

Self, la startup che sta rivoluzionando il mercato del CRM

By [riccardolongobardi](#)

Posted on 21 settembre 2015



115
SHARES

COMMENTS

Siamo tornati ad intervistare a distanza di 1 anno **Self**, soluzione mobile CRM che ti permette di gestire al meglio tutte le attività di vendita e le relazioni con i clienti, cosa sarà cambiato in questi ultimi 12 mesi?

- **Che cosa fa Self e perché sta rivoluzionando il mercato CRM**

Self ripensa il concetto di CRM alla radice, partendo dalle esigenze del singolo venditore e aiutandolo a raggiungere i suoi obiettivi di vendita con meno stress. Al contrario dei CRM tradizionali, molto complessi, pensati per grandi aziende e con una grafica poco accattivante, Self è molto più simile a un'app per tracciare i propri risultati sportivi: focalizzato sugli obiettivi, pensato innanzi tutto per il mobile, semplice da usare e molto attento al design. In un mercato dominato da soluzioni per grandi aziende, Self si rivolge a tutte le persone e ai piccoli team di vendita che non hanno bisogno di un vero e proprio CRM strutturato, ma di un supporto per gestire i processi di vendita e raccogliere tutte le informazioni sui propri clienti. Integrandosi con lo smartphone, diventa l'assistente personale

dell'utente: tiene traccia dei contatti del cliente e di tutte le chiamate e le mail scambiate, raccoglie documenti e note e ricorda le attività da fare giorno per giorno

- **È passato più di un anno dalla nostra prima intervista e sono cambiate moltissime cose, quali sono stati i principali passi avanti che avete fatto? (team, utenti, fondi...)**

Da un anno fa a oggi Self è cresciuto molto. Innanzi tutto ora siamo disponibili per tutte le piattaforme: finalmente, da pochissimo Self è disponibile anche per gli utenti Android! Lo scorso inverno abbiamo lanciato anche la versione nativa per iPad e l'applicazione Web, offrendo ai nostri utenti la possibilità di gestire i propri clienti più comodamente dal proprio tablet e pc di casa. Di pari passo, in questo anno ci siamo espansi sui mercati internazionali, superando i 60 mila utenti: oggi Self è utilizzato da venditori in paesi come gli USA, UK, Australia, India, Messico, Sudafrica, Singapore per citare i principali. Ad esempio, un cliente che ci ha sorpreso è un artista che esegue fotografia su pietra in Armenia, che utilizza Self quotidianamente. Per far fronte a questa crescita anche il team è aumentato: ora siamo in 12 e ci siamo trasferiti in un nuovo ufficio più spazioso, sempre presso H-FARM, lasciando la casetta dove siamo nati.

- **Vi abbiamo seguito nella vittoria di Impact, ci svelate qualche dietro le quinte e qual è stata la vostra reazione appena avete sentito il vostro nome vincitore?**

Impact è stato davvero una sfida intensa per noi: l'iter di partecipazione è stato lungo, richiedendo un lavoro di analisi, studio e preparazione; per non parlare per la presentazione il giorno del Jury Day! Sapevamo di competere con startup di livello molto elevato, proveniente da tutta Europa. Per questo quando hanno annunciato i vincitori abbiamo provato un misto di emozione e soddisfazione per l'ottimo lavoro di squadra!

- **Visto la vittoria in Impact, pensate di partecipare ad altre competition e ad essere incubati all'estero dopo l'esperienza in H-Farm?**

No, sentiamo di aver già superato quella fase. Il ruolo dell'incubatore è importante all'inizio, quando la startup è poco più di un'idea: il supporto di **H-FARM** è stato fondamentale per aiutarci a crescere, e mantenere i nostri uffici presso l'incubatore continua a essere una grande opportunità di networking, per raggiungere contatti qualificati come partner e investitori. All'estero intendiamo espanderci più in logica commerciale e di marketing, anche se ovviamente cerchiamo

di cogliere le occasioni di programmi molto vantaggiosi come Impact, che possono aiutare anche ad acquisire visibilità.

- **Quali sono le principali difficoltà che state affrontando nel panorama italiano e internazionale?**

Bella domanda! In generale la risposta del mercato italiano e di quello internazionale è stata molto positiva, confermando come la nostra soluzione sia orizzontale e vada bene per i venditori di tantissimi Paesi. La sfida in questo momento, visto soprattutto che vogliamo rimanere competitivi sul prezzo, è raggiungere volumi elevati di utenti: stiamo cercando di capire quali sono i canali giusti e come sfruttarli al meglio.

- **La maggior parte degli utenti rilascia feedback molto positivi, qual è il segreto del vostro successo?**

Con le parole dei nostri utenti, prima di tutto la facilità d'uso e l'immediatezza rispetto alle soluzioni concorrenti che erano abituati ad usare. Inoltre, anche design gioca un ruolo importante: molti clienti ci scrivono per dirci che la grafica di Self è proprio bella e sono contenti di utilizzarlo ogni giorno.

- **In termini di business, quali sono i principali obiettivi che vi siete posti da qui ai prossimi 12 mesi?**

Senz'altro continuare l'espansione internazionale raggiungendo un pubblico più vasto, con l'obiettivo di superare i 200 mila utenti nei prossimi 12 mesi. Inoltre, abbiamo in programma di lanciare delle versioni di Self dedicate ad agenti assicurativi e immobiliari, per rispondere ancora meglio alle loro esigenze specifiche grazie a delle funzioni pensate per loro. Per non parlare delle nuove funzioni nella nostra to-do-list... Insomma, vedrete che Self continuerà a riservare sorprese sempre nuove!