



ECCE CUSTOMER: uno su mille ce la fa

di Valentino Salvatore De Pietro

Storia di un giovane italiano che in Silicon Valley è riuscito a realizzare la sua idea di business.

Alle volte per realizzare un sogno ci si impiega una vita intera, in altri casi basta avere un progetto innovativo e una buona dose di tenacia. E' questo il caso di Cosimo Palmisano, 33 anni, laureato in Ingegneria elettronica al Politecnico di Bari che, partendo da una felice "business idea" ha sviluppato una piattaforma web per il social CRM che permette alle aziende e ai brand di gestire attraverso un unico punto di accesso diversi account su i social network. Sfruttare il potenziale inespresso dei social network (LinkedIn, Facebook, Youtube, Twitter) per monetizzare le informazioni presenti all'interno dei social network creando un canale bidirezionale azienda-cliente, questa l'idea che lo ha portato al successo (si veda scheda "Innovazione e tecnologia", p. 175, V Rapporto Classe Dirigente, AMC, 2011).

Come nasce l'idea di Ecce Customer? L'idea nasce a Maggio 2009 a Torino dalla perfetta commistione fra la mia esperienza lavorativa come consulente CRM e l'attività svolta come ricercatore in ambito Data Mining. Mi sono reso conto che sia nel CRM industriale che nella ricerca scientifica mancava qualcosa e si poteva migliorare entrambi unendoli logicamente. In che modo? Attraverso i social network. I social network mi sembravano come un canale televisivo in cui il broadcasting è bidirezionale e dove per la prima volta il potere si fosse spostato verso gli utenti. Da qui il nome ECCE Customer (Ecco il cliente) che ora non è più un target ma le aziende lo sono.

Come ha fatto conoscere la sua idea al grande pubblico e in cosa pensa sia vincente? In Silicon Valley ho incontrato Franco Petrucci, mio attuale business partner e imprenditore di prima generazione. Con lui ho mosso i primi passi per la realizzazione dell'idea e in Italia mi ha messo a disposizione la sua rete per cominciare a divulgare ECCE. Sempre in Italia ho partecipato all'evento Working Capital di Telecom che è

diventato il vero volano per far conoscere il brand ma anche per trovare i primi clienti tra i quali Telecom stessa. Le ragioni per le quali l'idea è stata fino ad esso vincente è perché nasce completamente orientata al cliente.

Perché ha deciso di andare oltre oceano per sviluppare questo progetto? In Silicon Valley è nato questo fenomeno e solo lì potevo andare per capire cosa stava accadendo. Inoltre i miei potenziali competitors erano tutti lì e dovevo andare a studiarli e conoscerli per capire che errori avevano fatto e che modello utilizzavano.



Cosimo Palmisano
CEO ECCE Customer



basterebbe alleggerire la burocrazia favorendo meccanismi di creazione di impresa semplici e dinamici, così da permettere l'accesso ad investitori stranieri e creare un regime competitivo anche fra gli investitori. Inoltre una Srl non è la soluzione migliore per far accedere gli investitori. Basterebbe creare delle Spa a basso costo così come le C-corporation americane. Aziende di semplice costituzione sia finanziaria che legislativa per agevolare l'ingresso di investitori, partner e neo assunti che possano decidere di lavorare per una start up diventando anche loro degli imprenditori ricevendo in cambio delle quote.

Di che supporto ha bisogno da parte degli stakeholder (sistema formazione, finanziario e da parte delle associazioni di categoria, ecc.)? Per dare il loro contributo le Università, come spesso fanno le aziende che si riposizionano sul mercato, dovrebbero "resettare" la loro mission. Non tanto formare i ragazzi per imparare a lavorare,



quanto piuttosto formarli per creare lavoro. Questo va fatto partendo dall'accademia per arrivare ai tanti giovani precari, che oltre a fare ricerca,

insegnano.

Ci può spiegare il percorso che deve fare un imprenditore che arriva nella Silicon Valley per ottenere aiuti e vedere quindi la sua idea basata sulla tecnologia realizzata? Networking e sharing sono le parole chiave. Bussare a tutte le porte, competitors compresi. In Silicon Valley basta mandare una email per incontrare qualsivoglia manager o serial entrepreneur e anche partecipare ad uno delle centinaia di eventi di networking informali che si svolgono giornalmente.

Qui da noi è difficile farsi ascoltare, sono tante le idee che non vedono mai la luce; lì come funziona? In Silicon Valley università, imprese e fondi di investimento spesso sono così perfettamente collegati che coincidono con la stessa persona. Da non trascurare è la cultura del fallimento. Lì se non sei mai fallito non sei abbastanza esperto per essere finanziato. Per loro è importante che uno ci abbia provato e che abbia minori possibilità di ricommettere gli stessi errori.

Che consigli può dare ai giovani italiani che non trovano uno spazio in Italia? Gli spazi bisogna crearseli a grandi spalle ovunque si decida di mettere le basi. Se poi si è in più di uno a dare le spalle tutto diventa più semplice. Per perseguire una idea di business bisogna essere almeno in tre. Il passo logico fondamentale è capire che possedere il 90% di poco è sempre poco, invece condividere poco di tantissimo è sempre tanto.

