

GPS e Bluetooth: la nuova vita delle App

La startup del proximity marketing NearIT presenta una piattaforma rinnovata in grado di rendere il contextual engagement ancora più semplice grazie a nuove soluzioni geofencing che si affiancano ai già consolidati beacon.

Bergamo, 9 febbraio 2017 - In Italia il mobile rappresenta circa il 64% del tempo complessivo di utilizzo di dispositivi digitali, mentre le applicazioni contano per circa il 90% dei minuti dedicati ai dispositivi mobili (*dati comScore*). Se si considera che nelle prime posizioni figurano sempre app di social network, messaging e multimedia (per la riproduzione di musica o video) e che solo un quarto degli utenti di dispositivi mobili scarica nuove applicazioni nell'arco di un mese è impossibile non notare come lo spazio a disposizione per le "branded app" si stia facendo sempre più ristretto.

Il Geofencing, tecnologia sviluppata oltre 10 anni fa negli ambiti di sicurezza e prevenzione, sta velocemente emergendo come ancora di salvezza per tutte quelle app che nel corso degli anni hanno perso terreno nelle preferenze degli utenti mobile a favore dei big del settore. E' così che il Proximity Marketing si sta via via sostituendo alle ormai ridondanti campagne pubblicitarie via email, SMS o telefonate indesiderate che intasano i nostri smartphone quotidianamente.

*"L'idea alla base del Geofencing lato mobile proximity è semplice" afferma **Luca Locatelli, CEO e founder di NearIT**: "Si pensi a un retailer che ha nel bacino di utenti con la propria app installata una percentuale minima di accessi quotidiani. La comunicazione attraverso l'app è bloccata e la tentazione di tornare a operare con una campagna di email marketing indiscriminata è forte. Ma se la stessa app, grazie a nuove feature, potesse trasformarsi in uno strumento davvero utile per i propri clienti proponendo un'offerta personalizzata sulla base delle loro preferenze solo nel momento in cui dovessero entrare in un luogo di interesse prestabilito, si creerebbe una nuova occasione di ingaggio e fidelizzazione".*

Costruire (o ricostruire) l'audience di un'app per un brand è, infatti, sempre più difficile, ma il suo valore reale risiede nella fedeltà, poiché il tempo quotidiano speso sulle app risulta essere 20 volte superiore a quello degli utenti che accedono agli stessi siti tramite web browser (*dati comScore US*).

Per estendere le proprie soluzioni **non solo all'indoor (dove sono i beacon e il bluetooth i protagonisti incontrastati dell'ingaggio con gli utenti in mobilità) ma anche alla localizzazione outdoor**, NearIT ha sviluppato la nuova feature del Geofencing, con cui creare interazione con gli utenti quando questi ultimi entrano in un'area di interesse opportunamente individuata da un cerchio con un raggio di almeno 200 metri. . Il nuovo SDK (kit di sviluppo software) è oggi pronto da integrare in tutte le app mobile native iOS e Android assieme ad una piattaforma rinnovata nel design, nelle funzionalità e nelle potenzialità.

*"A livello di architettura del software abbiamo voluto prediligere il fattore scalabilità, cioè la capacità del software di servire molti utenti contemporaneamente" Afferma **Michel Capitanio, CTO di NearIT** "All'aumentare del numero di utenti, la piattaforma utilizza le risorse del server in modo proporzionale per evitare cali di performance. A differenza di altre*

soluzioni di mobile proximity, abbiamo inoltre lavorato sulla velocità di integrazione con le app native - realizzabile in pochi minuti - e puntato sull'utilizzo di un pacchetto di sviluppo open source, in modo che ogni sviluppatore possa scaricare il codice sorgente e apportare modifiche"

Il Geofencing sfrutta le informazioni geografiche fornite dai sistemi operativi degli smartphone per capire quando un utente di un'app mobile entra o esce da un luogo. Grazie a questi dettagli, integrando il software di NearIT all'interno della app di proprietà del retailer è possibile inviare contenuti mobile personalizzati - messaggi multimediali, coupon sconto o sondaggi - agli utenti quando si trovano in una zona d'interesse specifica.

Inoltre, grazie alla tecnologia proprietaria di NearIT, è possibile inviare dei contenuti in base ai comportamenti passati degli utenti. Si possono, ad esempio, inviare coupon agli utenti che si trovavano in un determinato luogo nei giorni o nelle settimane precedenti. Se, ad esempio, un utente ha scaricato un'app per la guida interattiva ad un museo durante la sua ultima visita, è possibile risvegliare il suo interesse grazie all'invio di informazioni sui prossimi allestimenti e uno sconto sui futuri ingressi quando si ritroverà nell'area del museo stesso. L'engagement con il singolo cliente diventa quindi mirato e personalizzato anche in base a queste informazioni

*"Aggiungendo il Geofencing ai nostri algoritmi abbiamo potenziato il nostro prodotto. Non solo abbiamo aggiunto una nuova feature fortemente richiesta dal mercato, ma abbiamo migliorato anche l'efficienza delle funzionalità già esistenti. - Conclude **Michel Capitano, CTO e founder di NearIT** - Combinando la rilevazione dei beacon con il Geofencing abbiamo, infatti, ottenuto un algoritmo che consente di risparmiare molta batteria cercando di rilevare i beacon solo quando veramente necessario. In questo modo, anche il dialogo tra smartphone e beacon diventa molto più efficace. "*

* * *

Startup tecnologica nata a Bergamo, **NearIT** permette di creare campagne di proximity marketing *in a snap*. L'interfaccia Web di NearIT permette a negozi, musei, centri commerciali, fiere ed eventi di creare engagement con i propri clienti. NearIT offre la possibilità di mandare messaggi personalizzati, inviare notifiche push o coupon sconto, creare raccolte punti, coinvolgere il pubblico e analizzare l'andamento delle campagne avviate .

www.nearit.com

@nearitmobile

Media contact:

Mirandola Comunicazione

Tel 0524 574708

Daniele Gatti - Marco Ferrario

daniele@mirandola.net; marco.ferrario@mirandola.net

+39 393 8108869