

SMART VOICE

LA VOIX, INTERFACE NATURELLE DES OBJETS CONNECTÉS ?

Créé par
MMA
MOBILE MARKETING ASSOCIATION FRANCE

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'INTERFACES HOMME-MACHINE



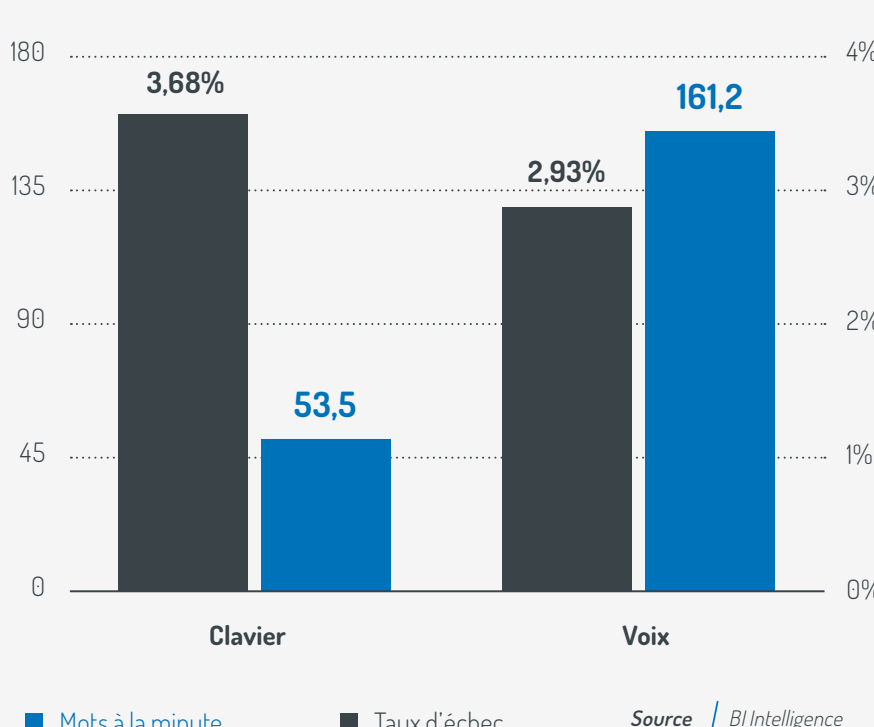
80's / 90's
Cliquer

2000/2010's
Toucher

2010/2020's
Parler

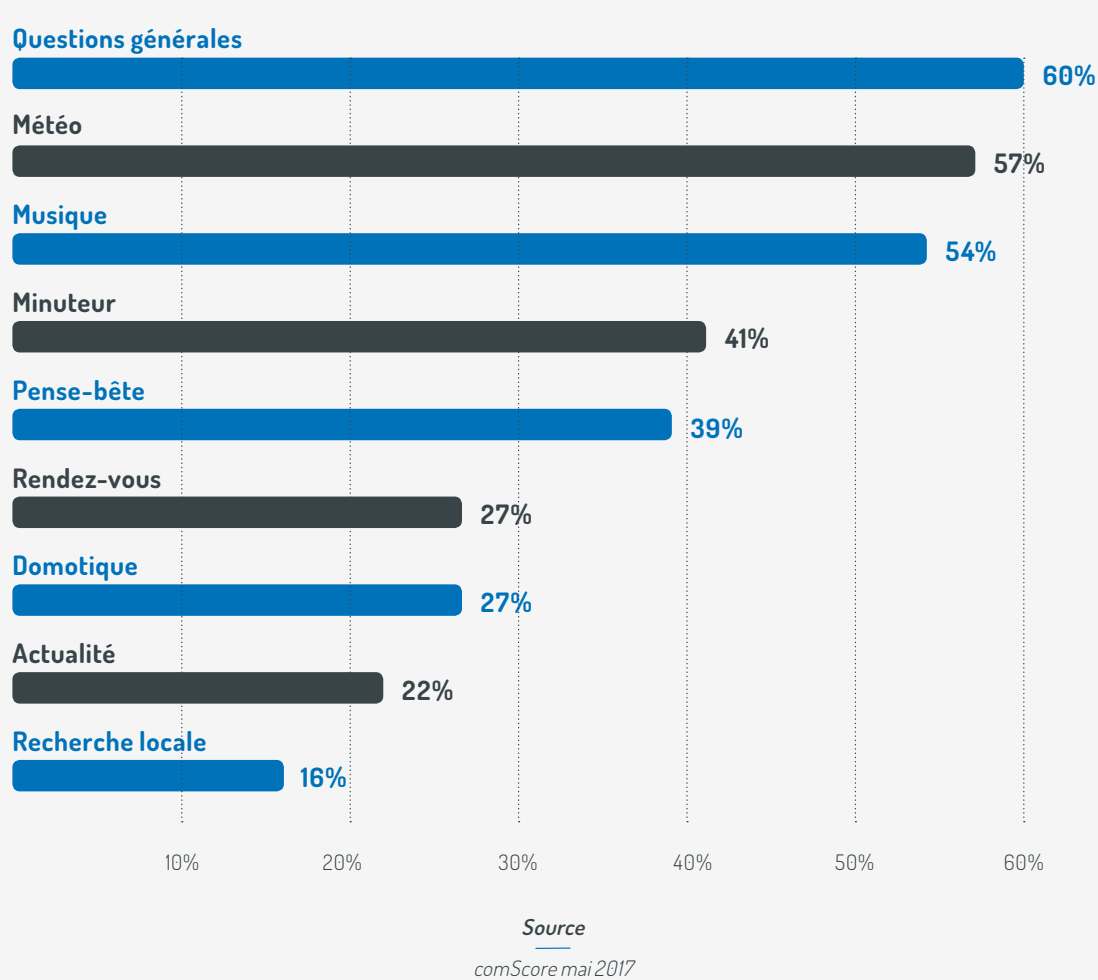
UNE TECHNOLOGIE ARRIVÉE À MATURITÉ

CLAVIER VS VOIX



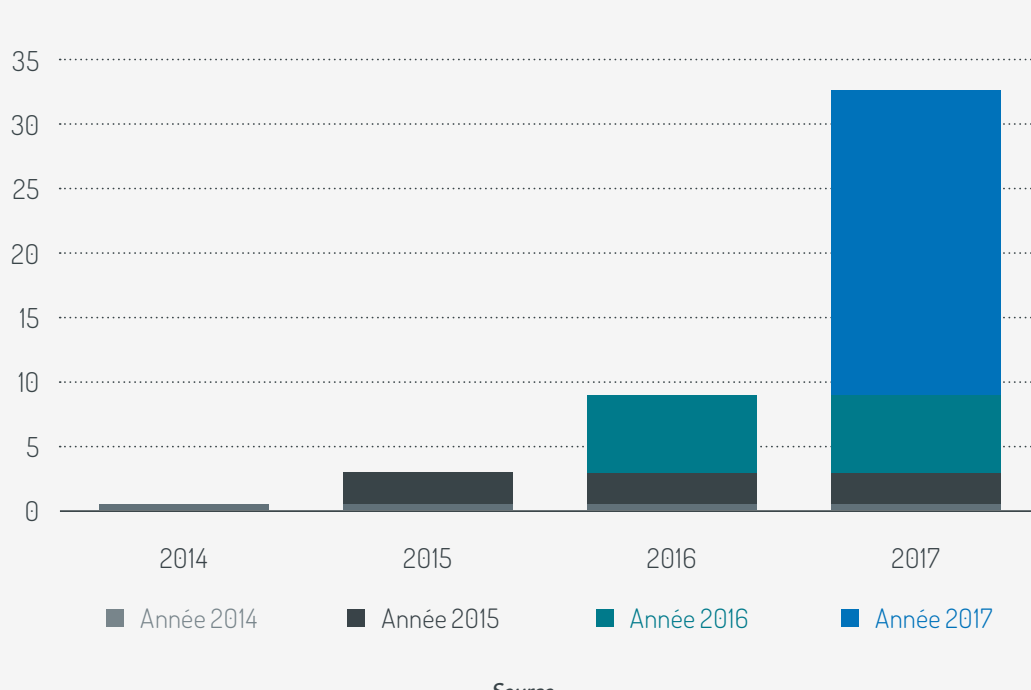
UNE DÉMOCRATISATION DES USAGES

PRINCIPAUX USAGES DES ENCEINTES CONNECTÉES PARMIS LES MÉNAGES ÉQUIPÉS,
base Custom Survey of US households, T1 2017



AVEC QUELLES TECHNOLOGIES ?

CUMUL DES VENTES DE « SMART SPEAKERS » AUX ETATS-UNIS
(en million d'unités)



5 PRIORITES POUR LES MARQUES

OBJECTIF

Définir l'objectif du service :
optimisation du SEO, nouveau
canal de CRM ou de ventes ?

CONTEXTE

Choisir le terminal et donc le
contexte visé : smartphones,
enceintes connectées, voitures ?

PLATEFORME

Choisir la plateforme adressée :
in-app, Facebook Messenger, Google
Assistant, WeChat, Slack...

IDENTITE

Définir la signature vocale de
marque et l'analytics des usages

ENRICHISSEMENT

Suivre l'entraînement du bot pour
élargir les intentions auquel le
service est capable de répondre

TÉLÉCHARGEZ LE GUIDE

Le Marketing Conversationnel :
du chatbot au voicebot

www.mmaf.fr/publications/

Infographie produite par Jérôme Bouteiller, Directeur des
Contenus, sous la supervision de Renaud Ménérat, Président,
avec les contributions de Martin Jaglin & Jérôme Léger,
Administrateurs et de Nicolas Simon, membre de la Mobile
Marketing Association France & Directeur Général de Tapptic.

Merci à BNP Paribas et Hello bank!,
partenaires privilégiés
de la Mobile Marketing Association France

Hello bank!
Mobile comme vous

BNP PARIBAS
La banque d'un monde qui change