

# THE DIGITAL BOX INNOVA LA PIATTAFORMA DI MOBILE ENGAGEMENT. «GARANTISCE RISULTATI CONCRETI E MISURABILI»

ROBERTO CALCULLI

CEO DI THE DIGITAL BOX



Pronta la nuova versione di ADA, soluzione per agenzie e digital marketer delle piccole e medie imprese che integra chatbot, video verticali che permettono la call to action, Marketing Automation e SMS acquistabili con un modello in cui il costo non è più in funzione delle visualizzazioni, come in passato, ma in base agli effettivi clic. E per il futuro, l'ambizioso programma di crescita guarda soprattutto all'estero



Coinvolgere e stupire i clienti, misurare l'efficacia delle campagne, creare e mantenere contatti: i nuovi obiettivi dei digital marketer sono chiari. Meno facile è scegliere gli strumenti tecnologici più adatti, a fronte di un'offerta che ha visto moltiplicarsi le proposte di software e servizi. In questo quadro si inserisce ADA, piattaforma di Mobile Marketing sviluppata dall'italiana The Digital Box ([www.thedigitalbox.com](http://www.thedigitalbox.com)), nata nel 2013 e in costante crescita in Italia e all'estero: è stata di recente inserita da ScaleIT tra le 15 startup più innovative d'Italia, tanto promettente da essere proposta agli investitori internazionali. Già utilizzata da 10mila clienti, ADA racchiude le più innovative tecnologie di comunicazione ed engagement – dai chatbot al video storytelling alla Marketing Automation – in un'unica piattaforma integrata che promette massima facilità d'uso, investimenti contenuti e legati ai risultati (a misura di agenzia o di PMI) e un focus sulla call to action - cioè sulle conversioni - sia sul canale video sia per i tradizionali SMS.

## UNA PIATTAFORMA ALL-IN-ONE

«L'innovazione per noi è una missione, e significa soprattutto due cose: integrazione e semplicità», spiega Roberto Calculli, fondatore della società, che ha radici in Puglia, una sede in Toscana, una filiale commerciale a Barcellona che segue il mercato europeo e una base d'appoggio nella Silicon Valley. «Del resto sono gli stessi ingredienti del successo dell'iPhone, che ha integrato in un unico hardware tanti dispositivi diversi - lettore di musica, navigatore, orologio, telefono... - e ha inventato un sistema che li rende semplicissimi per l'utente. Noi facciamo lo stesso con il software: offriamo ai marketer uno strumento facile, utilizzabile senza competenze particolari, che permette loro di concentrarsi sulla parte creativa. E lo facciamo con una tecnologia Made in Italy in grado di competere con player importanti e gruppi consolidati». Secondo Calculli, il proliferare di tecnologie ha portato oggi le agenzie di marketing a



«Il proliferare di tecnologie ha portato le agenzie di marketing a dotarsi di sistemi diversi - per l'invio di email, gli SMS, lo sviluppo di landing page, la gestione di campagne mobile - tutti con database diversi e usati da specialisti diversi»

doversi dotare di professionisti diversi, specializzati su altrettanti sistemi: l'invio di email, gli SMS, lo sviluppo di landing page, la gestione delle campagne di Mobile Advertising. «E se uno di loro si ammala o va in vacanza l'azienda si ferma. In più, ciascun sistema utilizza un database diverso. ADA integra tutti questi aspetti con un database unico per tutte le campagne».

### CHATBOT AVANZATE E STORYTELLING CON IL VIDEO VERTICALE

La piattaforma ADA (che prende il nome dalla prima donna informatica della storia, Ada Lovelace) è frutto del lavoro dei 30 programmatori di The Digital Box ed è stata recentemente rilasciata in una nuova versione, con molte evoluzioni. Una è la chatbot (un sistema di chat automatiche che utilizzano l'intelligenza artificiale per rispondere, previo apprendimento, ai clienti che chiedono assistenza), per Facebook o per il sito web, già pronta in otto lingue, che consente l'invio in automatico di immagini, e la possibilità dell'intervento umano: permette cioè a chi supervisiona il flusso delle chat di intervenire manualmente nella singola conversazione, senza bloccare tutte le altre. Il focus è anche qui è sulla call to action: la chatbot è in grado di proporre in automatico domande per ingaggiare l'utente (per esempio "sei interessato a una promozione personalizzata?") e in caso affermativo chiede riferimenti personali (nome, mail...), oltre al consenso privacy, e poi archivia i dati automaticamente nel database di ADA.

ADA permette inoltre di creare un catalogo sfogliabile su smartphone, per un efficace storytelling dei brand, attraverso immagini e video in formato verticale. «È il primo video che converte senza do-

verne aspettare la fine», sottolinea Calculli. Infatti, il video prevede un'icona da cliccare, che può essere personalizzata con la call to action.

### LA NUOVA VITA DELL'SMS: IL PAY PER CLIC E IL TRACCIAMENTO

Un'altra novità proposta da The Digital Box è l'SMS Advertising, rivisitato secondo i nuovi canoni imposti da Google e Facebook: all'investitore pubblicitario viene proposto il pagamento per clic, ovvero si paga solo se c'è la conversione da parte del cliente. «Ci prendiamo noi il rischio della campagna - spiega l'imprenditore -. Il costo non è più in base alle visualizzazioni, come in passato, ma in base agli effettivi clic». Si tratta infatti di SMS che contengono un link tracciato con i cookie, proprio come avviene per la pubblicità sul web. «La Marketing Automation è presente su tutti i canali - specifica Calculli - per gestire in automatico invii massivi. Non solo è possibile sapere quante persone hanno aperto l'SMS o la mail, ma anche da chi sono stati aperti».

### GLI OBIETTIVI PER IL 2018

Con questa nuova release di ADA, The Digital Box punta a fare un salto in avanti sia di fatturato (l'obiettivo è chiudere a 7 milioni di euro, contro i 3 del 2016) sia di personale, soprattutto per potenziare la sede di Barcellona. Già oggi il 25% del fatturato viene dall'estero (Spagna, Francia e Brasile). A finanziare la crescita ci sono anche i fondi raccolti attraverso un'operazione di Equity Crowdfunding di grande successo sulla piattaforma Mamacrowd: in sole tre ore è stata raggiunta la soglia di 300mila euro, con una raccolta finale che ha sfiorato i 900mila euro.