

CLIENTE	NEOSPERIENCE	TESTATA	MILANO FINANZA	DATA	23 APRILE 2019
---------	---------------------	---------	-----------------------	------	-----------------------



<https://www.milanofinanza.it/news/neosperience-lancia-una-tecnologia-basata-sull-intelligenza-artificiale-201904231325345756>

INDUSTRIA

Neosperience lancia una tecnologia basata sull'intelligenza artificiale

Neosperience Image Memorability incorpora algoritmi avanzati basati sul deep learning che identificano quanto le persone ricordano le immagini e quali elementi dell'immagine rimangono maggiormente impressi nella memoria. La società sta già stringendo accordi con partner e aziende nei settori retail, fashion e financial services. Titolo in spolvero all'Aim

di Francesco Gerosa



VOTA ★★★★★ 0 VOTI

Neosperience, Pmi innovativa attiva nel settore della Digital Customer Experience con la piattaforma Neosperience Cloud, ha annunciato quest'oggi il lancio di Neosperience Image Memorability, una tecnologia unica basata sull'intelligenza artificiale, che permette di misurare in modo oggettivo la memorabilità di un'immagine nel tempo ottenendo in pochi secondi un risultato equivalente a una ricerca di mercato su un campione di migliaia di persone.



Si tratta di una soluzione messa a punto dal team Neosperience che arricchisce ulteriormente l'offerta di Neosperience Cloud facendo leva sui recenti avanzamenti della ricerca nel campo delle reti neurali applicate ai contenuti visuali. Più nel dettaglio, Neosperience Image Memorability incorpora algoritmi avanzati basati sul deep learning che identificano quanto le persone ricordano le immagini e quali elementi dell'immagine rimangono maggiormente impressi nella memoria.

Il risultato dell'analisi è duplice: un punteggio indica quanto l'immagine sarà ricordata nel tempo, mentre una heatmap (mappa di calore) indica su quali punti si concentrerà il ricordo delle persone. "Il ricordo di un'immagine è un indicatore fondamentale che ogni azienda dovrebbe ottimizzare per aumentare il risultato economico delle proprie campagne sia sui mezzi digitali che offline", ha sottolineato Dario Melpignano, presidente e co-fondatore di Neosperience .





Nell'era dell'overload informativo, comunicare per immagini è diventato indispensabile: "a distanza di tre giorni nella nostra mente rimane impresso il 10% di quello che abbiamo letto, mentre di una fotografia possiamo ricordare il 65%. Non tutte le immagini però veicolano in modo efficace il messaggio che si vuole inviare. Neosperience Image




Le News più lette


Tutte

Memorability nasce per aiutare le aziende a selezionare le immagini più efficaci", ha spiegato Melpignano.

Le analisi vengono effettuate in pochi secondi da un motore predittivo accurato e molto facile da usare, basato sui sistemi di analisi di Neosperience  Cloud. Si tratta di un insieme di algoritmi di deep learning che recentemente Gartner ha indicato come rappresentativi dell'innovazione più avanzata nell'intelligenza artificiale, assimilando Neosperience  ai maggiori operatori del settore come Adobe, Ibm e Microsoft . "Un accreditamento prestigioso che ci rende ancora più soddisfatti dei risultati raggiunti in questi anni, e che conferma la capacità d'innovazione continua di Neosperience  e l'unicità delle nostre soluzioni", ha aggiunto il presidente.

Nella fase iniziale di lancio della soluzione Neosperience  sta già stringendo accordi con partner strategici e aziende nei settori retail, fashion e financial services, che per primi la utilizzeranno per ottimizzare le proprie attività di comunicazione. Dai primi test, effettuati su brand di punta appartenenti a diverse industry risulta, ad esempio, che molte immagini utilizzate nelle recenti campagne delle aziende del settore fashion hanno livelli elevati di memorabilità.

Al contrario, i marchi del settore automobilistico hanno del terreno da recuperare, facendo registrare i livelli più bassi. L'innovazione tecnologica introdotta da Neosperience  Image Memorability consentirà alle aziende di scegliere le immagini più efficaci e facili da ricordare, aumentando così l'impatto delle attività di marketing e comunicazione.

Un'iniziativa che il mercato premia: il titolo Neosperience  quotato sul mercato Aim Italia di Borsa Italiana sale al momento del 3,88% a quota 5,38 euro, consolidando il trend positivo dell'ultimo mese (+12,8%).

