

COMUNICATO STAMPA

**Neosperience lancia il *Customer Empathy Maturity Model* al NRF 2020:
il primo sistema in grado di misurare la capacità delle organizzazioni di stabilire
una relazione diretta, personale ed efficace con i clienti**

Milano, 13 gennaio 2020 – La PMI innovativa **Neosperience S.p.A.** (ISIN IT0005351496), attiva come *software vendor* nel settore della Digital Customer Experience, ha presentato oggi al **NRF Big Show 2020**, il maggiore evento internazionale del mondo retail in corso Washington DC, ***Customer Empathy Maturity Model***, il modello proprietario di analisi in grado di misurare il livello di Customer Empathy delle organizzazioni nei principali settori industriali.

Il **Customer Empathy Maturity Model** creato da Neosperience si basa sullo stesso corpus di ricerche svolte dalla società nella psicologia cognitiva, comportamentale e sociale, che analizzano i dati relativi alle interazioni dei clienti grazie all'intelligenza artificiale e al machine learning.

Utile ad accompagnare le aziende che vogliono utilizzare la tecnologia con un approccio “human-centric”, il modello è abilitato dalla piattaforma Neosperience Cloud, validata da numerose organizzazioni a livello globale, e che ha ottenuto fra gli altri il [riconoscimento da parte di Gartner](#) - società leader nella ricerca e consulenza strategica – che ha scelto Neosperience quale unica realtà italiana tra i sei software vendor più innovativi al mondo.

“Per le aziende di ogni settore, quella di relazionarsi in modo empatico con i clienti è una capacità fondamentale. Il management delle organizzazioni deve acquisirne una profonda consapevolezza, per promuoverla e svilupparla. Il risultato che abbiamo osservato, soprattutto nei settori della moda, del lusso, del retail e dei servizi finanziari, è un incremento a doppia cifra delle dinamiche di cross selling e up-selling, oltre a una maggiore fidelizzazione dei clienti. In pratica ricavi e margini più elevati, e un migliore lifetime value” ha dichiarato **Dario Melpignano, CEO di Neosperience**.

“L’iniziativa è stata accolta oggi al NRF 2020 con grande interesse; diverse aziende hanno già individuato in questo percorso di auto-valutazione un’opportunità per accelerare la loro strategia di customer-centricity” ha aggiunto **Carlo Malaguzzi**, COO responsabile delle operations del Gruppo Neosperience negli Stati Uniti.

Lo strumento che alimenta il modello della Customer Empathy, accessibile online all’indirizzo empathymaturitymodel.com, è stato creato grazie a [NeosVoc](#), soluzione dedicata alla Voice Of Customer.

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, aumentando il valore del brand e i margini di vendita. 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:

INVESTOR RELATIONS**Neosperience S.p.A.**

Lorenzo Scaravelli | ir@neosperience.com | +39 335 7447604

NOMAD**Banca Finnat S.p.A.**

Mario Artigliere | m.artigliere@finnat.it | +39 06 69933212

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

SPECIALIST**Banca Finnat S.p.A.**

Lorenzo Scimia | l.scimia@finnat.it | +39 06 69933446