



MAURIZIO CAPORUSSO

Partner Giraffare

Maurizio Caporusso è co-fondatore e partner di UpCube Srl, società di consulenza e vendita di servizi focalizzata ad aiutare le aziende nello sviluppo dei propri progetti di crescita. Maurizio è anche coordinatore dell'innovativo progetto Giraffare, gestito e ideato da UpCube.

È il primo portale in Italia di social shopping per le aziende, esclusivamente B2B, in cui è possibile offrire e ricevere offerte eccezionali con la massima semplicità e garanzia. Laureato in economia ha iniziato la carriera professionale al marketing di Cirio Bertolli DeRica, per passare alla libera professione collaborando con aziende nazionali e multinazionali come Stream (oggi SKY) e American Express Corporate.

B2B MATCH MAKING: COME INNOVARE? www.giraffare.it

Lo scenario di riferimento

La previsione degli economisti e di Confindustria per l'anno in corso è di un'Italia in seria recessione; il biennio 2012-2013 vedrà molte aziende sparire e la perdita di 800 mila posti di lavoro.

Lo scenario economico del 2012 vedrà una caduta del Pil di 2 punti percentuali ed una pressione fiscale record del 45,5% al 2013, mentre quella reale sarà del 54%.

Il problema della continua e crescente difficoltà nel ricorso al credito da parte delle aziende nei confronti delle nostre banche a loro volta oggetto di continue restrizioni da parte dell'Eba e della BCE, colpisce pesantemente le aziende ed in modo particolare le PMI, già in difficoltà per il calo delle vendite e la difficoltà ad incassare i propri crediti.

In questo quadro si moltiplicano le necessità delle imprese nel trovare nuovi sbocchi ai propri prodotti e servizi a costi accessibili cercando fonti alternative e meno costose della pubblicità tradizionale o di altre forme di promozione diretta o indiretta.

È in questo complesso scenario che nasce l'idea di un servizio che permetta alle aziende di piccole e medie dimensioni di acquisire nuovi clienti proponendo i propri servizi e prodotti a costi ridotti con una formula dell'"invito a provare", senza costi fissi e senza sprechi. Le crisi portano con loro delle opportunità uniche di cambiare, di percorrere nuove strade e cercare diversi e più innovativi modi di proporsi, è in questo quadro che nasce l'idea di **GIRAFFARE.IT**.

L'innovazione di UpCube: www.giraffare.it

Giraffare® è il primo portale di social shopping B2B, per aziende e professionisti. Un social shopping tutto dedicato al mondo delle impre-

se, un nuovo canale innovativo di match making che incrocia domanda e offerta tra le imprese tramite coupon.

L'idea prende corpo all'interno della neonata società di consulenza e vendita di servizi alle imprese, UpCube srl®, i cui promotori provengono da decennali esperienze professionali dirette ad aiutare le aziende a sviluppare i propri progetti di crescita.

Tutti i social shopping coniugano il modello dei gruppi di acquisto con i fenomeni social del web, ma tutti operano nell'affollato campo consumer B2C.

L'innovazione su cui si basa l'idea progettuale di Giraffare è quella di adattare il modello di successo dei social shopping consumer al mondo delle imprese e delle libere professioni.

Per UpCube l'idea Giraffare assume fin da subito carattere dirompente per forza e innovazione tali da generare il passaggio da Idea Progettuale a Progetto Giraffare.

Si è ormai consolidata nei mercati di paesi industrializzati la convinzione che i prossimi anni saranno caratterizzati da un forte spostamento degli scambi di beni e servizi off-line verso il mercato e-commerce, in particolare nel B2B.

La mission del progetto Giraffare si poggia proprio su questo presupposto, essere presenti nel mercato degli scambi di beni e servizi per le aziende con modelli web innovativi atti a facilitare l'incrocio tra domanda e offerta.

Il modello degli scambi proposto dai social shopping consumer rappresenta una realtà di successo consolidata: l'esplosione del mercato, l'interesse crescente delle persone, la crisi ecofinanziaria che spinge il mercato alla ricerca di beni e servizi a minor costo nell'ottica di mantenere invariato il proprio livello di consumi, le accelerazioni della modalità dei meccanismi dei social network, la forza dei giudizi espressi in web che in tempo reale escludono dal mercato i "cattivi" facendo evitare incauti acquisti, l'opportunità vincente per migliaia di



imprese di ottenere visibilità e nuova clientela da fidelizzare con estrema facilità, la possibilità di comunicare con soggetti opportunamente profilati ciò che interessa loro, sono tutti fattori che segnano il fenomeno dei social shopping come la nuova frontiera, dopo il fenomeno Facebook, partendo dal local.

L'innovazione è adattarlo al mercato delle imprese guadagnando da subito il vantaggio competitivo verso i competitor che vorranno entrare in campo: ecco perché *Giraffare Gli Affari tra Le imprese*.

L'opportunità del mercato Italia

L'opportunità è data proprio dal mercato Italia che è composto da oltre il 97% da P.M.I., circostanza che rende questo mercato il test ideale del progetto Giraffare.

Le P.M.I. ed i liberi professionisti hanno organizzazioni più snelle e meno strutturate delle grandi aziende che hanno processi di acquisto rigidi e imbrigliati e che non favorirebbero l'innovazione di Giraffare.

Le persone che hanno generato il successo dei social shopping sono le stesse che guidano le proprie organizzazioni di P.M.I., dove i processi di acquisto sono più liberi, dove si ha necessità di sfruttare le logiche dei gruppi d'acquisto, dove si è sensibili ai fenomeni di networking, dove l'innovazione è la parola d'ordine per la sopravvivenza.

Ecco perché il mercato Italia è il più pronto per lo sviluppo del progetto Giraffare.

La mission di Giraffare

A differenza dei social shopping consumer, do-

ve si incrociano domanda e offerta di due mondi contrapposti (i consumatori e le aziende), nel modello Giraffare ogni Impresa può essere al tempo stesso un potenziale acquirente ed un potenziale offerente: qui gli affari si fanno tra le imprese.

Un modello quindi che si presta ad una molteplicità di progetti di verticalizzazione, di networking, di gruppi di acquisto, di reti d'impresa, di segmentazione, di affiliazione, di convenzionamenti, di fidelizzazioni,... con il solo modello del couponing..., ma la sfida continua con le evoluzioni che si andranno a generare nella sempreverde necessità di facilitare l'incontro di domanda e offerta tra imprese B2B, in maniera innovativa, la vera mission di Giraffare.

Il couponing come punto di partenza e non punto di arrivo.