

Dailyonline

18 NOVEMBRE
MILANO

UPGRADE
MOBILE SUMMIT

DailyNet 360°

HOME MEDIA CAMPAGNE AGENZIE GARE MERCATO DATI AZIENDE MOBILE SOCIAL PROGRAMMATIC ESTERO

HOME > AZIENDE > MOVIBELL, COME UN'APPLICAZIONE INTENDE CAMBIARE IL PROXIMITY MARKETING

**SCOPRI COUPON
PROPRIO ATTORNO A TE.**

Movibell è il tuo Radar personale per scoprire, mentre sei

AZIENDE 11/10/2016 Giacomo Broggi 0

Movibell, come un'applicazione intende cambiare il proximity marketing

Il ceo Alberto Muritano spiega a DailyNet le caratteristiche dello strumento, che non si serve di beacon ma di un algoritmo unico, che va a tutto vantaggio di consumatori e retailer

Si chiama **Movibell** e promette di rivoluzionare il mobile proximity marketing, grazie a una tecnologia che non si serve di beacon per sfruttare la geolocalizzazione. Guidata da **Alberto Muritano**, Movibell è una start-up innovativa nata dall'esperienza di Posytron, fondata nel 1999 dallo stesso Muritano. Posytron è una digital factory che offre servizi per l'innovazione delle aziende private e della pubblica amministrazione, dal software alle mobile app fino al digital marketing. Tornando a Movibell, la piattaforma è operativa dall'anno scorso e «Può vantare una serie di peculiarità, che la proiettano all'avanguardia del settore del proximity marketing», spiega a **DailyNet** Muritano. «Per esempio, non utilizza i beacon ma un algoritmo unico, costruito a partire dal GPS, con un duplice vantaggio: da una parte i retailer possono interagire con i consumatori che passano vicino al punto vendita senza installare alcun dispositivo; dall'altro non è necessario che gli utenti abbiano il bluetooth acceso affinché ricevano contenuti e informazioni», ha precisato.



Movibell e il retail

«Esistono diverse declinazioni della piattaforma Movibell – ha proseguito Muritano -. La prima è il retail: i negozi di tutte le dimensioni, dalle grandi catene fino alle attività più piccole, possono scegliere Movibell per entrare in relazione con i propri clienti. Movibell permette infatti di inviare tramite la app notifiche push o contenuti "radar", dialogando con le persone interessate al brand o in prossimità del punto vendita». L'obiettivo di Movibell è popolare la app con tanti Canali di negozi e contemporaneamente attirare una massa critica di utenza, interessata a relazionarsi con certi prodotti o servizi. «Le inserzioni possono essere targettizzate con parametri socio-demo, come il sesso o la fascia d'età», aggiunge Muritano. E le grandi catene possono attivare campagne solo in alcuni punti vendita, per sfruttare l'elemento geografico o testare alcune promozioni. Nell'app sono presenti anche il notification center e funzionalità più evolute e predittive. «Per esempio se un utente ha manifestato interesse per una marca di calzature ma non l'ha trovata, potrebbe ricevere una notifica da un negozio che invece quel prodotto ce l'ha».

FORUM 29-30 NOVEMBRE 2016
SAVE THE DATE
**LIMITLESS
POSSIBILITIES**
M&C - M&M's Congressi Ala Nord - Via Battistotti, 5 Milano - Italy

PROSSIMI EVENTI

Gruppo Miroglio

13 ottobre @ 12:00

#theforkfestival

13 ottobre @ 18:30

Semi di nuove economie

14 ottobre @ 18:30

Corporate Storytelling Forum

17 ottobre @ 13:00 - 18:00

Women Run the Show

Vedi Tutti gli Eventi >

TAG

AD BLOCKING ADL APPLE
ARMANDO TESTA ASSOCOM CARAT
COMSCORE CONDÉ NAST
CORRIERE DELLA SERA ECOMMERCE
EDITORIA EMARKETER FACEBOOK
GOOGLE GROUPM
HAVAS WORLDWIDE MILAN INSTAGRAM
IPG MEDIABRANDS LEO BURNETT MEC
MEDIACOM MEDIASET MICROSOFT
MOBILE MODA MONDADORI
NIELSEN PRIMAVERA/ESTATE 2016
PROGRAMMATIC PUBLICIS RAI
RAI PUBBLICITÀ RCS MEDIAGROUP
SAMSUNG SKY SNAPCHAT SOCIAL
TIM TV TWITTER VIDEO WPP
YAHOO YOUTUBE ZENITH

I PIÙ LETTI



L'MRC "pizzica" DoubleClick for Publishers di Google

13/10/2016 0

Le mille anime di Movibell

Ma Movibell non si esaurisce qui. È, infatti, in fase di sviluppo una nuova funzionalità per integrare i coupon e abilitare i pagamenti via smartphone. Non solo, «Movibell sta testando e mappando numerosi luoghi di cultura, monumenti, musei, per sviluppare il turismo e il marketing territoriale, permettendo agli utenti di accedere ai contenuti relativi. Stessa cosa stiamo facendo per le smart city e per la domotica. In futuro lavoreremo per mettere in contatto l'applicazione con gli oggetti intelligenti e connessi», ha concluso Muritano. Con Movibell, dunque, lo smartphone diventa una bussola per orientarsi fra negozi, uffici, servizi e bellezze artistiche. E, per aziende e brand, uno strumento per accrescere la propria visibilità a un'utenza interessata.

Potresti Essere Interessato Anche A:



TAG: ALBERTO MURITANO DAILYNET MOVIBELL POSYTRON

M&C Saatchi
© 12/10/2016 0

18 NOVEMBRE 2016

UPGRADE
MOBILE SUMMIT

In giacca e cravatta,
ma sempre irriverenti.

