

# Spot

Here is where your  
journey begin

Service Science - 2022/2023

---

Emanuela Elli	(892901)
Alessandro Fasani	(837301)
Francesco Gregori	(889206)

# Cosa tratteremo in questa presentazione

1

Introduzione all'idea e Vision di Spot

2

Features chiave di Spot

3

Sviluppo dell'idea e primo servizio

4

Business Canvas Model

5

Conclusioni e sviluppi futuri



# Introduzione all'idea e Vision di Spot

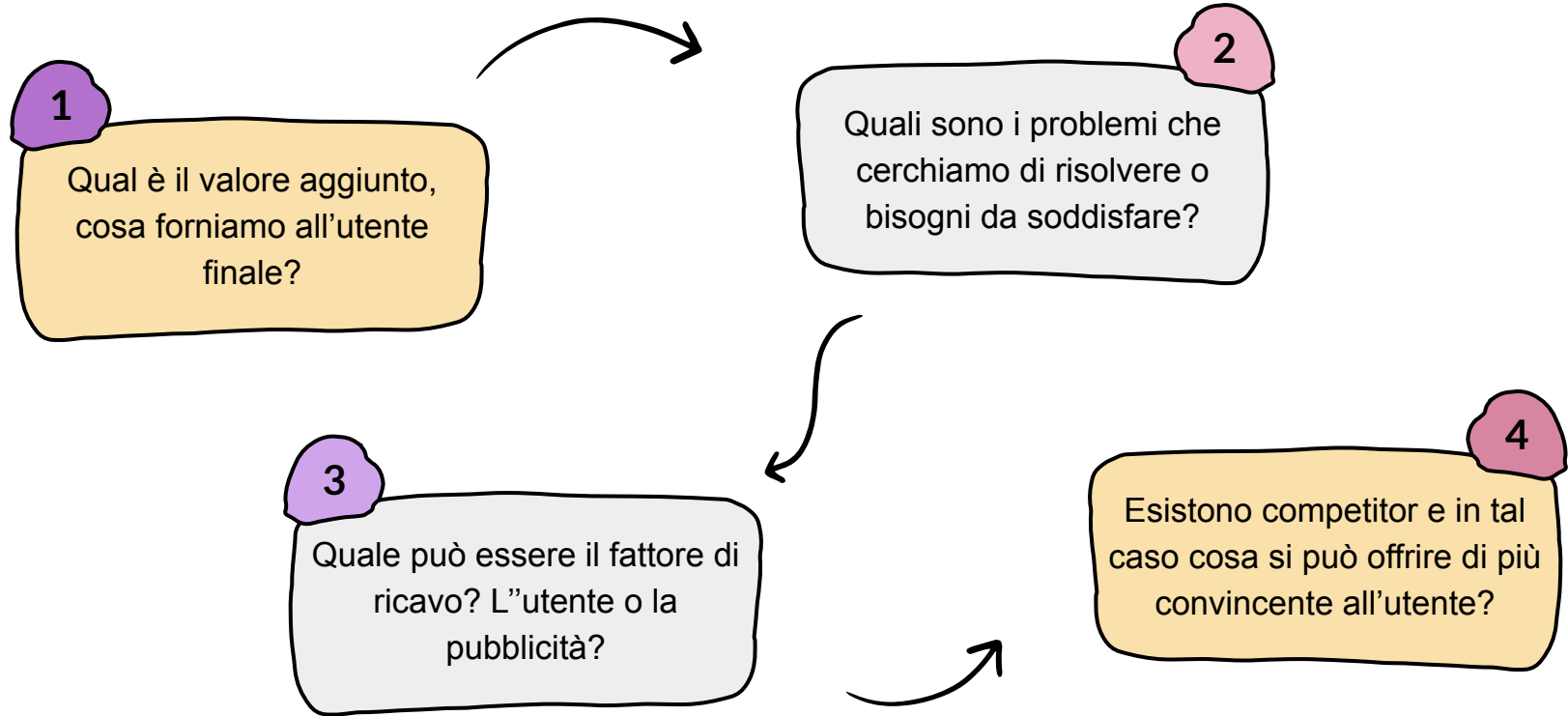
*“Siamo l'applicazione che ti farà vivere nel mondo reale, siamo quel collegamento, quella forza, quel grillo parlante che ti consiglierà di vivere i luoghi che ti circondano, siamo la spinta all'esplorazione, il secondo passo dopo il primo...”*

*“Fissiamo dei ricordi al suolo, perché è lì che rimarranno ricordi ed emozioni!”*

- Spot è il social network “**anti-social network**”, basato esclusivamente sulla posizione.
- La sua peculiarità è di rendere l'esperienza esclusiva ed incentrata sul vivere un'**esperienza reale**, a differenza degli altri social, nei quali è possibile solo prendere atto delle esperienze altrui.
- Per questo la nostra missione è portare il valore digitale della condivisione di esperienze nel mondo reale, nello stesso posto dove questa si è realizzata e nello stesso posto dove intendiamo fissarlo.
- Valorizzare le esperienze in un dato luogo per rendere partecipi altre persone nella medesima location, dando consigli o intrattenendo.

2

# Value proposition



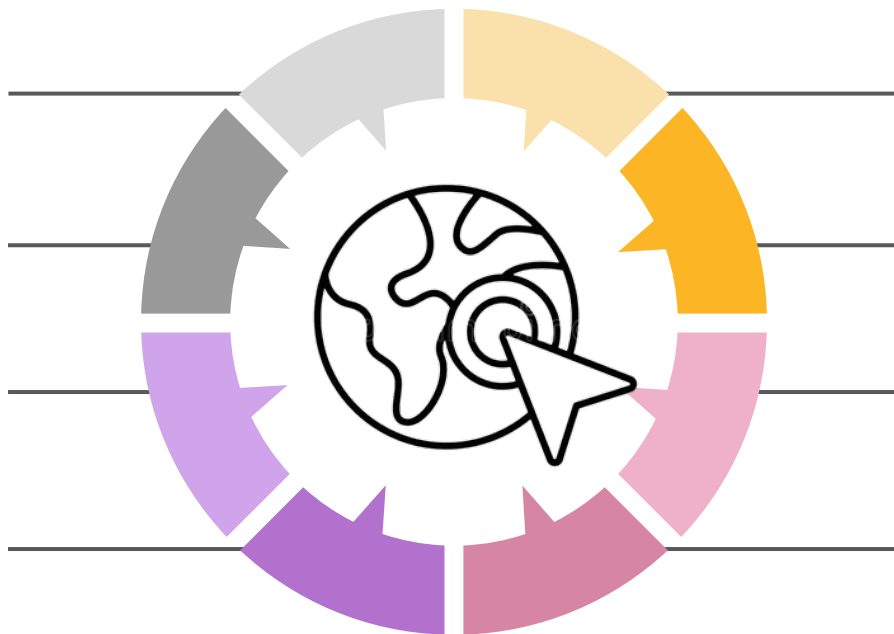
## Features chiave di Spot

Social network incentrato su **esperienze reali**

**(Ri-)Vivere ricordi** propri, di amici o sconosciuti

I ricordi sono video, immagini, canzoni, testi, etc

Sfrutta la **geolocalizzazione** dei dispositivi mobili



**Nuovo e interattivo**  
**livello di informazione**

È possibile salvare o creare itinerari di viaggio

Condividere ricordi al mondo o mantenerli privati

Spot suggerisce nuove esperienze grazie a **collaborazioni** e analisi dati

# Assunzioni iniziali

I social network esistenti sono basati su contenuti rapidi col fine di invogliare l'utente a utilizzare la piattaforma in maniera compulsiva, fornendo un **valore aggiunto minimo**.

Alcuni utenti, tramite questo utilizzo, raggiungono stati di **malessere**.



Alcuni utenti desiderano che i loro post, lavori, foto possano essere **visti** per periodi di tempo potenzialmente infiniti.



Potrà essere utilizzata da viaggiatori e turisti per **lasciare informazioni** a futuri passanti o conoscenti.



Potrà anche essere utilizzata in qualsiasi **situazione quotidiana**.



# Leap-of-faith

## Value hypothesis

=  
come pensiamo di  
fornire valore all'utente

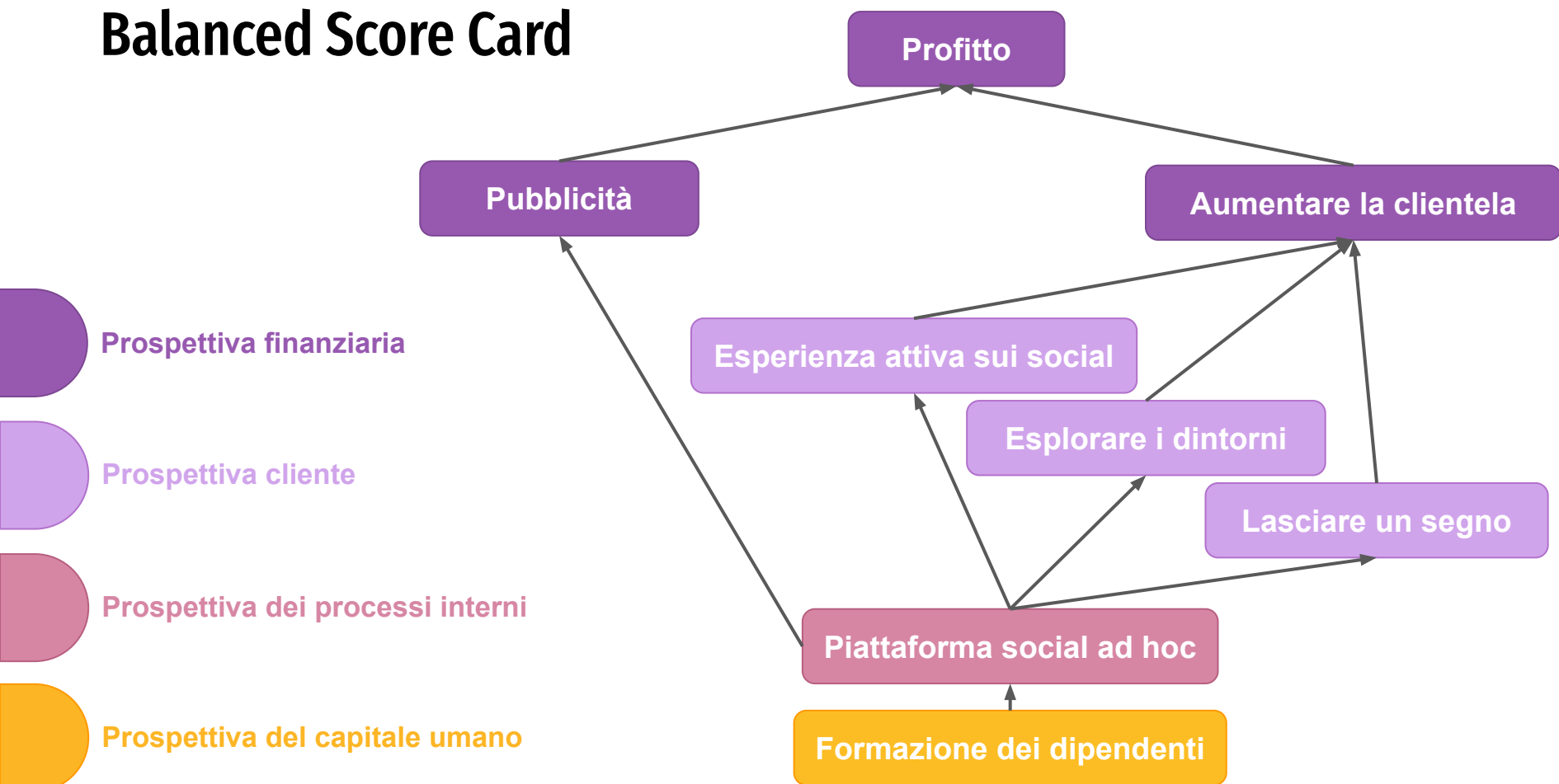
- Itinerari e percorsi creati da altri utenti.
- **Curiosità** nello scoprire i contenuti lasciati nella posizione corrente.
- Possibilità di avere interazioni sui nostri **Spot** per lunghi periodi di tempo.

## Growth hypothesis

=  
modalità di crescita  
della start-up

Allargare la base clienti creando delle **community**, attività/giochi sul territorio, incentivando l'esplorazione "pionieristica" di territori rurali ed extraurbani.

# Balanced Score Card

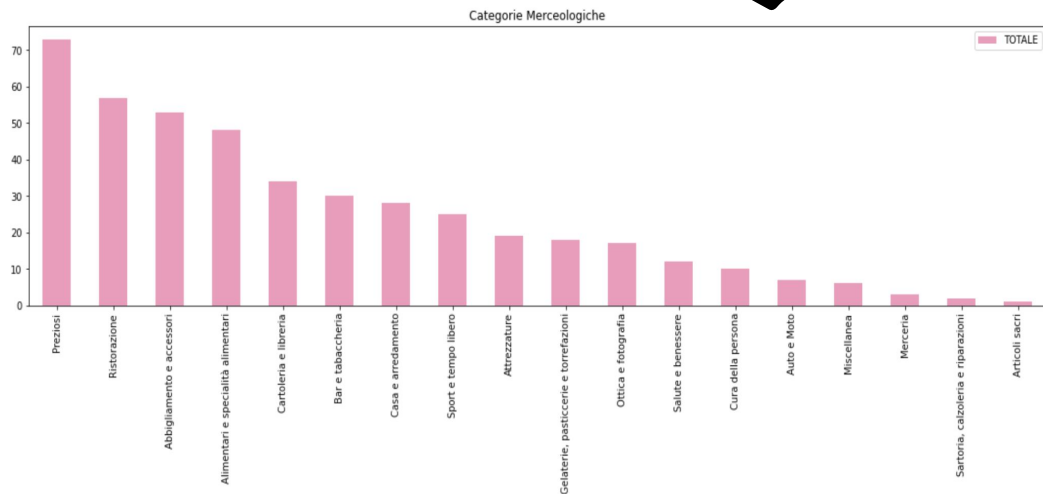




# Prima fonte dati per un servizio di raccomandazioni

Preziosi e ristorazione sono le categorie merceologiche più presenti, con rispettivamente 73 e 57 attività

443 attività storiche e di tradizione riconosciute da Regione Lombardia a Milano

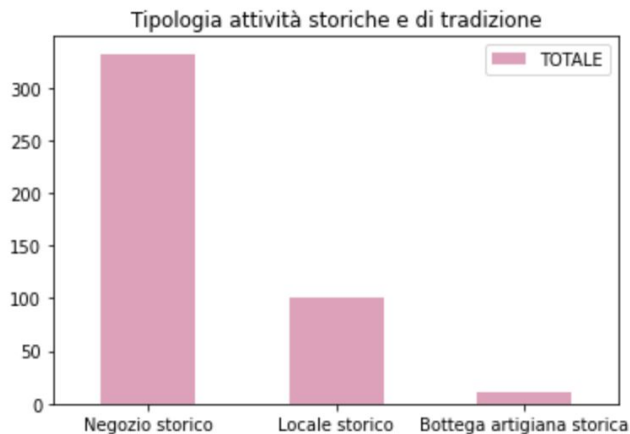


Abbigliamento  
Ristorazione  
Alimentari  
Preziosi  
Accessori  
Cartoleria

Alimentari, Preziosi e Ristorazione le parole più ricorrenti

# Macro analisi

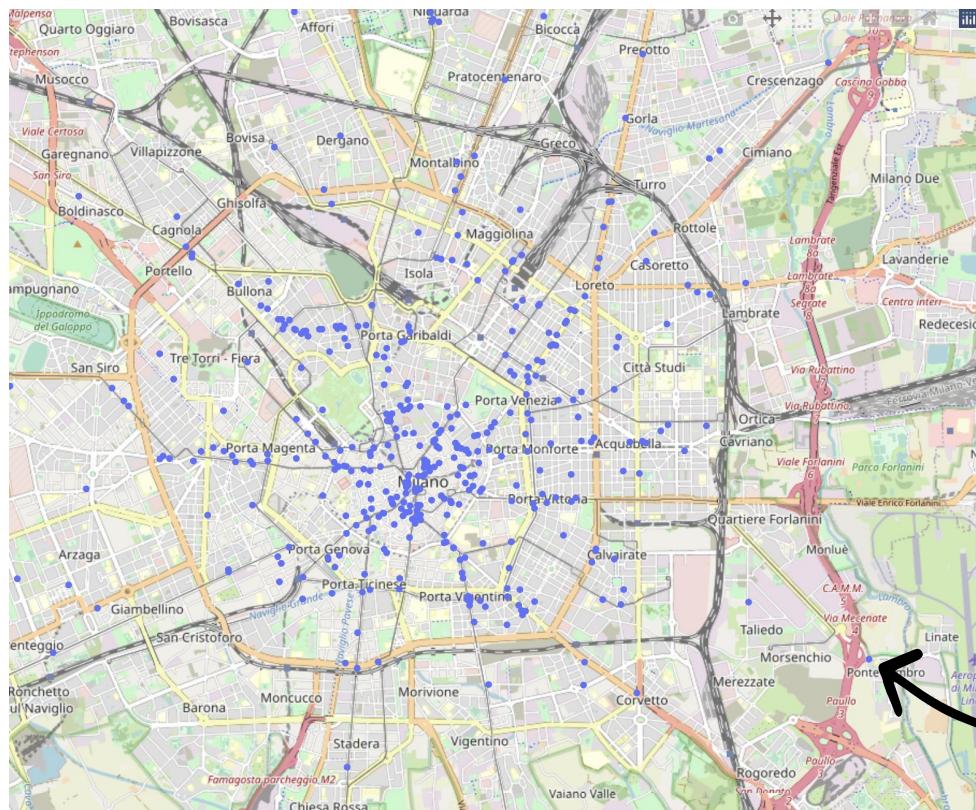
**Negozio storico: 75%**  
**Locale storico: 22,5%**  
**Bottega artigiana storica: 2,5%**



Secolo	Numero attività
13	1
18	4
19	40
20	398

**Attività più antiche risalenti al 1200 e  
al 1700**

# Macro analisi



Localizzazione delle attività storiche sul territorio del comune di Milano, la maggior parte dislocate nelle zone centrali

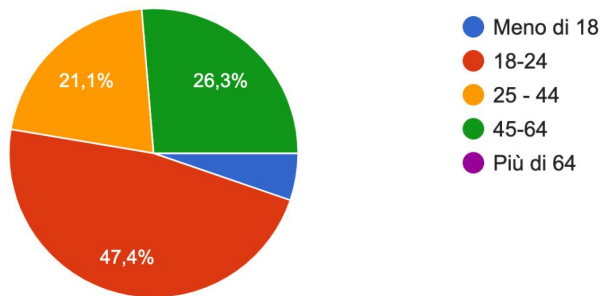
L'attività più antica risale al 1284, una trattoria in via Vittorini, 4

# Interviste e MVP

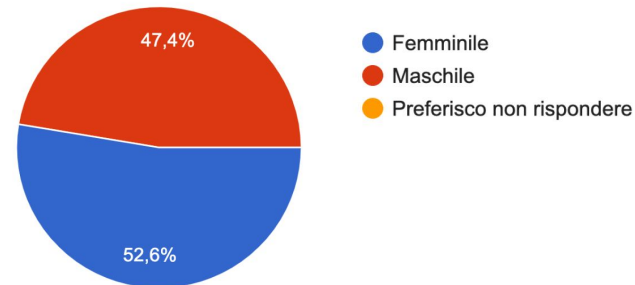


# Form

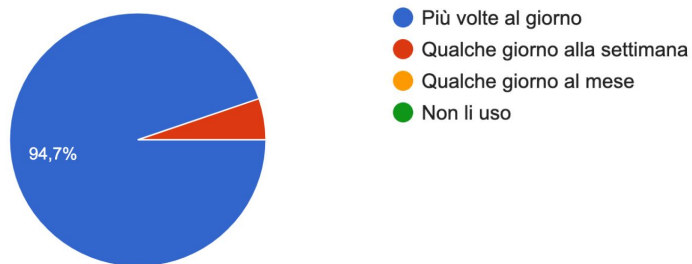
🎂 Quanti anni hai?



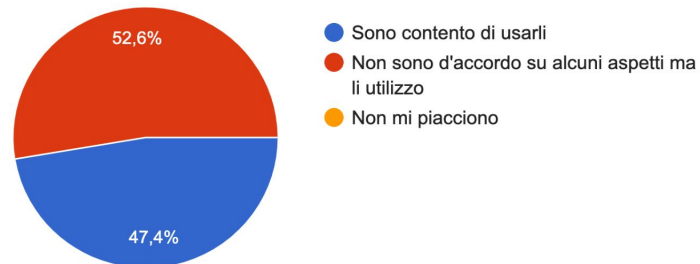
♀ Di che genere sei?



📊 Con che frequenza utilizzi i social?



👉 Che rapporto hai con i social?



# Form



Qual è indicativamente la caratteristica che più ti piace dei social?

- + Condivisione di informazioni
- + Rimanere aggiornato senza sforzo
- + Passatempo
- + Mi informo su contenuti che mi interessano
- + Essere collegato con tutto il mondo
- + Il fatto di condividere le proprie passioni



Quale caratteristica, invece, ti piace meno?

- Tossicità degli utenti
- Invadenza
- Il continuo dover pubblicare sempre tutto
- Dipendenza/mancanza di privacy
- A volte si perde il contatto con la realtà soprattutto se ne si abusa con l'utilizzo



Cosa ti piacerebbe avere a disposizione nei social?

- Foto più reali
- Possibilità di personalizzare meglio la home page
- Data la varietà di social a disposizione non sento di avere altre necessità
- Non saprei
- Aggiornamenti continui

# Landing Page e Mailing List



[Link alla pagina](#)

Mailing list



Grazie per aver  
partecipato!

Verrai contattato non appena Spot verrà  
sviluppato, a presto 🕒 SOON

Torna alla [Home](#)





Figma

# Mockup Figma

## Le attività storiche meneghine

Questa settimana abbiamo preparato un percorso di esplorazione che fa proprio al caso tuo! Un tour delle attività storiche di Milano! Di seguito alcuni suggerimenti di percorsi in base ai tuoi interessi, ricorda che puoi aggiungere o rimuovere dei punti di interesse in qualsiasi momento.

Suggestions:

### Fondati prima delle guerre

Questo mini-tour ti accompagnerà in una passeggiata di 8 km alla scoperta delle attività nate a partire dal 1900 e sopravvissute fino ad oggi, con tenacia, perseveranza e clienti felici.



### Alimentari vecchio stampo

Una passeggiata di 4 km tra i sapori e le tradizioni. In questo mini-tour scoprirai le botteghe e gli alimentari che hanno fatto la storia di Milano!



Buono sconto **COMPLETAMENTO!**

### Peccati di gola

Attenzione! Iniziando questo percorso c'è il rischio di vanificare tutti i benefici di questa camminata di 5 km. Riuscirete a resistere alla tentazione delle migliori pasticcerie storiche di Milano?



## Alimentari vecchio stampo Affinità: 98%

Modifica tragitto

Per questo mini-tour, come vedete all'inizio, la Drogheria Radrizzani è ormai da più di 100 anni sinonimo di qualità per la clientela milanese.



1 di 7

Visitato ✓

### Macelleria Pellegrini

Nata nel 1949 per anni è stata una rinomata macelleria equina. Rilevata da Vittorio Pellegrini nel 1959, l'attività ha aggiunto la vendita e la lavorazione di altre carni. Da più di 50 anni prestano un servizio di qualità, fantasia e originalità della proposta ai clienti, offrendo anche pranzi e aperitivi insoliti!



1 di 13

Nella zona...

### Grancini vini e liquori

450m

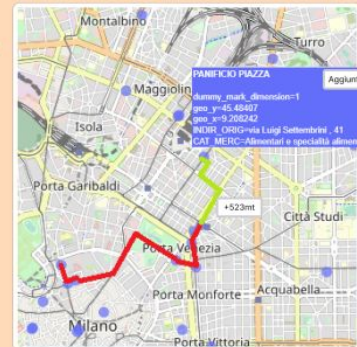
(sei troppo distante! Avvicinati per visualizzare più informazioni e godere a pieno dell'esperienza di esplorazione urbana di Spot!)

Completa il percorso per ricevere un buono sconto del 30% da "Grancini vini e liquori" per l'annata 2016



## Alimentari vecchio stampo Affinità: 98%

Conferma modifiche



Il Frutteto di via Ciovasso, via Ciov..



Panetteria Pasticceria Giordano, vi..



Drogheria Radrizzani, viale Piave 20



Macelleria Pellegrini, via Lazzaro S..



Grancini vini e liquori, via Lazzaro ..



Panificio Piazza, via Luigi Settembr..



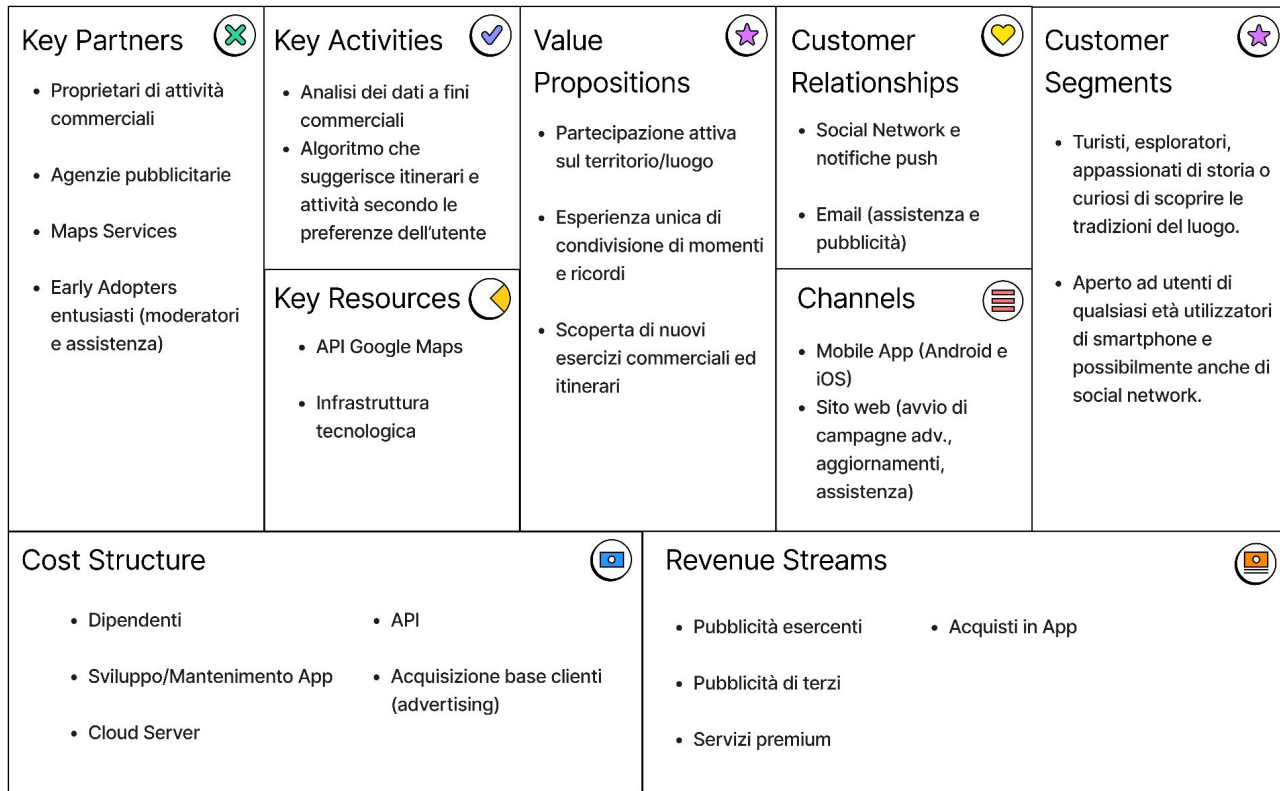
Ottimizza ordinamento



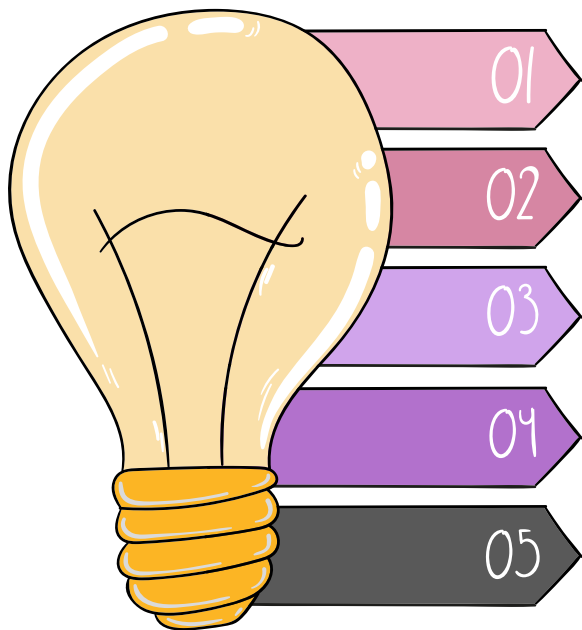
[Link al mockup](#)



# Business Canvas Model



# Conclusioni e sviluppi futuri



## **Analizzare iscrizioni alla waiting list**

Identificare potenziali early adopters ed analizzare conversion rate e bounce rate.

## **MVP interattivo**

Prototipo da somministrare ad utenti tester.

## **Possibili altri ricavi**

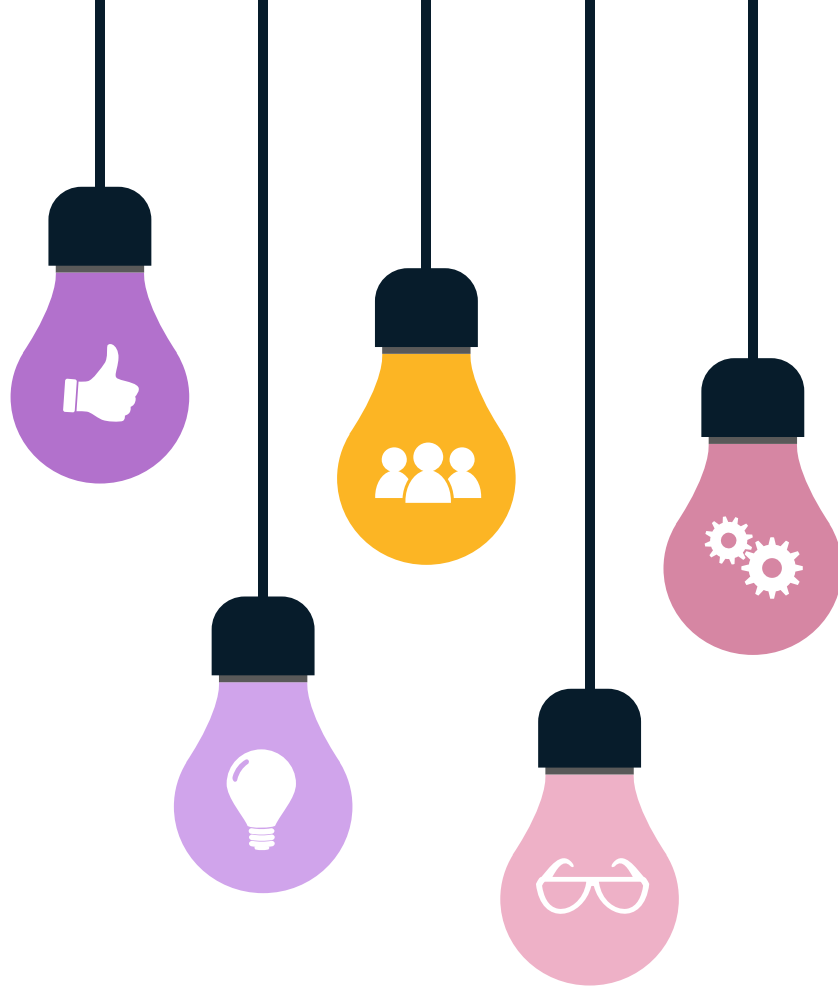
Funzionalità premium, audioguide, scontistica, etc.

## **Feature aggiuntive**

Spot anonimi, pagine di intrattenimento, ulteriori notifiche push, etc.

## **Implementazione**

Implementazione finale con pubblicazione.



**Grazie per  
l'attenzione!**