

LIFEdata chiude la campagna di crowdfunding con un overfunding del 1288%

Rivista al rialzo per tre volte la soglia massima dell'aumento di capitale per investimenti ricevuti dalla startup che aiuta le aziende a gestire l'omnicanalità per affrontare al meglio le prossime sfide del mercato

L'operazione di Equity Crowdfunding di **LIFEdata** - promossa attraverso una delle principali piattaforme di equity crowdfunding in Italia, **BacktoWork** (<https://www.backtowork24.com/online-campaign.php?c=106-lifedata>) la società partecipata da Intesa Sanpaolo - ha riscosso un successo oltre ogni aspettativa: la campagna ha raccolto **200 nuove sottoscrizioni** oltre ad aver incontrato un rinnovato interesse da parte degli attuali Soci.

Nello specifico la campagna chiude con un totale di investimenti pari a **643.766 euro**, che andranno a concorrere al raggiungimento dei prossimi obiettivi della startup quali **velocizzare il piano di sviluppo tecnologico** creando anche soluzioni specifiche per lo smart working, ampliare i settori di riferimento andando ad intercettare nuovi mercati e infine **anticipare l'internazionalizzazione del prodotto**.

Tra i vari fattori che hanno determinato il successo della campagna vi è il forte interesse del mercato nei confronti dell'omnicanalità, il settore in cui si inserisce LIFEdata. A dare una decisa spinta a questo ambito è stato il Covid-19, che ha sostanzialmente velocizzato lo sviluppo di progetti di omnicanalità delle aziende, resi necessari per far evolvere il rapporto con i propri clienti e consumatori.

Come emerge infatti dall'ultima Ricerca 2020 dell'**Osservatorio Omnichannel Customer Experience**, promosso nell'ambito degli **Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano** di cui LIFEdata è uno dei partner sostenitori, ad oggi **7 aziende su 10** (il 72%) hanno velocizzato la trasformazione in ottica Omnichannel Customer Experience, seppure solo il 7% ha dimostrato una completa padronanza della tematica. Inoltre **solo il 40% delle aziende presenta una strategia integrata di marketing omnicanale**, solo una su quattro ha un customer care omnicanale e infine solo la metà delle aziende ha implementato dei servizi di integrazione per la gestione delle vendite dall'online all'offline.

Le soluzioni proposte da LIFEdata e i suoi prossimi obiettivi

LIFEdata (<https://lifedata.ai/it/>) è la startup innovativa che ha sviluppato una piattaforma di **Intelligenza Artificiale No Code** per Omnichannel in grado di accelerare la Digital Transformation delle aziende con soluzioni AI chiavi in mano, senza bisogno di sviluppi software ad hoc e senza necessità di avere data scientist o competenze IT specifiche per poter implementare e sfruttare la tecnologia. Nello specifico la startup si occupa di realizzare progetti di omnicanalità e gestione della prossimità digitale per diversi settori merceologici, dal retail all'e-commerce andando ad integrare all'interno della strategia omnicanale delle aziende strumenti di comunicazione di uso quotidiano come **WhatsApp, Google Maps o Facebook Messenger** per la gestione delle relazioni e l'integrazione tra il digitale e il mondo fisico.

La tecnologia LIFEdata è già utilizzata da aziende leader per la gestione delle relazioni a distanza e l'integrazione tra digitale e mondo fisico. Tra queste **Janssen - Gruppo Johnson & Johnson**, **Banca Mediolanum**, **Ceetrus** (leader dei centri commerciali), **Ventis** (eCommerce con maggiore crescita) ed **Eolo**. La startup ha inoltre chiuso nel corso del 2020 un'importante partnership con **Tradedoubler Italia** che ha scelto le soluzioni basate su Intelligenza Artificiale di LIFEdata per aiutare i clienti a massimizzare le performance dei propri siti e-commerce in un'ottica di Omnichannel Customer Experience.

Proprio questa partnership permetterà a LIFEdata di posizionarsi e lavorare su diversi settori legati al retail nel corso del prossimo anno: dallo sportswear all'ottica, dal fashion all'editoria, solo per menzionarne alcuni. Il 2021 sarà un anno in cui la startup porterà avanti il suo impegno ad affiancare le aziende nel percorso di digitalizzazione e di maggior attenzione ai processi legati all'omnicanalità.

“Il successo della nostra ultima campagna di crowdfunding conferma l'interesse e l'attenzione verso questo settore, come possibile chiave di volta delle aziende per affrontare al meglio le prossime sfide del mercato” - conclude **Omar Fogliadini, Founder e Managing Partner di LIFEdata.** ”

Contatti:

Alessia Carozzo

Ufficio stampa - Digital PR pro

Mail: alessia.carlozzo@digitalpr.pro

Tel: + 39 349 06 89 413