



Glaut raccoglie \$1.4 milioni di dollari per aiutare le aziende B2C a scoprire *insight* sui propri clienti attraverso sondaggi conversazionali

Il Club degli Investitori investe nel round pre-seed di Glaut da 1.4 milioni di dollari

Glaut utilizza l'intelligenza artificiale per condurre approfondite ricerche di mercato su larga scala

Milano, 23 aprile 2024 - [Glaut](#) ha completato con successo un round pre-seed di 1,4 milioni di dollari. Il round è stato guidato da Italian Founders Fund, con la partecipazione di Brainstorm Ventures, Alecla7, Ithaca, BHeroes, **Club degli Investitori**, Eden Ventures, Delirus Capita ed influenti *angel investors* come David Clarke (ex Workday) e Pietro Cesati (ex Soisy).

Matteo Cera e Giovanni del Gallo hanno creato [Glaut](#) alla fine del 2023 con l'obiettivo di aiutare le aree di Marketing di grandi aziende B2C a prendere migliori decisioni commerciali attraverso una nuova metodologia di ricerche di mercato: i sondaggi conversazionali.

Matteo Cera, co-founder of [Glaut](#), evidenzia i vantaggi di usare Glaut rispetto ai tradizionali sondaggi quantitativi "a scelta multipla" nelle ricerche di mercato: *"I sondaggi quantitativi spesso mancano di profondità e dettaglio e non riescono a spiegare le ragioni alla base dei dati"*. Cera sottolinea che: *"Il nostro software utilizza l'intelligenza artificiale per condurre ricerche qualitative, riuscendo ad intervistare in modo empatico e coinvolgente i clienti, facendo domande di follow-up personalizzate e sintetizzando le risposte in insight di valore per le aziende"*.

[Glaut](#) è facile da usare come un Google form, ma differentemente dai sondaggi quantitativi, è capace di interagire con le persone in una vera e propria conversazione, facendo emergere quello che effettivamente pensano rispetto ai *brand*, ai prodotti acquistati o alle esperienze vissute.

In solo un paio di mesi dalla sua creazione, Glaut ha già collaborato con agenzie di ricerche di mercato (come Altum Insights, Marketagent ed Eumetra), e rinomati *brand* internazionali, tra cui Condé Nast, Autoscout24 e Mondadori Media. Questi leader di settore hanno già condotto sulla piattaforma di Glaut ricerche di mercato con migliaia di interviste inerenti a definire la strategia di *branding*, a misurare il gradimento di pubblicità, a prototipare nuovi prodotti e a misurare la soddisfazione dei clienti.

Frank A. Spring, Partner di Altum Insights, afferma: *"Glaut è la forma più veloce, profonda e precisa di ottenere informazioni qualitative su larga scala che abbia utilizzato finora. Non è una miglioria rispetto ad altri metodi esistenti - il suo potenziale e la sua flessibilità fanno di Glaut una soluzione che crea una nuova categoria di ricerche di mercato"*.

Gioia Manetti, CEO di AutoScout24 in Italia e **Champion del Club degli Investitori**, parla della sua esperienza usando Glaut per studiare il posizionamento del suo brand: *"Siamo entusiasti del potenziale"*



di Glaut di distillare insight di valore per i brand B2C perché, diversamente dai classici sondaggi quantitativi, riesce a mantenere la profondità e l'empatia tipiche delle interviste in persona."

Pamela Saiu, Ricercatrice di mercato di Mondadori Media, ha recentemente concluso un progetto con più di 2.500 interviste eseguite con Glaut: *"Per la prima volta in una ricerca di mercato, abbiamo permesso alle persone di parlare dei brand liberamente, con le loro parole. In più, Glaut ci ha permesso di risparmiare più di 100 ore di lavoro nell'analizzare le risposte ed estrarre le conclusioni della ricerca"*.

Con questo finanziamento, Glaut pianifica rafforzare il proprio team di prodotto e tecnologia e complementare la propria piattaforma con soluzioni verticali per diverse applicazioni nel mondo delle ricerche di mercato, prima di iniziare a estendere gli sforzi commerciali su scala globale.

GLAUT

Per informazioni su Glaut, potete visitare: <https://glaut.com/> o contattare Matteo Cera ad info@glaut.com o +39 3898808108