

MOBILE

Oltre i beacon: arriva Movibell, piattaforma per il mobile marketing di prossimità

La nuova soluzione dell'omonima start-up innovativa, tutta italiana, si basa su un algoritmo proprietario che sfrutta solo la rete cellulare e il Gps dello smartphone: il negozio non deve installare beacon o altri dispositivi mentre l'utente può ricevere le notifiche anche se ha il Bluetooth spento

di **engage** 08 novembre 2016

Condividi questo articolo



Brand e aziende scelgono il **mobile marketing** per raggiungere i clienti attraverso smartphone e tablet e invogliarli, ad esempio, a provare un prodotto o usufruire di una promozione. L'ultima frontiera è il **proximity marketing**, ovvero la possibilità di raggiungere le persone con contenuti mirati nei luoghi e nei momenti chiave dell'acquisto.

'Radar personale' per chi vuole scoprire negozi, ristoranti e prodotti mentre passeggia in città. Il funzionamento è semplice: l'utente non deve far altro che scaricare la mobile app, registrarsi e cominciare a camminare. Non appena si troverà a 200 metri da uno store, sarà lo stesso punto vendita a segnalare l'esistenza del proprio Canale e inviare aggiornamenti su eventi, promozioni e novità.

Movibell è la prima soluzione dell'**omonima start-up innovativa, tutta italiana**, che vanta competenze avanzate nello sviluppo di piattaforme per il mobile e digital marketing, le tecnologie smart e wearable, l'Internet of Everything.



«Oggi siamo sempre più connessi e abbiamo lo smartphone sempre a portata di mano, ma non siamo disposti ad avere tante app quanti sono i brand o i negozi preferiti. Movibell raccoglie in una sola applicazione tutto quello che ci serve per lo shopping, con il vantaggio della geolocalizzazione, ovvero proponendoci offerte e prodotti di cui possiamo immediatamente approfittare perchè vicinissimi a noi», racconta **Alberto Muritano**, fondatore e Ceo di Movibell.

Movibell nasce come soluzione per il mobile marketing di prossimità, dando a chi gestisce uno store, una catena o un brand l'opportunità di interagire con i clienti che si muovono nelle immediate vicinanze del punto vendita. In termini tecnologici, **la piattaforma si basa su un algoritmo proprietario che sfrutta solo la rete cellulare e il Gps dello smartphone**. Ciò significa che il negozio non deve installare beacon o altri dispositivi, e che l'utente può ricevere le notifiche anche se ha il Bluetooth spento.

Quali sono i vantaggi per i responsabili marketing? «I negozianti, indipendentemente dalle dimensioni dello store, hanno a disposizione uno strumento davvero efficace per fidelizzare i clienti esistenti e conquistarne di nuovi», spiega Muritano. «Per le realtà con tanti punti vendita abbiamo realizzato delle funzionalità avanzate per la gestione dei Canali, con la possibilità ad esempio di aggiornarli singolarmente o in modo centralizzato, pubblicare lo stesso contenuto per tutti gli store o un loro sottoinsieme».

Movibell è perfetta anche per i brand del largo consumo, della moda o del lusso. «Con la nostra piattaforma si possono promuovere, in modo profilato, nuovi prodotti, lanciare una promozione o una campagna innovativa sui punti vendita presenti in Italia, ma anche all'estero», aggiunge Muritano, ricordando che le funzionalità e l'algoritmo di Movibell possono anche essere **integrati nella app del brand e della catena**, qualora già esistente o in via di sviluppo.

Movibell può essere utile anche ai centri media, in quanto rappresenta un vero e proprio media digitale, che permette alle aziende di **veicolare contenuti, informazioni, coupon, promozioni flash e altri contenuti digitali profilando il target con estrema precisione**, completando le campagne già attive e ampliando in modo esponenziale la comunità di utenti con cui dialogare via web, mobile e social media.

Un esempio? Prendiamo un marchio specializzato nel baby care. Su Movibell sono già presenti i Canali di 18.500 farmacie e quasi 5.000 parafarmacie italiane per cui, dovendo presentare un nuovo prodotto, l'azienda non dovrebbe far altro che creare dei contenuti accattivanti (le cosiddette 'insertion') e pubblicarli sui Canali dei punti vendita in cui è disponibile. Attraverso la mobile app, il prodotto raggiungerà tutti i clienti potenzialmente interessati con la possibilità, per chi si trova nelle vicinanze di una farmacia, di entrare subito ad acquistarlo.

<http://www.engage.it/mobile/movibell-marketing-prossimita/88317>