

VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

Ha raccolto 60mila euro in crowdfunding la startup di profilazione Scratch&screen

Tomaso Bassani · Friday, December 20th, 2019

Il valore del **marketing digitale in Europa** si aggira intorno agli 11 miliardi di euro e raggiunge i due miliardi solo in Italia.

Elemento fondamentale di questo settore è la **profilazione**: vale a dire la capacità di raccogliere i dati degli utenti, e trasformarli in strumenti capaci di intuire il loro comportamento, le loro abitudini e le loro passioni.

Strumenti di analisi così potenti hanno attirato l'attenzione di moltissime aziende pronte come non mai a investire nello sviluppo di nuove tecnologie. È il caso di **Scratch&screen**, una piattaforma online di raccolta, gestione e analisi dati ideata da **un imprenditore di Brebbia**, che grazie al crowdfunding ha raccolto **62mila euro di investimenti** nel giro di appena cinque giorni.

Scratch&screen è un programma **destinato ai grandi rivenditori e ai produttori di beni di largo consumo**, che permette di aumentare il coinvolgimento dei clienti attraverso campagne di gioco, e trasformare così il divertimento degli utenti in dati preziosi per la profilazione.

Il concetto alla base di Scratch&screen è l'adattamento di strategie promozionali tradizionali – concorsi a premi, buoni sconto, estrazioni di scontrini fortunati – al mondo digitale. In altre parole, se fino a poco fa per realizzare queste iniziative il commerciante doveva stampare scontrini, volantini e altri supporti, con Scratch&screen tutto quello che serve all'utente per partecipare è **accedere a un sito web**. Questo si traduce in un livello più alto di coinvolgimento del cliente (che trova più facile e divertente partecipare ai concorsi), in un risparmio immediato per il commerciante, e anche in un impatto ambientale minore.

Il vero punto di forza di Scratch&screen è però la **capacità di raccogliere, conservare e rielaborare i dati forniti dagli utenti**. Infatti, nel momento che il cliente si iscrive al sito, accetta di fornire i suoi dati online al commerciante. La piattaforma è così in grado di raccogliere informazioni utili alla profilazione riguardo all'utente: dove abita, che luoghi frequenta, dove fa acquisti e quali sono le sue passioni. Una volta rielaborati, questi dati permettono di ottenere un profilo dettagliato dell'utente e **proporgli soluzioni il più rilevanti possibili**, come sconti su prodotti che corrispondono ai suoi interessi, ma anche promozioni incrociate tra attività commerciali diverse.

Solitamente la profilazione è una pratica associata al mondo dei grandi motori di ricerca e dei

social network. Come può quindi **una piccola start-up come Scratch&screen** inserirsi in questo mercato? Secondo **Matteo Del Corno**, amministratore delegato e cofondatore di Scratch&screen la chiave è la specializzazione. «Con la nostra piattaforma – **fa sapere Del Corno** – ci siamo rivolti esclusivamente ai grandi rivenditori. Attraverso l’aspetto del gioco puntiamo ad aumentare il coinvolgimento degli utenti e quindi il numero di dati che riusciamo a raccogliere. Siamo inoltre in grado di garantire la sicurezza dei dati e facciamo molta attenzione a evitare che finiscano in mano ad altri. Infine, ci siamo specializzati ad analizzare tutte queste informazioni e a fornire ai nostri clienti un servizio il più possibile preciso, affidabile e redditizio».

Scratch&screen ha già siglato **due contratti importanti e nel giro di pochi mesi** è riuscita a **profilare oltre 600.000 utenti** e a generare più di due milioni di interazioni. Per dare slancio all’attività, i proprietari della piattaforma hanno dato il via mercoledì 11 dicembre a un’operazione di crowdfunding, con l’obiettivo di raggiungere il traguardo minimo di 100 mila euro. Nel giro di appena cinque giorni la campagna aveva già ottenuto investimenti per 58 mila euro.

«I fondi del crowdfunding – **spiega Matteo Del Corno** – saranno utilizzati per potenziare la parte tecnica, in modo da potenziare i servizi per i nostri clienti. I soldi serviranno inoltre ad allargare il settore commerciale, che al momento gestito da una sola persona. Il nostro target vuole estendersi a tutto il territorio nazionale, e abbiamo intenzione di decuplicare entro l’anno prossimo il nostro fatturato attuale».

This entry was posted on Friday, December 20th, 2019 at 12:57 pm and is filed under [Economia](#), [Lombardia](#), [Scienza e Tecnologia](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.