

COMUNICATO STAMPA

NEOSPERENCE EMPATHIC BANK: INTERPRETARE “IL LINGUAGGIO DEL CORPO DIGITALE”

I trend in atto e l’efficacia della relazione fisico-digitale al centro dell’intervento all’osservatorio ABI sul digital marketing

Milano, 5 dicembre 2019 - Fidelizzare il cliente imparando a conoscerne i tratti caratteriali e psicologici. È quanto spetta da sempre a un buon fornitore di beni o servizi. Con l’avvento della disintermediazione dell’esperienza di acquisto data dall’e-commerce, si apre il tema di come tutelare e assistere al meglio il cliente anche attraverso l’interazione online. Per questo **Neosperience**, PMI innovativa e uno dei principali player nel settore della Digital Customer Experience, quotata su AIM Italia dal 20 febbraio 2019, ha partecipato stamane all’appuntamento con l’**Osservatorio ABI Digital Marketing e Comunicazione Integrata** tenutosi a Milano presso il Centro Copernico Centrale, con un’introduzione ai concetti chiave della “Banca Empatica”.

“**Il linguaggio del corpo digitale**” è stato il tema dell’intervento alla mattinata di lavori. “Dobbiamo reintrodurre l’elemento umano anche nell’esperienza di contatto e relazione online”, racconta Dario Melpignano, amministratore delegato di Neosperience. “Quando acquistiamo un prodotto in un negozio, apprezziamo la capacità del commerciante di saperci assistere, comprendere la nostra psicologia e i nostri desideri e aiutarci nella scelta. Lo stesso deve avvenire anche quando compiamo un’operazione su una piattaforma di home banking, compriamo su un sito di e-commerce, prenotiamo un viaggio o richiediamo il preventivo per una polizza.”

“Il nostro obiettivo - dichiara Melpignano - è permettere agli operatori dei servizi finanziari di fare un salto di qualità nella capacità di essere utili ai clienti, grazie un utilizzo etico della profilazione psicografica realizzata con l’**intelligenza artificiale**. In particolare, nel mondo business-to-consumer è fondamentale promuovere una cultura che indirizzi l’applicazione di queste metodologie, in modo che le aziende comprendano in profondità i propri clienti trattandoli finalmente come persone e non più come “consumatori”, offrendo loro esperienze sempre più personalizzate, e quindi apprezzate e utili”.

Nello specifico, la tecnologia di Neosperience permette alle organizzazioni che la adottano un ascolto attivo attraverso tutti i canali, fisici e digitali, per acquisire dati rilevanti su ciascun cliente e fornire soluzioni e narrazioni sempre più personalizzate, dal settore bancario a quello assicurativo, dalle multiutility al retail, accorciando sempre più la distanza fra cliente e fornitore.



Neosperience S.p.A.

Neosperience è una PMI innovativa italiana che opera come “software vendor”. Fondata a Brescia nel 2006 da Dario Melpignano e Luigi Linotto, rispettivamente Presidente e Vice Presidente Esecutivo, la società è attiva nel settore della Digital Customer Experience con Neosperience Cloud: la piattaforma software che grazie all’Intelligenza Artificiale permette alle aziende di offrire ai propri clienti un’esperienza digitale personalizzata ed empatica, per conoscerli, coinvolgerli e fidelizzarli. Tra le aziende clienti di Neosperience figurano società leader nel settore della moda, del retail e dei servizi finanziari.

www.neosperience.com

Per ulteriori informazioni:

MEDIA RELATIONS

Close to Media - società fondata da Elisabetta Neuhoff

Adriana Liguori | adriana.liguori@closetomedia.it | +39 345 1778974

Sofia Crosta | sofia.crosta@closetomedia.it | +39 337 1374252