

La Società è una startup che, partendo da una esperienza di successo nel mondo digital legato alla GDO, ha sviluppato una innovativa **piattaforma tecnologica proprietaria per l'e-commerce** (sia per la GDO che in generale per il retailer) offrendo al contempo **servizi promozionali** pubblicitari online e offline.

La piattaforma e-commerce, disponibile sia come sito web che come applicazione mobile responsive, permette agli utenti di **localizzare e acquistare i prodotti in offerta** disponibili nei **supermercati più vicini** ritirandoli direttamente presso il punto vendita o facendoseli recapitare a casa.

La spesa riguarda generi alimentari, detersivi e prodotti per l'igiene personale.

Attualmente il servizio **connette 230 punti vendita** delle principali insegne presenti in Italia con l'obiettivo di raggiungerne 500 nel 2017.

## 1) Piattaforma e-commerce per insegne:

Permette di **geolocalizzare tutti i supermercati** presenti nella zona desiderata **confrontando i prezzi** degli articoli, per **creare la propria lista della spesa** scegliendo il **punto vendita** più adatto alle proprie esigenze.

## 2) Servizi promozionali di supporto alle insegne

Si tratta principalmente di attività di marketing e advertising: email marketing, audience buying, retargeting, campagne CPL e CPA, mobile & web, pubblicità esterna, digitalizzazione del volantino.

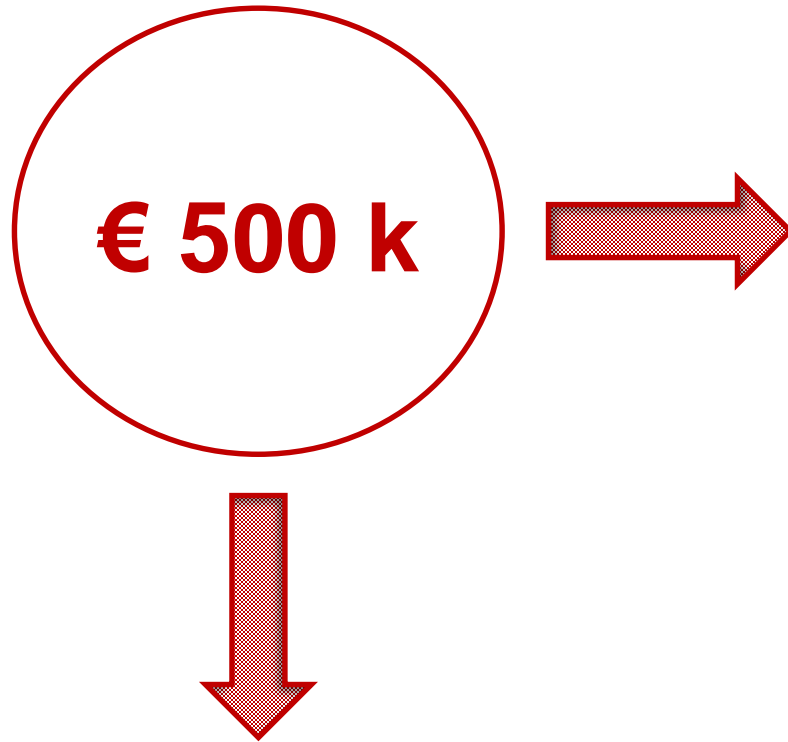
## E-commerce alimentare

*"Il comparto alimentare è nel 2015 uno dei settori più dinamici nel panorama dell'eCommerce B2c italiano", afferma Alessandro Perego, Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. **"Crescono sia il Grocery (spesa da supermercato), che nel 2015 supera i 200 milioni di euro, sia il Food&Wine enogastronomico, che sfiora i 260 milioni di euro. [...]** negli ultimi due anni sono diverse le insegne della grande distribuzione che hanno attivato iniziative di Click&Collect, con la possibilità di ordinare online e di ritirare presso il punto vendita. "*

## Mobile commerce in Italia

*“Nel 2015 il **mobile** ha affermato la sua importanza, dimostrandosi un **canale fondamentale nella vendita online**, non solo per i mercati più maturi ma anche per il mercato italiano, dove ha generato un **fatturato in media del 22% del totale**, a differenza del 13% del 2014.*

*Questa crescita è dovuta al fatto che gli utenti hanno acquisito più fiducia e sono più propensi a concludere l'acquisto da mobile: non a caso a inizio 2016 sono oltre 22 milioni gli italiani che si collegano nel corso del mese dai loro dispositivi mobile, ben 5 milioni in più rispetto al 2015.”*



Il capitale sarà investito in:

- **Sviluppo commerciale e marketing**
- **HR**
- **Ampliamento dell'offerta**

Competenze professionali: **CFO**