

Intoway: come diventare commercianti digitali senza dover studiare

Pubblicato: Lunedì 28 Novembre 2016



Chi è entrato nei negozi e nei locali di Varese può avere già fatto la conoscenza con il bottone arancione di **Intoway**: chi per lasciare il proprio indirizzo email per la newsletter, chi perchè ha lasciato, dopo una cena, il suo grado di soddisfazione, chi si è fatto un selfie in compagnia (che finisce diretto nella pagina facebook del locale) mentre mangia un gelato o prende l'aperitivo.

Questa invenzione è stata realizzata da cinque ragazzi poco più che ventenni: Andrea, Matteo, Marco, i soci della Solver Digital di Varese insieme Riccardo e Simone. Che alla sala Protasoni della **Cna di Varese** hanno spiegato l'utilità del loro servizio dalla parte dell'imprenditore: perchè fare un selfie può essere divertente, compilare un questionario può essere simpatico, lasciare l'indirizzo email per ricevere la newsletter può essere comodo, ma i dati che l'imprenditore raccoglie e può elaborare sono molto di più importanti.

I dati raccolti infatti sono gestibili direttamente dall'imprenditore in un database online che gli fornisce la società: ma i dati sono di sua proprietà, non possono essere utilizzati da nessun altro (nemmeno loro) e possono essere scaricati in formato csv. Quello che resta nel cloud è un programma semplicissimo da usare, con grafici direttamente comprensibili e report mensili via email per dare un'idea di massima dei dati raccolti senza avere difficoltà.

Con risultati notevoli, per i primi clienti: che il negozio che l'ha usato per raccogliere email nelle newsletter è passato da 40 email ricevute al mese a 120 e il ristorante che l'ha usato per ricevere dei

feedback sulla cena ne ha ricevuti oltre 4400 in 7 mesi, contro i 1500 circa su Tripadvisor ricevuti in diversi anni: con la differenza che i primi sono clienti veri, che si sono appena alzati dal tavolo e gli altri sono “commenti da tastiera” molto visibili ma poco verificabili. O infine, nella versione Selfie, ha permesso al primo negozio che li ha utilizzati di quintuplicare i like o quadruplicare le interazioni della sua pagina.

Anche la versione apparentemente minimale, quella che raccoglie “solo” numeri di telefono e email, permette di utilizzare direttamente quei dati per messaggi sms (promozioni o avvisi) e email anche personalizzate: un modo per rendere più semplice la comunicazione moderna, senza dover diventare degli inguaribili nerd.

[Stefania Radman](#)

stefania.radman@varesenews.it