimenti & analisi personalizzate:

info@xchannel-consulting.com