

CLIENTE	NEOSPERIENCE	TESTATA	KEY4BIZ.IT	DATA	25 GENNAIO 2019
---------	---------------------	---------	-------------------	------	------------------------



L'INTERVISTA

'Sbarco in Borsa e accordo con Vetrya per crescere all'estero e nelle telco'. Intervista a Dario Melpignano (CEO di Neosperience)

Abbiamo intervistato l'Ad di Neosperience, Pmi italiana pioniera nell'utilizzo dell'IA per l'integrazione dell'empatia all'interno della tecnologia, per capire come la società punti a rafforzare il proprio posizionamento di leadership nel settore.

di **Piero Boccellato** | [@pieroboccellato](#) | 25 gennaio 2019, ore 10:30



Neosperience è una PMI innovativa italiana che opera come *software vendor* nel settore della Digital Customer Experience. Fondata a Brescia nel 2006, in pochi anni è diventata leader del settore attraverso Neosperience Cloud, piattaforma integrata che permette alle aziende di offrire ai loro clienti un'esperienza digitale personalizzata.

Dopo la [quotazione sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana](#) e l'importante [accordo con Vetrya](#), Key4biz ha deciso di intervistare **Dario Melpignano, Co-Fondatore e Amministratore**

C L O S E 3 M E D I A

Delegato di Neosperience, per capire come la società punti a rafforzare il proprio posizionamento di leadership nel settore.

Key4biz. Neosperience, fondata nel 2006, è una PMI innovativa attiva nel mercato italiano del digitale attraverso Neosperience Cloud. Cosa caratterizza questo software?

Dario Melpignano. La capacità di infondere empatia nella tecnologia, per aiutare le aziende a conoscere, coinvolgere, e fidelizzare i loro clienti, offrendo loro esperienze personalizzate su tutti i canali digitali. **Neosperience Cloud**, risultato del maggior investimento nel settore della Digital Customer Experience in Europa, è una piattaforma applicativa che permette alle aziende di stabilire un dialogo diretto, non mediato, ed empatico con clienti attraverso tutti i touchpoint. Grazie all'intelligenza artificiale conferiamo alle aziende nostre clienti che la adottano la capacità di predire tratti caratteriali, attitudini e comportamenti dei clienti, avvicinando per la prima volta le tecnologie di relazione a quei soft skill propri dei venditori umani più capaci.

Key4biz. Empathy in Technology, sarà questo il futuro del digital marketing?

Dario Melpignano. Ne siamo convinti. E non solo: oggi nel mondo c'è un deficit di empatia e colmare questo gap è necessario dal punto di vista umano ancora prima che di business. Il marketing sta evolvendo in una direzione che implica inevitabilmente una visione più "umana" del cliente. E la tecnologia sta diventando il principale abilitatore di questo processo.

Veniamo da decenni di best practice di marketing che indicavano una via precisa alla personalizzazione: quando le aziende devono conoscere i loro clienti, si affidano principalmente a quelli che possiamo chiamare dati "duri" (socio-demografici, economici e geografici). Nella migliore delle ipotesi aggiungono dati comportamentali, ad esempio gli ultimi acquisti o le visualizzazioni di contenuti.

Ma ciò che rende noi esseri umani così abili nel comprendere le altre persone, e così efficaci ed empatici nel comunicare con loro, è la capacità di acquisire e utilizzare anche – e specialmente – dati "soft": i bisogni, i desideri, le motivazioni, le emozioni e la personalità di chi abbiamo di fronte.

Ecco perché il futuro della customer experience – online e nei negozi fisici – non può prescindere da una comprensione del cliente a 360 gradi: non più un semplice consumatore, ma una persona con le sue peculiarità.

Key4biz. Neosperience è attualmente in roadshow finalizzato all'ammissione a quotazione sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana, il mercato dedicato alle piccole e medie imprese ad alto potenziale di crescita. Neosperience dove vuole arrivare con questa operazione?

Dario Melpignano. Il principale obiettivo dell'operazione è accelerare la crescita della Società

entrando in nuovi mercati, di fatto declinando la piattaforma per nuovi clienti e settori. Questa crescita si dipana in due direzioni: da un lato il consolidamento della tecnologia e delle funzioni di Neosperience Cloud; dall'altro l'ingresso deciso in nuovi mercati, accelerando il go-to-market, prima negli Stati Uniti e poi in Europa (Germania e Regno Unito), dove l'innovazione digitale è ben più che un passo avanti rispetto all'Italia, e dove i nostri potenziali clienti, e i nostri partner di canale, ci aspettano ormai da tempo.

Key4biz. Vetrya, la società di Luca Tomassini ha manifestato la volontà di sottoscrivere in fase di collocamento per l'IPO una partecipazione di rilievo su Neosperience, con un investimento pari a circa 1 milione di euro. Quale sarebbe l'obiettivo dell'eventuale partnership?

Dario Melpignano. Sinergia commerciale. Sembra infatti che le nostre realtà siano complementari. Si tratta di una partnership che permetterà a entrambe le aziende di rafforzare in maniera sinergica la propria offerta. Dal nostro punto di vista, Neosperience potrà accelerare la diffusione a livello globale della propria piattaforma sfruttando strategicamente i mercati in cui Vetrya è già presente (con particolare riferimento al mondo Telco, con cui noi ancora non lavoriamo, e a geografie nelle quali non siamo ancora presenti, come il Sud America e l'Asia). Vediamo in questa intesa un grande potenziale, anche in considerazione del valore aggiunto che insieme possiamo creare attraverso il network delle società partecipate, in particolare nei settori dell'**Insurtech** e della **blockchain**.