

In chiaro
nella cartina,
i 123 Paesi
in cui è attiva
Surveyeah.

surveyeah

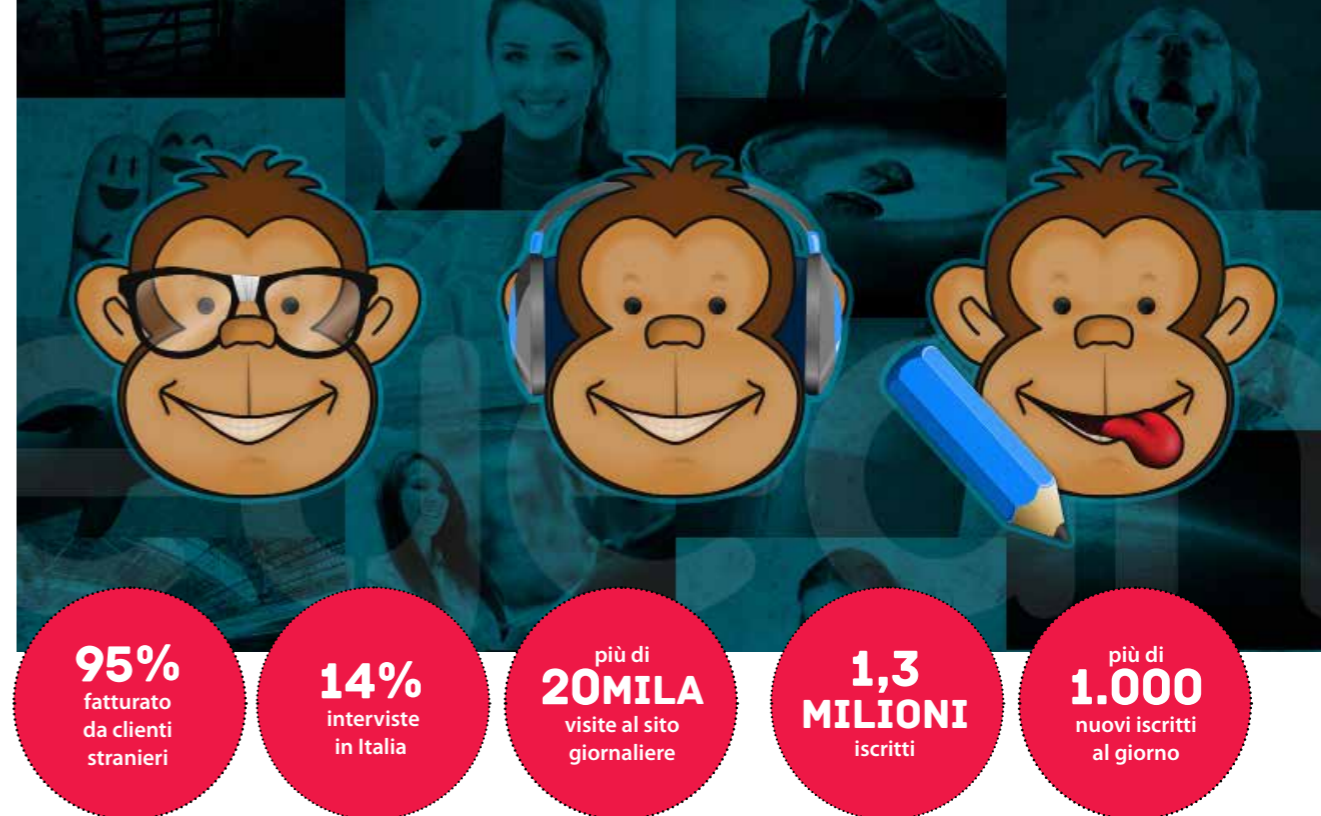
Io domando, tu rispondi... E GUADAGNI

Un giovane imprenditore varesotto ha creato 5 anni fa una realtà imprenditoriale ambiziosa, oggi attiva in 5 continenti e in 123 Paesi nel mondo



Nicolò Fisogni

Nasce a Milano nel 2014 per mano del 34enne Nicolò Fisogni Surveyeah (gioco di parole dall'inglese *survey* "Sondaggio" e *yeah* "Sì"), società che si occupa di inviare sondaggi retribuiti online ai propri iscritti in cambio di buoni regalo Amazon, Decathlon e Zalando. Le risposte vengono raccolte e analizzate per fornire indicazioni utili ai clienti (istituti di ricerche di mercato e società che producono qualsiasi tipo di bene di consumo). Tutto ciò attraverso un sito molto ben strutturato e intuitivo. Il logo aziendale è rappresentato da una Y che sorride, le mascotte sono 3 scimmiette sorridenti. Ma Nicolò non si ferma qui, ha ridato vita infatti a un altro affascinante progetto parallelo, coinvolgendo suo papà Guido, che è in fase di costante sviluppo. Ma parliamone con lui e scopriamo il suo mondo.



Come hai esordito nel mondo imprenditoriale?

«Ho cominciato studiando Finanza per tre anni. Ma ho capito presto che in finanza ci sono molte variabili incontrollabili. E ho rivolto il mio sguardo alla statistica, incoraggiato dai miei professori, ed è seguita la laurea specialistica, il DES (Economia, Statistica, Microeconometria) sempre all'Università Bocconi di Milano. Ho anche partecipato a *focus group* dove le persone condividono idee in una discussione di gruppo. Lì ho cominciato ad apprezzare l'idea dei buoni regalo. Mi ricordo che uno dei panel era sulla birra e sono stato ricompensato con buoni benzina. Durante un periodo in consulenza, vedevo i miei capi distruggersi 12 ore al giorno e non era il futuro che volevo per me. Quindi sono riuscito a trovare un lavoro a Parigi in una startup che gestiva panel online, da lì l'idea di replicare l'attività a Milano automatizzando alcuni processi».

E poi sei partito con Surveyeah...

«Esatto. Volevo unire le mie abilità nel campo statistico con la mia passione di aiutare le aziende a capire il mercato, così da servire meglio i loro clienti. Sono partito e aprire un'impresa era un bel salto, ma non ero molto spaventato da questo grande passo perché conoscevo il settore. Conoscevo anche i miei numeri: quanto sarebbe costato far girare tutto e quale fatturato avrei dovuto più o meno generare. Surveyeah è nata nel 2014, quasi 6 anni fa. Ora vivo tra Milano e Ginevra (mia moglie è marsigliese e lavora a Ginevra)».

Ci spieghi cos'è Surveyeah?

«Surveyeah è un panel online, le persone, che siano a casa dal computer o in qualunque altro posto, dallo smartphone, rispondono alle domande dei clienti, indicando cosa preferiscono, cosa gli piacerebbe trovare sugli scaffali, quanto sono disposti a spendere, se hanno visto una pubblicità. Il nostro obiettivo è quello di cercare di trasformare in numeri le opinioni delle persone».

Come funziona? «L'iscrizione è gratuita, compilando il profilo si ricevono sondaggi via email, completandoli saranno accreditati i primi punti. Al raggiungimento della soglia, si potranno convertire in buoni regalo Amazon, Decathlon, Zalando. I sondaggi sono inviati da importanti società italiane o da gruppi internazionali che operano in Italia che vogliono capire cosa piace alle persone, per venire incontro alle loro preferenze. L'utente contribuirà pertanto a decidere cosa sarà venduto in Italia e quali caratteristiche avrà. C'è il massimo rispetto della privacy da parte nostra. Non chiediamo estremi bancari per i pagamenti e il servizio sarà sempre gratuito. Chiediamo solo genuinità e sincerità nelle risposte».

«Il nostro obiettivo è quello di cercare di trasformare in numeri le opinioni delle persone»



IL MUSEO FISOGNI

Fondato nel 1966 da Guido Fisogni, papà di Nicolò, è la più grande collezione al mondo (certificata Guinness World Record) sulle stazioni di servizio. Sono infatti esposti 185 distributori di benzina, dal 1892 al 1990, e 5.000 oggetti. Il museo mostra l'evoluzione tecnologica e del design di un intero settore, quello della distribuzione del carburante. Si trova a Tradate (Va) vicino a Malpensa e Milano. Ospita inoltre diversi raduni di auto e moto d'epoca ed eventi aziendali. **INFO:** www.museo-fisogni.org

►► È curioso il logo aziendale, rappresentato da tre scimmiette sorridenti. Qual è la sua genesi?

«Per la Y sorridente sono stato ispirato dalle "smiling E" della Heineken e volevo ottenere lo stesso effetto. Circa il significato delle tre scimmiette sagge, in tempi antichi, in Oriente, rappresentavano il "non vedo il male", "non sento il male", "non parlo del male". Il concetto profondo che sta dietro è che se una persona non vede e non sente il male, non avrà elementi per parlare del male e non potrà che agire bene. La sintesi che vogliamo trasmettere, oltre alla naturale allegria, è quindi: vedo il bene, sento il bene e compilo bene».

Quali i punti di forza di Surveeah?

«Otteniamo risposte affidabili (di solito 1.000 interviste) in tempi molto rapidi (24-48 ore) e con costi contenuti su target specifici (es. casalinghe che fanno torte, automobilisti che hanno cambiato i cerchioni all'auto, skipper che acquistano assicurazioni sulla sicurezza in mare). C'è un controllo sull'indirizzo IP e sulla qualità delle risposte. Per fare ciò utilizziamo diverse tecniche».

Quali sono le ragioni per cui un'azienda ha bisogno di sondaggi?

«Praticamente quasi ogni azienda od organizzazione trae beneficio dalla conduzione di sondaggi, dalle startup alle non profit alle multinazionali. Faccio 3 esempi: 1. Se stai perdendo fette di mercato, i sondaggi possono aiutarti a capire dove stai sbagliando. 2. Se devi

lanciare un nuovo prodotto, puoi avvalerti di sondaggi per tararne la qualità prima di metterlo sul mercato. 3. Coloro che partecipano ai sondaggi sono sempre aggiornati sui trend del momento, quindi possono dare una fotografia di un determinato settore o ambito».

Quali sono i vostri piani di sviluppo per il futuro?

«Abbiamo in programma diverse cose per ampliare i nostri orizzonti. Una delle nostre collaborazioni più recenti è con un istituto di ricerche di mercato di Monza, che ha creato una App di sondaggi che si occupa di *mystery shopping*. Poi anche attività per incentivare ancora di più panelisti come community online, panel brandizzati, cash back e lead generation. Infine l'organizzazione di eventi aziendali al museo Fisogni di Tradate (vedi box sopra)».

Come definiresti la vostra mission?

«Dare informazioni utili ai clienti, per lanciare un prodotto o un servizio in linea con i gusti dei loro consumatori e per anticipare le tendenze del mercato. Cercare di usare la statistica per spiegare i gusti e le sensazioni delle persone».

INFO: tel. 339 6217531

www.surveeah.com

info@surveeah.com

Facebook: [surveeah.sondaggi.retribuiti](https://www.facebook.com/surveeah.sondaggi.retribuiti)

