

STARTUP STORIES



Stasera in tv

Prossimi giorni

Self, la app che fa parlare tra loro contatti, impegni e riunioni di lavoro

Dedicata a liberi professionisti e piccoli imprenditori, permette di gestire in un unico sistema tutte le informazioni associate alla stessa "missione"

di FILIPPO SANTELLI



I fondatori della startup (da sinistra): Diego Pizzocaro, Filippo Zanella e Fabio Maran

TAG

startup, business, app

"APPUNTAMENTI da una parte. Note da un'altra. Chiamate da un'altra ancora. Mi sono accorto che perdevo le cose per strada". Passava tutta attraverso lo smartphone la vita professionale di Diego Pizzocaro, 31 anni, dottore di ricerca in informatica all'Università di Cardiff e programmatore freelance. Tutta attraverso lo smartphone ma sparsa tra tante app diverse, incapaci di dialogare tra loro. L'idea di **Self** nasce così, dall'esigenza di raccogliere in un unico luogo (virtuale) tutti gli impegni, i contatti e le riunioni di lavoro. E di farlo nel modo più intuitivo possibile: "Il nostro obiettivo non sono gli esperti di tecnologia, ma liberi professionisti e piccoli imprenditori".

ilmigliorlibro

Storiebreve

Un Crm, uno di quegli strumenti di analisi con cui le aziende gestiscono i rapporti con i clienti. Ma più simile, per interfaccia e funzionamento, alle app che i podisti usano per monitorare gli allenamenti. Quella di semplificare i software professionali è una delle grandi tendenze nel mondo digitale. E a questo hanno lavorato negli ultimi mesi, all'interno dell'acceleratore trevigiano **H-Farm**, Pizzocaro e gli altri cofondatori, gli ingegneri 31enni Filippo Zanella e Fabio Maran e il più esperto Franco Roman, già direttore marketing per la multinazionale Sun Microsystems. La nuova versione dell'app, rilasciata la scorsa settimana, si presenta con un grande "più" al centro dello schermo: serve a inserire le nuove opportunità di business, con la scadenza e il valore. Dialogando con la rubrica e il calendario del telefono, l'app permette di associare a quella missione contatti ed eventi: "Quando Self mi ricorda un appuntamento posso far partire la chiamata, o avviare il navigatore per arrivare al luogo del meeting", spiega Pizzocaro. Concluso l'affare, il programma registra il progresso verso l'obiettivo di guadagno mensile: motivatore, oltre che assistente.

Il livello di sofisticazione non è quello di **Salesforce**, leader mondiale nei software di business intelligence. Ma Pizzocaro e soci puntano a una fascia di mercato finora scoperta, quella dei piccoli imprenditori che non hanno tempo e competenze per avventurarsi in complessi fogli di calcolo: "Abbiamo pochi concorrenti su questo segmento e un approccio specifico: finora l'app è stata scaricata da fotografi e organizzatori di concerti, da agenti di commercio e produttori di vino, da avvocati e dentisti". Coraggioso, per chi parte da un mercato piccolo come quello italiano, puntare sui singoli professionisti: la strategia di marketing dovrà essere da subito globale, per questo l'applicazione è già disponibile in inglese. A vendere alle aziende, spiega l'informatico, ci si arriverà solo in un secondo momento: "Vogliamo che sia la stessa base dei dipendenti a chiedere all'impresa di usare Self".

Al momento gli utenti sono circa 20mila, il 30% circa all'estero. Ma il numero è poco indicativo, visto che la prima edizione dell'applicazione, lanciata a ottobre, era gratuita. Questa seconda introduce invece un modello freemium. Si scarica gratis, e gratis si possono gestire fino a cinque missioni di lavoro. Chi ne vuole inserire di più deve invece sottoscrivere un abbonamento, mensile (a 3 euro) o annuale. La statistica chiave per il futuro di Self, da verificare a fine anno, sarà quella della conversione: il numero di utenti che avranno fatto il salto alla versione a pagamento.

Per questo i finanziamenti che la squadra ha ricevuto, circa 350mila euro tra [H-Farm](#) e i fondi Atlante e P101, saranno dedicati all'ulteriore sviluppo del prodotto. Ora l'applicazione gira solo su iPhone, presto arriveranno le versioni per tablet e per Android. In arrivo, anticipa Pizzocaro, un aggiornamento che consentirà a Self di interagire anche con Evernote e Dropbox, per associare alle opportunità di business note o file. "Vogliamo anche collegarla con LinkedIn", prosegue l'imprenditore, "in modo che si possano avere informazioni sui clienti che sto per incontrare". Ma in prospettiva, quando si tratterà di vendere alle aziende, sarà decisivo permettere a più utenti di collaborare sulla stessa missione, sempre conservando lo stesso livello di intuitività: "Il nostro obiettivo è che l'app acquisisca più informazioni possibili in modo automatico, eliminando la parte di inserimento dei dati".

(27 luglio 2014)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[▶ Torna all'indice della rubrica](#)[Fai di Repubblica la tua homepage](#) | [Mappa del sito](#) | [Redazione](#) | [Scriveteci](#) | [Per inviare foto e video](#) | [Servizio Clienti](#) | [Aiuto](#) | [Pubblicità](#)

Divisione Stampa Nazionale — **Gruppo Editoriale L'Espresso** Spa - P.Iva 00906801006
Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA