

**NEOSPERENCE ANNUNCIA IL LANCIO DI
“NEOSPERENCE PEOPLE ANALYTICS”**

La nuova soluzione, basata sulle capability tecnologiche di Neosperience Cloud, permette di portare nel mondo fisico le chiavi del successo degli strumenti di web analytics

Neosperience sta già avviando accordi di distribuzione a livello globale

Milano, 20 maggio 2019 – La PMI innovativa **Neosperience S.p.A.** (ISIN IT0005351496), attiva come *software vendor* nel settore della Digital Customer Experience e guidata da **Dario Melpignano**, annuncia il lancio sul mercato di **Neosperience People Analytics**: una piattaforma basata sull'intelligenza artificiale che permette di conoscere in profondità il comportamento delle persone all'interno di uno spazio fisico, ad esempio un punto vendita.

A meno di un mese dal lancio della soluzione [Neosperience Image Memorability](#), che permette di misurare la memorabilità di un'immagine, ad esempio la vetrina di un punto vendita, questa nuova soluzione porta nel commercio fisico le chiavi del successo degli strumenti di analytics online.

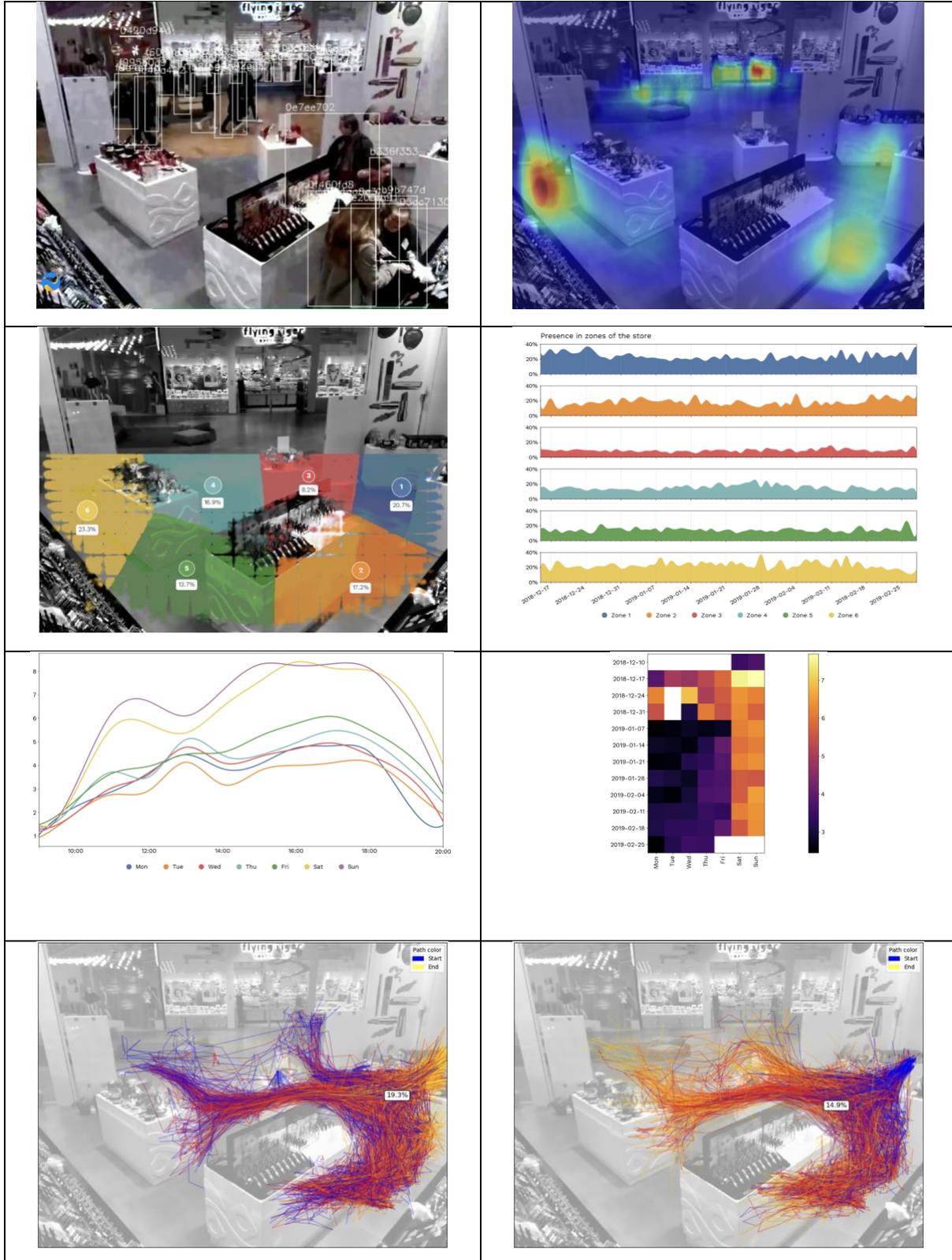
Le principali evidenze quali-quantitative che Neosperience People Analytics fornisce – [a partire dall'elaborazione del flusso video](#) di una semplice videocamera di sorveglianza, spesso già presente in negozio – sono: quante persone passano e si fermano di fronte a un'area, ad esempio la vetrina o uno specifico espositore; quante persone entrano ed escono dall'area; dove e come interagiscono con i prodotti e le promozioni; come le persone si distribuiscono nelle diverse aree del negozio, ordinate per rilevanza, e come si comportano; quali persone mostrano una propensione all'acquisto e devono essere prontamente assistite dal personale.

Grazie a questi indicatori, le aziende che adottano Neosperience People Analytics sono in grado di scoprire e misurare:

- La capacità dei propri punti vendita di attrarre le persone e stimolarle ad entrare.
- L'efficacia delle iniziative volte a incidere sull'attrattività del punto vendita (vetrinistica, cartellonistica, iniziative promozionali, attivazioni dei brand, etc.)
- L'affollamento nel punto vendita nei diversi periodi dell'anno, con analisi in tempo reale dei flussi di traffico per una migliore organizzazione e dimensionamento del servizio alla clientela e una più efficace rotazione del personale.
- La rilevanza della proposta commerciale e la sua capacità di engagement dei clienti: assortimento, ambiente ed esperienza, servizio, prezzo, individuando le leve con cui trasformare un visitatore in un cliente che acquista.
- L'efficacia delle iniziative di merchandising, così come l'opportunità di valutare gli investimenti per modernizzare la disposizione del negozio.

Dario Melpignano, Presidente di Neosperience, ha dichiarato: *“Portare nel mondo fisico grazie all'Intelligenza Artificiale le chiavi del successo degli analytics apre la strada a*

innovazioni sostanziali che rilanciano la centralità del punto vendita nella customer experience: dalla moda, al lusso, dall'industria di marca al retail. Non si tratta più di scegliere fra vendere in negozio oppure online: i clienti si aspettano un'esperienza facile, immediata e integrata in tutti i punti di contatto: fisici e digitali. E quando una tecnologia così potente diventa accessibile su vasta scala tutti vincono: l'industria di marca, la distribuzione, i clienti."



Neosperience People Analytics incorpora algoritmi avanzati basati sul deep learning che rilevano in modo automatico le dinamiche nel punto vendita, così come saprebbe fare un osservatore umano esperto, nel rigoroso rispetto della privacy e mantenendo anonimi i dati dei clienti.

NEOSPERIENCE

Neosperience è una PMI innovativa italiana che opera come *software vendor*. Fondata a Brescia nel 2006 da Dario Melpignano e Luigi Linotto, rispettivamente Amministratore Delegato e CFO, la società è attiva nel settore della *Digital Customer Experience*, grazie a *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, della GDO e dei servizi finanziari.

Per ulteriori informazioni:

INVESTOR RELATIONS

Neosperience S.p.A.

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

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

NOMAD

Advance SIM S.p.A.

nomad@advancesim.it | +39 02 36574590

ADVISOR

Ambromobiliare S.p.A.

Corinna zur Nedden | c.zurnedden@ambromobiliare.it | +39 02 873 990 69

SPECIALIST

Banca Finnat S.p.A.

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