



## PER LA CRESCITA DATA-DRIVEN DELLA TUA AZIENDA.

“ L’era digitale da un lato produce incertezza per alcune organizzazioni, dall’altro apre le porte a nuove imprese o a imprese che sanno rinnovarsi, tornando come bambini, rimettendo in discussione processi esterni ed interni.

Di sicuro, per affrontare le sfide dell’era digitale, la strategia delle aziende deve partire dall’esperienza complessiva dei clienti online e offline, quale è oggi e quale si vuole che diventi.”





Marco Belmondo  
CHIEF MARKETING OFFICER  
marco@3rdplace.com

“Intelligenza Artificiale  
per la trasformazione della tua azienda.”

## CUSTOMER CENTRICITY, UNA NECESSITÀ INDEROGABILE PER POTER COMPETERE.

La diffusione della tecnologia, la multicanalità (con la conseguente necessaria integrazione tra canali fisici e virtuali) e la possibilità di connettersi ovunque hanno modificato il modo di fruire di prodotti e servizi e, di conseguenza, anche il comportamento e le aspettative dei clienti attuali e potenziali.

Le aziende non possono più permettersi di essere semplicemente product-oriented.

**Il cliente è ora il vero protagonista dell'esperienza di acquisto e si aspetta quindi trasparenza, personalizzazione, velocità, emozione, coinvolgimento e soddisfazione immediata e futura.**

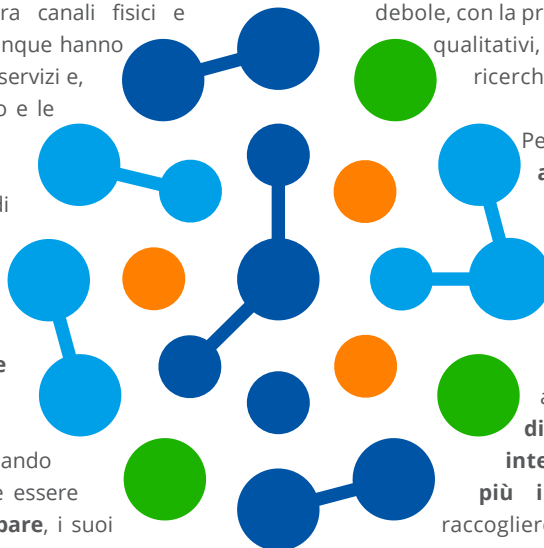
Il cliente si esprime con più facilità, agevolando così l'interazione con l'azienda, che deve essere in grado di cogliere, e addirittura **anticipare**, i suoi **bisogni**, non solo quelli **attuali** e di breve termine, ma anche quelli **latenti**, **con un approccio proattivo e di lungo termine.**

I bisogni vanno individuati tra quelli in cui la concorrenza è debole, con la premura di utilizzare dati sia quantitativi che qualitativi, senza basarsi solamente su sporadiche ricerche, ma cercando un **feedback continuo.**

Per l'azienda è più efficiente **individuare alcuni segmenti o cluster specifici di clienti "di valore"** da servire meglio degli altri, investigandone abitudini, esigenze, interessi e percorsi prima e dopo l'acquisto (il famoso customer journey).

La customer centricity è una strategia aziendale a 360° che implica un **cambio di processi, non solo esterni, ma anche interni.** E i processi devono essere **sempre più intelligentemente automatizzati:** per

raccogliere più informazioni possibili online e offline, organizzare questi dati previa eliminazione del "rumore", analizzarli velocemente, predire e agire prontamente in base a regole predefinite.





Fabrizio Milano d'Aragona  
CO-FONDATORE & CEO  
fabrizio@3rdplace.com

“Trasformiamo dati in valore di business”

## CHI SIAMO E COSA FACCIAMO

3rdPlace è una data-driven tech company fondata nel 2010 da ex senior manager di Google e focalizzata su soluzioni con finalità di data governance, data intelligence e data modeling. Usando tecnologie proprietarie di Intelligenza Artificiale, raccogliamo, analizziamo e traduciamo dati relativi a clienti/utenti in insight di business utili a migliorare decisioni, azioni e risultati operativi.

Le nostre soluzioni sono veloci da attivare e semplici da usare, non richiedono complesse integrazioni ed evitano la dipendenza dai team IT.

3rdPlace è parte del gruppo Datrix ([datrix.it](http://datrix.it)).

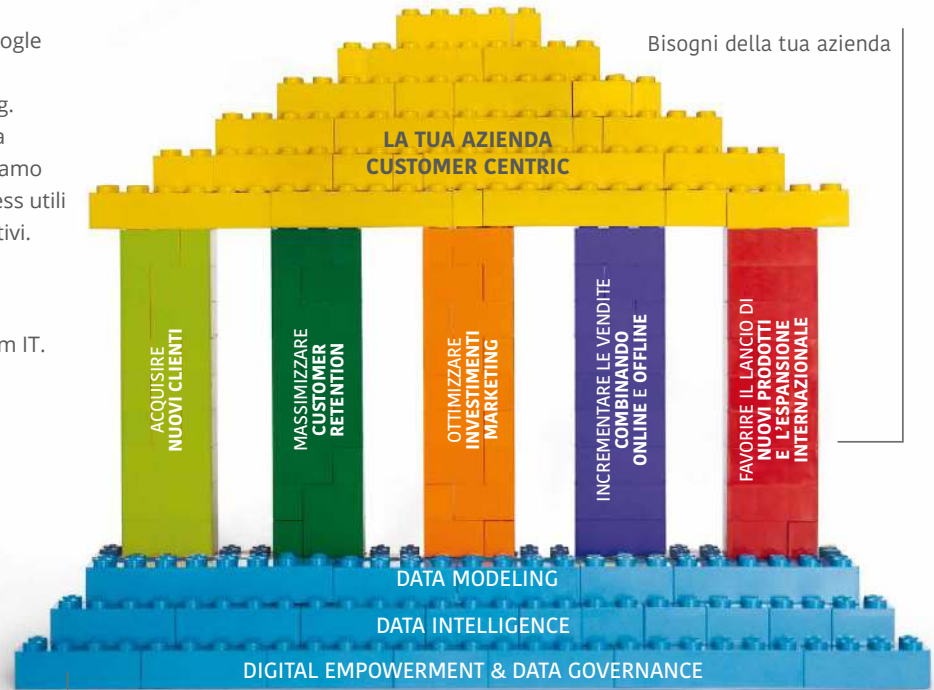
### I NOSTRI CLIENTI

protagonisti dei settori Retail, Finanza, Beni di largo consumo, Editoria, Moda, Entertainment, Telecomunicazioni

### CON NOI

RISPARMIANO TEMPO,  
INVESTONO MEGLIO  
E GUADAGNANO DI PIÙ.

## RENDIAMO FACILI COSE DIFFICILI LAVORANDO SUI DATI



Attività e soluzioni 3rdPlace





**Mauro Arte**  
CO-FONDATORE & CHIEF OPERATIONS OFFICER  
mauro@3rdplace.com

“Esperienza, metodo e ritmo.”

## SIAMO UN TEAM CHE RAGIONA SUI DATI E NON SULLE OPINIONI.

Oltre 35 persone basate a Milano, Roma e Cagliari con radicate esperienze nel campo delle tecnologie digitali e accomunate dalla condivisione di una solida metodologia data-driven.

Lavoriamo minuto dopo minuto per fare in modo che le cose accadano nei tempi stabiliti.

Siamo interpreti di dati e sviluppiamo algoritmi di machine learning basati sulle più avanzate tecnologie cloud.

Con noi in 3rdPlace ci sono:

- DATA SCIENTISTS
- DATA ANALYSTS
- DATA DESIGNERS
- DIGITAL EXPERTS
- SOFTWARE DEVELOPERS
- RESPONSABILI CLIENTI

[LEGGI I NOSTRI CV SU](#)



## CERTIFICAZIONI



Google BigQuery



## CONSORZI EUROPEI



## PARTNERSHIP



## SALES





**Claudio Zamboni**  
CO-FONDATORE & CHIEF SALES OFFICER  
claudio@3rdplace.com

Le nostre attività di  
DIGITAL EMPOWERMENT & DATA GOVERNANCE

3rdPlace si avvale di competenze specialistiche e soluzioni proprietarie per:

- 1. DISEGNARE LE STRATEGIE CHE FAVORISCONO LA RACCOLTA E LA DIFFUSIONE DEL DATO DIGITALE A DIFFERENTI LIVELLI AZIENDALI.**
- 2. ESPLODERE IL VALORE DELLE ATTIVITÀ DI MARKETING ONLINE E PERSONALIZZARE LA USER EXPERIENCE (SEO, DIGITAL ADVERTISING, CRO, ...).**
- 3. ELEVARE LE COMPETENZE DIGITALI IN AZIENDA ATTRAVERSO ATTIVITÀ DI FORMAZIONE SULLE TECNOLOGIE 4.0 (BIG DATA E ANALISI DEI DATI, CLOUD COMPUTING, CYBER SECURITY, INTEGRAZIONE DIGITALE DEI PROCESSI AZIENDALI).**
- 4. MASSIMIZZARE IL BUSINESS IN OTTICA OMNICANALE, DIGITALIZZANDO IL CANALE FISICO (NEGOZI, CALL CENTER, ...), PERSONALIZZANDONE L'ESPERIENZA DEI CLIENTI O POTENZIALI CLIENTI, MISURANDONE COMPORTAMENTI E RISULTATI, COLLEGANDOLI ALL'ATTIVITÀ PREGRESSA O SUCCESSIVA SUI CANALI VIRTUALI.**



LEGGI LE CASE HISTORIES SU  
[3rdplace.com/news](https://3rdplace.com/news)



Filippo Trocca  
CHIEF DATA INTELLIGENCE OFFICER  
filippo.trocca@3rdplace.com

Le nostre soluzioni di  
INTERNAL DATA INTELLIGENCE









## DataLysm ANALIZZA, IMPARA, PREDICE E PROPONE AZIONI.

È la soluzione di Artificial Intelligence per la crescita data-driven della tua azienda. Vive di due elementi concreti.

**1. CUSTOMER INTELLIGENCE** con una console di visualizzazione insight che consente di conoscere più profondamente ed in forma anonima gli interessi specifici e granulari (es. non genericamente “auto”, ma “auto d’epoca”), le caratteristiche, i percorsi ed i comportamenti di chi interagisce con il tuo business.

**2. MARKETING OPTIMIZATION** con action plan e attivazione cluster. Sulla base di quanto appreso e delle conseguenti predizioni automatiche, viene generato un piano di azioni da porre subito in essere ad esempio per acquisire nuovi clienti, rendere fedeli gli esistenti, ottimizzare gli investimenti di marketing, migliorare l’esperienza di navigazione e/o acquisto su siti e app.

### CON DATALYSM PUOI:

-  conoscere più profondamente ed in forma anonima gli interessi specifici e granulari di chi interagisce con il tuo business, a partire da siti e app;
-  individuare i percorsi di navigazione multidevice e multisessione che generano maggior valore, così da potenziarli (es. con SEO);
-  segmentare automaticamente l’utenza in cluster con caratteristiche simili (personas), così da differenziare comunicazione e iniziative commerciali;
-  predire chi sono gli utenti più vicini alla conversione e i clienti a più alta probabilità di abbandono, così da concentrare su di loro le azioni (es. remarketing positivo e/o negativo);
-  favorire l’acquisizione di nuovi clienti, creando audience pubblicitarie look-a-like, sempre aggiornate, sulla base dei cluster di maggior valore;
-  stabilire quali sono gli elementi che invece fanno perdere più fatturato e redditività, così da intervenire prontamente ad esempio sul catalogo prodotti;
-  integrare il CRM per avere insight e arricchimento dati dei clienti, anche per incrementare le opportunità di up e cross-selling;
-  ridurre le spese di marketing rimuovendo dalle campagne (chi ha già acquistato e) chi ha bassa probabilità di conversione.





## FAQ (Frequently Asked Questions)

Le nostre soluzioni di  
INTERNAL DATA INTELLIGENCE

### 1. DataLysm È UNA DATA MANAGEMENT PLATFORM? IO NE HO GIÀ UNA...

Non è una “semplice” DMP, dal momento che è intelligente, ossia apprende, predice e propone azioni usando l'Intelligenza Artificiale derivante dagli algoritmi di machine learning. Ha una valenza legata al tuo sito e app, ai contenuti e agli interessi lì manifestati dai tuoi clienti/utenti e quindi non solo alle audience pubblicitarie. Può essere arricchita o arricchire la DMP già presente in azienda.

### 2. QUALE È LA CADENZA DEL REPORT DI ACTION PLAN?

Mensile o on demand in base alle esigenze del cliente.

### 3. COME SI ATTIVA DataLysm?

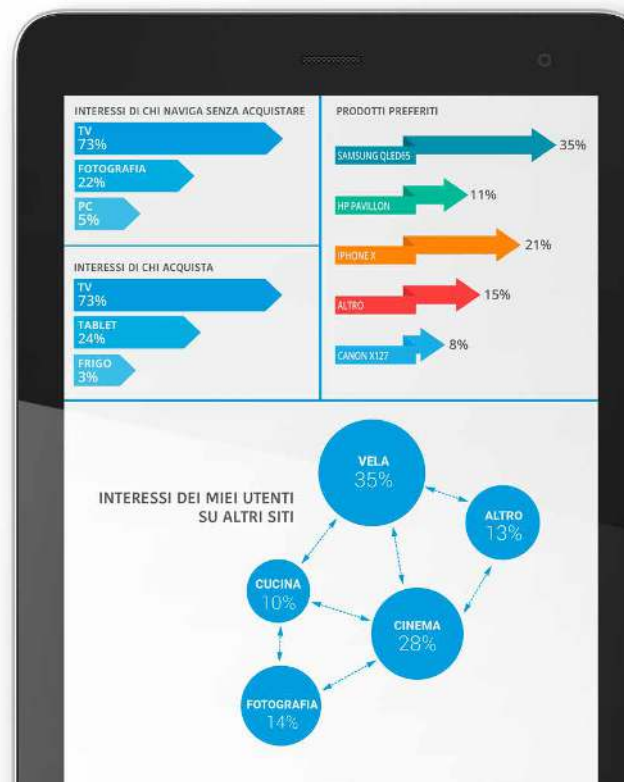
Inserendo uno script javascript (pixel) tramite GTM oppure copiando lo script nell'header delle pagine da tracciare. Il cliente ha controllo con

**CONTINUA A LEGGERE  
TUTTE LE ALTRE FAQ SU**  
[3rdplace.com/soluzioni/datalysm](http://3rdplace.com/soluzioni/datalysm)

DataLysm È NATIVAMENTE CONFORME ALLE ULTIME NORMATIVE EUROPEE IN TERMINI DI PRIVACY. CERTIFICHIAMO I DATI RACCOLTI UTILIZZANDO LA BLOCKCHAIN COME MARCA TEMPORALE GARANTENDO COSÌ INFORMAZIONI SICURE E NON MANIPOLABILI.

Con DataLysm un'azienda della Grande Distribuzione Organizzata **HA AUMENTATO IL CONVERSION RATE SUL SITO DELL'8%** a seguito di una campagna promozionale super-mirata e super-personalizzata.

*Sezioni di esempio del report DataLysm*







**Cristiano Cirillo**  
PARTNER & TECH SALES DIRECTOR  
cristiano@3rdplace.com

Le nostre soluzioni di  
**INTERNAL DATA INTELLIGENCE**

## **3rdEye** FACCIAMO PARLARE I NUMERI.

3rdEye è la soluzione di controllo a 360° del tuo business digitale e dei big data della tua azienda.  
Un'unica vista su dati certi.

NON È UN STRUMENTO PER FARE DASHBOARD, MA UNA CONSOLE AUTOMATIZZATA GIÀ PRONTA SUL TUO SPECIFICO BUSINESS.

3rdEye prevede tre fasi:

### **1. AUDIT**



Verifichiamo l'affidabilità e la correttezza dei tracciamenti di web analytics.

### **2. KPI**



Insieme a te costruiamo indicatori di performance (KPI) per abilitare un successivo decision-making rapido ed efficace.

### **3. DATA VISUALIZATION**



Mostriamo in un'unica dashboard dati provenienti da fonti differenti ed indicazioni chiare sulle priorità di intervento per ottimizzare i risultati aziendali.





## FAQ (Frequently Asked Questions)

### 1. IO HO GIÀ GOOGLE ANALYTICS FREE. A COSA MI SERVE 3rdEye?

3rdEye non sostituisce Google Analytics, ma è un servizio che consente di sfruttarne al meglio le potenzialità:

✓ **Certificando la correttezza dei dati e costruendo indicatori di performance personalizzati;**

↑ **Semplificando l'accesso ad insight rilevanti per il tuo business non facilmente reperibili sugli attuali sistemi di Google Analytics;**

+ **Aggiungendo ed integrando set di dati (es. SEO, Facebook, Instagram, YouTube, DoubleClick, Criteo, Amazon, CRM, ...) oggi non previsti in Google Analytics.**

### 2. COSA NON È 3rdEye?

Non è una piattaforma "fai da te", in quanto 3rdPlace affianca il cliente in ogni fase del progetto.

[CONTINUA A LEGGERE  
TUTTE LE ALTRE FAQ SU  
3rdplace.com/soluzioni/3rdeye](https://3rdplace.com/soluzioni/3rdeye)

Le nostre soluzioni di  
INTERNAL DATA INTELLIGENCE

### CARATTERISTICHE PRINCIPALI DI 3rdEye



Dati aggiornati in REAL TIME



REPORT DINAMICI per diverse variabili



Fonti DATI PERSONALIZZABILI



Integrazione dei DATI ONLINE con DATI OFFLINE

*Una sezione  
di esempio  
della console  
3rdEye*





**Alessandro Arrigo**  
PARTNER E DIRETTORE GENERALE DI FINSCEINCE  
alessandro@3rdplace.com

I nostri servizi di  
ALTERNATIVE DATA INTELLIGENCE

## DARE UN SIGNIFICATO DI BUSINESS AI DATI PUBBLICI RACCOLTI IN RETE.

Il volume, la velocità e la varietà dei dati pubblici prodotti sul Web, esterni rispetto alle properties delle singole aziende, sono impressionanti.

**È possibile estrapolare informazioni preziose da questi dati** in grandissima parte **non strutturati** (cosiddetti Alternative Data) e **residenti su** differenti piattaforme (es. **social network, blog, forum, e-commerce, mappe satellitari**), tanto internazionali, quanto locali.

Grazie alle nostre competenze avanzate di analisi accoppiate all'esperienza di business, realizziamo continuamente attività di Alternative Data Intelligence (**A.D.I.**) sotto forma di studi di settore e di benchmark, analisi dei trend, finalizzata a ricavare **insight utili** ad esempio al **lancio di nuovi prodotti e mercati**, alla scelta di **canali distributivi e promozionali innovativi**, all'individuazione di **bisogni dei clienti non coperti dai concorrenti**, all'identificazione degli **influencers**.





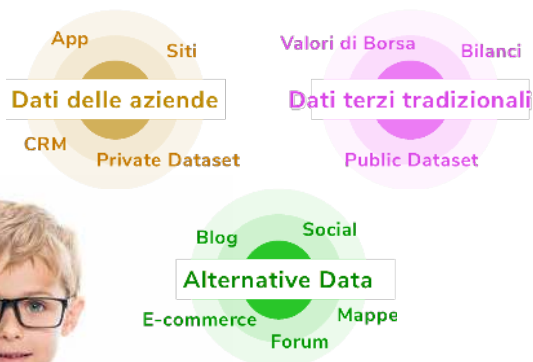
**Pierluigi Vacca**  
PARTNER & CHIEF PRODUCT & SERVICE DEVELOPMENT  
pierluigi@3rdplace.com

Le nostre attività di  
**DATA MODELING**

Il team di **Data Science** di 3rdPlace supporta le organizzazioni ad aprire nuove frontiere di business ed ottenere vantaggi competitivi con algoritmi e modelli di analisi sviluppati ad hoc.

### Quali dati usiamo

Spesso e volentieri il valore differenziante nasce dalla combinazione nel nostro data lake e dall'azionamento con algoritmi proprietari di machine learning di



“ Siamo pronti a fare cose difficili e su misura anche per il tuo business. ”

Qui sotto alcuni esempi di lavori recenti.

**1**

- SETTORE** Assicurazioni
- OBIETTIVO** Migliorare la misura della propensione al rischio degli automobilisti per la successiva ridefinizione dei premi assicurativi.
- COME?** Applicando l'Intelligenza Artificiale ai dataset estratti dalle blackbox a bordo delle automobili.

**2**

- SETTORE** Business Information & Credit Management
- OBIETTIVO** Migliorare la misura del rischio default delle aziende.
- COME?** Applicando analisi di Intelligenza Artificiale ai dataset tradizionali. Arricchendo i dataset tradizionali con dati digitali (es. score di presenza, attività e reputation digitale delle aziende) e applicandovi analisi di Intelligenza Artificiale.

**3**

- SETTORE** Consumer goods
- OBIETTIVO** Misurare la potenzialità e/o efficacia di punti vendita fisici cross-country individuando bacini di acquirenti potenziali.
- COME?** Caratterizzando la reale utenza di uno o più punti vendita all'interno di mercati specifici attraverso la combinazione di dati socio-economici territoriali, caratteristiche delle catene di distribuzione, segnali digitali alternativi. Creando uno score di allineamento dei punti vendita rispetto ai punti vendita target.

Vedi anche FinScience per soluzioni di **Investment Artificial Intelligence**.

FinScience analizza, interpreta e pesa per scopi di investimento Dati Alternativi provenienti dagli ambienti digitali (social, blog, forum, piattaforme e-commerce, mappe, ...).

In particolare per:

- selezionare segnali rilevanti e deboli collegandoli ad attività finanziarie sia in riferimento a singole aziende che a tematiche specifiche (long term alpha generation),
- costruire indici alternativi di investimento in ottica Smart Beta ridefinendo schemi di classificazione tradizionale,
- sviluppare modelli di Portfolio Management e strategie d'investimento su diversi asset finanziari utilizzando sia dati tradizionali che alternativi.



SEGUICI SU:  
[datrix.it](http://datrix.it)  
[3rdplace.com](http://3rdplace.com)  
[finscience.com](http://finscience.com)



Foro Buonaparte 71  
20121 Milano  
Tel. +39 02 7628 1064

Via della Sierra Nevada 60  
00144 Roma  
Tel. +39 06 9826 2597

Via Sassari 3  
09123 Cagliari  
Tel. +39 070 233 0203