

RASSEGNA STAMPA

Ottobre 2019

**Gruppo DigiTouch al Forum Retail per presentare la soluzione di
Deep Learning dedicata ai retailer e basata sulla Meware Cognitive
Platform**

INDICE

2019.10.30 **DAILY NET**

DIGITOUCH PRESENTA AL FORUM RETAIL LA SUA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING

2019.10.30 **MARKETINSIGHT.IT**

DIGITOUCH (AIM) PARTNER IDEALE PER LE AZIENDE RETAIL CHE INVESTONO NELLA BUSINESS INTELLIGENCE

2019.10.30 **TOUCHPOINT TODAY**

GRUPPO DIGITOUCH AL FORUM RETAIL PER PRESENTARE LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING

2019.10.29 **ADCGROUP.IT**

IL GRUPPO DIGITOUCH PRESENTA AL FORUM RETAIL LA SOLUZIONE DI DEEP BASATA SULLA MEWARE COGNITIVE PLATFORM

2019.10.29 **BRAND-NEWS.IT**

GRUPPO DIGITOUCH PRESENTA LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER

2019.10.29 **BRAND-NEWS.IT VIP**

GRUPPO DIGITOUCH PRESENTA LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER

2019.10.29 **ENGAGE.IT**

GRUPPO DIGITOUCH, NUOVA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER

2019.10.29 **MARKETINSIGHT.IT**

DIGITOUCH (AIM) PRESENTA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING AL FORUM RETAIL

2019.10.29 **MEDIAKEY.TV**

GRUPPO DIGITOUCH AL FORUM RETAIL PER PRESENTARE LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER E BASATA SULLA MEWARE COGNITIVE PLATFORM

2019.10.29 **TGCOM24.MEDIASET.IT**

DIGITOUCH: PARTECIPA AL FORUM RETAIL

2019.10.29 **YOUMARK.IT**

GRUPPO DIGITOUCH AL FORUM RETAIL PER PRESENTARE LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER E BASATA SULLA MEWARE COGNITIVE PLATFORM

2019.10.29 **IT.ADVFN.COM**

DIGITOUCH: PARTECIPA AL FORUM RETAIL

Aziende DigiTouch presenta al Forum Retail la sua soluzione di Deep Learning

Aziende Gruppo DigiTouch, al Forum Retail per presentare la sua nuova soluzione di Deep Learning

Il Forum Retail ha preso il via ieri, e il Gruppo DigiTouch ha deciso di utilizzare l'evento come volano per la presentazione della nuova soluzione di Deep Learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware.

L'INCREMENTO DEGLI INVESTIMENTI IN AI

Secondo un'analisi condotta da IDC, gli investimenti delle aziende a livello mondiale triplicheranno entro il 2022, raggiungendo quota 78 miliardi di dollari. A trainare il trend di crescita in Europa sarà il comparto retail, particolarmente interessato a queste innovazioni per efficientare con sistemi automatizzati la gestione clienti e non solo. Proprio di questa evoluzione del mondo del retail, che si sta reinventando ponendo il consumatore al centro del phygital, si è parlato nella sessione plenaria di

La struttura si propone alle aziende come punto di partenza per l'attivazione di modelli predittivi e per garantire loro un vantaggio competitivo. Lo strumento, presentato all'evento, è stato messo a punto pensando alle company del mondo del retail e si basa sulla piattaforma Meware Cognitive Platform



apertura, nella quale è intervenuto fra gli altri anche Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch, spiegando come la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi possano creare un volano per la crescita delle aziende retail.

GLI EFFETTI SUL LA CUSTOMER JOURNEY

Il customer journey è cambiato molto dall'avvento di internet ad oggi e in parallelo si è rinnovata la strategia di marketing. Questa, in-

fatti, si è evoluta sempre più verso un modello di marketing data-driven e customer-centric, nel quale omnicanalità, experience design, business analytics e machine learning giocano un ruolo chiave, permettendo alle aziende di andare oltre il semplice tracking e monitoraggio del comportamento dei consumatori. Grazie a questi pilari i retailer possono oggi spingersi nella comprensione profonda e integrata della propria customer base per implementare modelli predittivi, in grado di anticipare i com-

portamenti futuri. Sta alle aziende prepararsi per cogliere questa opportunità, facilitando una rivoluzione interna e di business.

LA NECESSITÀ DI STRUMENTI AL PASSO CON I TEMPI

"In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni. In questa sfida il Deep Learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno modelli predittivi, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo. Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning pensata ad hoc per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri. Siamo lieti di poter presentare tale soluzione in questa importante kermesse di settore", dichiara Simone Ranucci Brandimarte, Presidente, Gruppo DigiTouch.





Home > Segmenti > AIM > DigiTouch (AIM) – “Partner ideale per le aziende retail che investono nella...

AIM | Analisi e Approfondimenti | Tecnologia

DIGITOUCH (AIM) – “PARTNER IDEALE PER LE AZIENDE RETAIL CHE INVESTONO NELLA BUSINESS INTELLIGENCE”

30/10/2019 8:29

Nel corso del **Forum Retail 2019** di Milano il Gruppo DigiTouch ha presentato la propria soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri.



“L’evoluzione del mercato retail sta progressivamente annullando la distinzione tra utenti digitali e tradizionali, determinando un nuovo paradigma di customer journey integrato e omnicanale, caratterizzato da molteplici touchpoint (store, digital, voice, chatbot, telefono) online e offline”, spiega il Presidente del Gruppo DigiTouch, Simone Ranucci Brandimarte.

“In tale contesto, la business analytics e la business intelligence rivestono un ruolo centrale: a vincere non è più solo chi ha l’offerta, i prodotti e il marketing migliori ma chi, allo stesso tempo, investe nel tracking, nei sistemi di misurazione e nell’attivazione di modelli

predittivi migliori. Non basta più monitorare i singoli touchpoint del customer journey ma diventa necessario implementare un’architettura di business intelligence per analizzare e prevedere il business”.

Alla luce di ciò, prosegue Ranucci, “le imprese dovranno applicare in misura sempre maggiore dei modelli di machine learning, software basati sull’intelligenza artificiale e sull’apprendimento in grado non solo di mappare i dati ma anche di sfruttarli per anticipare i comportamenti futuri dei consumatori”.

L’ulteriore evoluzione porterà ad “un approccio basato su modelli di deep learning, che

Lettera all'Investitore:

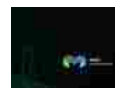


23/10/2019



RELATECH (AIM) – SCOMMETTE SU M&A E REPLATFORM

16/10/2019



MAPS – SOLUZIONI REPLICABILI E M&A PER CRESCERE NELLA DIGITAL TRANSFORMATION

14/10/2019

Company Insight:



29/10/2019



HEALTH ITALIA – SPINGE SULLO SVILUPPO CON RILEVANTI INVESTIMENTI

28/10/2019



MONDO TV FRANCE – FOCUS SU CONCEPT DURATURI E VANTAGGI DEL MERCATO FRANCESE

25/10/2019

Editoriali:

sfruttano le reti neurali per un apprendimento ancora più rapido e guidato da condizioni sia esogene sia endogene", quindi da segnali di input provenienti dall'uomo ma anche estratti dall'esperienza e dal contesto in cui i modelli vengono applicati.

"Il futuro del business intelligence è il deep learning", ribadisce Ranucci, "perché non solo permette di ottenere le risposte a specifiche domande ma fornisce anche un vero e proprio cruscotto per ottimizzare il business". Per questo, aggiunge il presidente, "tutte le aziende dovranno investire in piattaforme tecnologiche per gestire l'infrastruttura dei dati, creare modelli econometrici e adottare software di machine learning e deep learning in grado di analizzare efficacemente il business".

Ricordiamo che, secondo un'analisi condotta da IDC, gli investimenti worldwide in intelligenza artificiale, machine learning e cognitive computing triplicheranno entro il 2022, sfiorando i 78 miliardi di dollari. A trainare il trend di crescita in Europa sarà proprio il comparto retail, particolarmente interessato a queste innovazioni per efficientare con sistemi automatizzati la gestione clienti e non solo.

Il gruppo DigiTouch, tramite l'acquisizione di Meware e le sinergie derivanti da tale operazione, ha pertanto sviluppato una piattaforma di machine learning specifica per il mercato retail. In questo modo, afferma il Chairman, "non solo diamo ai grandi retailer l'infrastruttura tecnologica necessaria per gestire le loro attività di business analytics e i big data, ma creiamo anche modelli verticali su singoli settori per mappare il business nella sua integrità o parti specifiche dello stesso".

Inoltre, prosegue il Presidente, "siamo sostanzialmente in grado di implementare software di machine e deep learning e aiutiamo i retailer a creare la modellistica e tutta la struttura di intelligence e apprendimento di dati. Nell'implementazione possiamo offrire la nostra piattaforma, la Cognitive Platform, oppure sfruttare piattaforme terze, come ad esempio Sas".



Grazie alla propria offerta tecnologica integrata e all'esperienza nel campo della digital transformation, "DigiTouch ha le carte in regola per porsi come partner ideale nei confronti delle medie e grandi aziende retail omnicanali che nel prossimo futuro dovranno investire in business intelligence, nella modellizzazione della loro architettura dati e nella gestione tecnologica dei machine learning". Rispetto ai concorrenti, inoltre, il Gruppo milanese può contare su "un'offerta snella, veloce, integrata con soluzioni terze e incentrata su un background consumer-oriented", sostiene Ranucci.

Per questo, conclude il Presidente, "la parte di marketing intelligence e deep learning si integra nella business unit del data management e avrà un peso crescente nel prossimo piano industriale, a cui lavoreremo a partire dalla fine di quest'anno", a dimostrazione del fatto che il Gruppo intende posizionarsi sempre più come una Full Digital Platform Company sul mercato nazionale e, nel prossimo futuro, europeo.

AZIENDE DigiTouch

POLITICHE FISCALI E MONETARIE - COME DOSARLE ALLA LUCE DEI RECENTI MOTI DI PIAZZA

25/10/2019



BANCHE CENTRALI E QE - IL PUNTO DI PARTENZA E DI ARRIVO

21/10/2019



FED E TRADE WAR - COSA È CAMBIATO IN POCHE ORE

14/10/2019

Analisi Tecnica:

ANALISI TECNICA - ACEA: IMBRIGLIATA IN UN CANALE DISCENDENTE DI BREVE PERIODO

29/10/2019



ANALISI TECNICA - CAMPARI: QUADRO GRAFICO ANCORA NEGATIVO NEL MEDIO PERIODO

28/10/2019



ANALISI TECNICA - AZIMUT: SI PREPARA A RIVEDERE I TOP DEL 2018

25/10/2019

Analisi e Approfondimenti:

DIGITOUCH (AIM) "PARTNER IDEALE PER LE AZIENDE RETAIL CHE INVESTONO NELLA BUSINESS INTELLIGENCE"

30/10/2019



SICIT GROUP (AIM) - "ENORME INTERESSE VERSO IL NOSTRO MODELLO DI CIRCULAR ECONOMY ALL'AIM CONFERENCE"

29/10/2019

DEDICATA AI RETAILER E BASATA SULLA MEWARE COGNITIVE PLATFORM

GRUPPO DIGITOUCH AL FORUM RETAIL PER PRESENTARE LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING

Il Gruppo DigiTouch, Full Digital Platform Company quotata sul mercato AIM Italia, è protagonista in questi due giorni al Forum Retail, la kermesse di riferimento del settore, in scena a Milano presso Superstudio Più. L'evento offre al gruppo l'occasione per presentare la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics. Crescono in modo vertiginoso gli investimenti delle aziende in intelligenza artificiale, machine learning e cognitive computing. Secondo un'analisi condotta da IDC, gli investimenti delle aziende a livello mondiale triplicheranno entro il 2022, raggiungendo quota 78 miliardi di dollari. A trainare il trend di crescita in Europa sarà il comparto retail, particolarmente interessato a queste innovazioni per efficientare con sistemi automatizzati la gestione clienti e non solo. Proprio di questa evoluzione del mondo del retail, che si sta reinventando ponendo il consumatore al centro del phygital, si parlerà nella sessione plenaria di apertura, nella quale interverrà fra gli altri anche **Simone Ranucci Brandimarte**, Presidente del Gruppo DigiTouch, spiegando come la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi possano creare un volano per la crescita delle aziende retail. «In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni. In questa sfida il deep learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno modelli predittivi, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo. Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning pensata ad hoc per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti

del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri. Siamo lieti di poter presentare tale soluzione in questa importante kermesse di settore», dichiara Ranucci Brandimarte. Il gruppo è presente all'evento anche con una postazione in area espositiva (stand G1) dove i visitatori potranno approfondire l'offerta del Gruppo e provare con una demo due piattaforme proprietarie del Gruppo: Purple X, per verificare l'efficienza di un sito e-commerce, e la iEGP, Enterprise Gamification Platform, per provare a costruire un modello di gamification aziendale finalizzato all'incremento di loyalty, retention e produttività.



SIMONE RANUCCI BRANDIMARTE



IL GRUPPO DIGITOUCH PRESENTA AL FORUM RETAIL LA SOLUZIONE DI DEEP BASATA SULLA MEWARE COGNITIVE PLAT

La company è stata protagonista alla kermesse, in scena a Milano il 29 ottobre, con l'esposizione della sua tecnologia realizzata per le aziende retail, grazie alla sinergia con Meware. Il Presidente del gruppo, Simone Ranucci Brandimarte, è intervenuto nella sessione plenaria, spiegando la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi per le imprese.

Il Gruppo DigiTouch, Full Digital Platform Company, è stato protagonista in questi due giorni al Forum Retail, la kermesse di riferimento del settore, in scena a Milano presso Superstudio Più. L'evento ha offerto al Gruppo l'occasione per presentare la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics.

Crescono in modo vertiginoso gli investimenti delle aziende in intelligenza artificiale, machine learning e cognitive computing. Secondo un'analisi condotta da IDC, gli investimenti delle aziende a livello mondiale triplicheranno entro il 2022, raggiungendo quota 78 miliardi di dollari. A trainare il trend di crescita in Europa sarà il comparto retail, particolarmente interessato a queste innovazioni per efficientare con sistemi automatizzati la gestione clienti e non solo.

Proprio di questa evoluzione del mondo del retail, che si sta reinventando ponendo il consumatore al centro del phygital, si è parlato nella sessione plenaria di apertura, nella quale è intervenuto fra gli altri anche Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch, spiegando come la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi possano creare un volano per la crescita delle aziende retail.

Il customer journey è cambiato molto dall'avvento di internet ad oggi e in parallelo si è rinnovata la strategia di marketing. Questa, infatti, si è evoluta sempre più verso un modello di marketing data-driven e customer-centrico, nel quale omnicanalità, experience design, business analytics e machine learning giocano un ruolo chiave, permettendo alle aziende di andare oltre il semplice tracking e monitoraggio del comportamento dei consumatori. Grazie a questi pillar i retailer possono oggi spingersi nella comprensione profonda e integrata della propria customer base per implementare modelli predittivi, in grado di anticipare i comportamenti futuri. Sta alle aziende prepararsi per cogliere questa opportunità, facilitando una rivoluzione interna e di business.

«In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni. In questa sfida il deep learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno modelli predittivi, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo. Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning pensata ad hoc per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri. Siamo lieti di poter presentare tale soluzione in questa importante kermesse di settore», ha dichiarato Simone Ranucci Brandimarte, Presidente, Gruppo DigiTouch.

Il Gruppo era presente all'evento anche con una postazione in area espositiva (stand G1) dove i visitatori hanno potuto approfondire l'offerta del Gruppo e provare con una demo due piattaforme proprietarie del Gruppo: Purple X, per verificare l'efficienza di un sito e-commerce, e la iEGP, Enterprise Gamification Platform, per provare a costruire un modello di gamification aziendale finalizzato all'incremento di loyalty, retention e produttività.

CB

BRANDNEWS

BRAND ▾

PLAYER ▾

COMUNICAZIONE ▾

MARKETING ▾

MEDIA ▾

GARE

INTELLIGENCE ▾

Q



BRAND NEWS > PLAYER > AGENZIE >

GRUPPO DIGITOUCH PRESENTA LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER

29 Ottobre 2019

FREE AGENZIE

First
Share Share on Share on Share on

+

Il gruppo presenta al Forum Retail di Milano la nuova soluzione realizzata grazie alla sinergia con Meware

Il Gruppo DigiTouch presenta al Forum Retail la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics.

Dell'evoluzione del mondo del retail, che si sta reinventando ponendo il consumatore al centro del phygital, si parlerà nella sessione plenaria di apertura, nella quale interverrà fra gli altri anche Simone Ranucci Brandimarte, presidente del Gruppo DigiTouch, spiegando come la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi possano creare un volano per la crescita delle aziende retail.

Altre categorie

In evidenza



1

LA BRAND BRAVERY È ANCHE QUESTIONE DI ORGANIZZAZIONE, AGILITÀ E VISIONE A LUNGO TERMINE

10 Ottobre 2019



2

BAROMETER&SENTIMENTI INVESTIMENTI A SETTEMBRE PEGGIORI RISPETTO AD AGOSTO. SULLA TV PESA LA PERDITA DEL BETTING. BENE WEB E RADIO

30 Settembre 2019



3

DAL WEB ALLA TV: MYVISTO FIRMA IL NUOVO SPOT DI MASTRI BIRRAI UMBRI

*Simone Ranucci Brandimarte*

Il Gruppo punta a diventare il partner di riferimento per le aziende che vogliono sfruttare il deep learning al fine di attivare modelli predittivi e garantirsi un vantaggio competitivo.

«In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni. In questa sfida il deep learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno modelli predittivi, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo. Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning pensata ad hoc per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri. Siamo lieti di poter presentare tale soluzione in questa importante kermesse di settore», dichiara Simone Ranucci Brandimarte, Presidente, Gruppo DigiTouch.

Il Gruppo è presente all'evento anche con una postazione in area espositiva (stand G1) dove i visitatori potranno approfondire l'offerta del Gruppo e provare con una demo due piattaforme proprietarie del Gruppo: Purple X, per verificare l'efficienza di un sito e-commerce, e la iEGP, Enterprise Gamification Platform, per provare a costruire un modello di gamification aziendale finalizzato all'incremento di loyalty, retention e produttività.

Tags: Gruppo DigiTouch, Simone Ranucci Brandimarte

First
Share

f Share on

t Share on

g+ Share on



Related posts

02 Settembre 2019



SCARICA
BRAND NEWS
SPECIALE
AFTER
CANNES 2019

4

08 Luglio 2019



BAROMETER&SENTIMENT
SI ACCENTUA
LA FLESSIONE
DEGLI
INVESTIMENTI
PUBBLICITARI
NEL PRIMO
SEMESTRE. E
PER FINE
ANNO LE
STIME SONO
NEGATIVE

5

28 Giugno 2019

GRUPPO DIGITOUCH PRESENTA LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER

Il gruppo presenta al Forum Retail di Milano la nuova soluzione realizzata grazie alla sinergia con Meware. Il Gruppo DigiTouch presenta al Forum Retail la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics.

Dell'evoluzione del mondo del retail, che si sta reinventando ponendo il consumatore al centro del phygital, si parlerà nella sessione plenaria di apertura, nella quale interverrà fra gli altri anche Simone Ranucci Brandimarte, presidente del Gruppo DigiTouch, spiegando come la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi possano creare un volano per la crescita delle aziende retail.

Simone Ranucci Brandimarte. Il Gruppo punta a diventare il partner di riferimento per le aziende che vogliono sfruttare il deep learning al fine di attivare modelli predittivi e garantirsi un vantaggio competitivo.

«In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni. In questa sfida il deep learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno modelli predittivi, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo. Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning pensata ad hoc per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri. Siamo lieti di poter presentare tale soluzione in questa importante kermesse di settore», dichiara Simone Ranucci Brandimarte, Presidente, Gruppo DigiTouch.

Il Gruppo è presente all'evento anche con una postazione in area espositiva (stand G1) dove i visitatori potranno approfondire l'offerta del Gruppo e provare con una demo due piattaforme proprietarie del Gruppo: Purple X, per verificare l'efficienza di un sito e-commerce, e la iEGP, Enterprise Gamification Platform, per provare a costruire un modello di gamification aziendale finalizzato all'incremento di loyalty, retention e produttività. Gruppo DigiTouch presenta la soluzione di deep learning dedicata ai retailer ultima modifica: 2019-10-29T16:11:38+00:00 da editorbrand01

[GRUPPO DIGITOUCH PRESENTA LA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING DEDICATA AI RETAILER]

■ AGENZIE ■ TECNOLOGIA

Gruppo DigiTouch, nuova soluzione di Deep Learning dedicata ai retailer

Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, basata su Meware Cognitive Platform

di **Caterina Varpi** 29 ottobre 2019



Simone Ranucci Brandimarte

Dopo il lancio delle nuove soluzioni di [Enterprise Gamification](#) e per l'[analisi dei dati](#), il Gruppo DigiTouch presenta, durante il Forum Retail, la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics, recentemente acquisita dal Gruppo.

Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute,

Ultimi Articoli

■ CAMPAGNE

"Star Wars: L'Ascesa di Skywalker": le campagne e le iniziative speciali per il lancio del film

■ CAMPAGNE

TIM, on air e online lo spot "Operazione Risorgimento Digitale"

■ AGENZIE

Dentsu Aegis Network Italia: tutte le agenzie insieme nella Dentsu House

■ AGENZIE

Google, Carlo D'Asaro Biondo lascia il ruolo di Presidente per le partnership EMEA

■ AGENZIE ■ SOCIAL

Adglow amplia la propria offerta di social advertising con TikTok

■ MEDIA

curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri.

L'intelligenza artificiale e il retail

Crescono in modo vertiginoso gli investimenti delle aziende in intelligenza artificiale, machine learning e cognitive computing. Secondo un'analisi condotta da IDC, gli investimenti delle aziende a livello mondiale triplicheranno entro il 2022, raggiungendo quota 78 miliardi di dollari. A trainare il trend di crescita in Europa sarà il comparto retail, particolarmente interessato a queste innovazioni per efficientare con sistemi automatizzati la gestione clienti e non solo.

Proprio di questa evoluzione del mondo del retail, che si sta reinventando ponendo il consumatore al centro del phygital, si parlerà nella sessione plenaria di apertura dell'evento, nella quale interverrà fra gli altri anche **Simone Ranucci Brandimarte**, Presidente del Gruppo DigiTouch, spiegando come la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi possano creare un volano per la crescita delle aziende retail.

Il customer journey è cambiato molto dall'avvento di internet ad oggi e in parallelo si è rinnovata la strategia di marketing. Questa, infatti, si è evoluta sempre più verso un modello di marketing data-driven e customer-centrico, nel quale omnicanalità, experience design, business analytics e machine Learning giocano un ruolo chiave, permettendo alle aziende di andare oltre il semplice tracking e monitoraggio del comportamento dei consumatori. Grazie a questi pillar i retailer possono oggi spingersi nella comprensione profonda e integrata della propria customer base per implementare modelli predittivi, in grado di anticipare i comportamenti futuri. Sta alle aziende prepararsi per cogliere questa opportunità, facilitando una rivoluzione interna e di business.

“In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di **integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni**. In questa sfida il deep learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno **modelli predittivi**, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo. Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning pensata ad hoc per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri. Siamo lieti di poter presentare tale soluzione in questa importante kermesse di settore”, dichiara Simone Ranucci Brandimarte.

Google, la pubblicità a +17,1% a 33,9 miliardi di dollari. Ma gli utili deludono

■ AGENZIE

Azerion acquisisce il 100% di Zoomin e si rafforza nel comparto del video digitale

■ CAMPAGNE

La software house italiana Intré festeggia i 20 anni con un nuovo payoff

■ MEDIA

Spotify, la pubblicità cresce del 20% nel terzo trimestre 2019

■ PROGRAMMATIC ITALIA

Integral Ad Science ha un nuovo Chief Customer Officer: Adrian D'Souza

RICEVI GRATUITAMENTE LA NOSTRA NEWSLETTER

Nome *

Cognome *

Azienda *

Email *

DIGITOUCH (AIM) – PRESENTA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING AL FORUM RETAIL

29/10/2019 9:11

Il Gruppo DigiTouch è tra i protagonisti dell'evento Forum Retail 2019 di Milano, nel corso del quale presenta la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma **Meware Cognitive Platform**, realizzata grazie alla sinergia con l'azienda di progettazione e realizzazione di business analytics Meware.

"In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni", spiega Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch.

"In questa sfida il deep learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno modelli predittivi, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo", prosegue il Presidente. "Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning ad hoc per le aziende del retail. Una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri".

Il Gruppo DigiTouch punta a diventare il partner di riferimento per le aziende che vogliono sfruttare il deep learning, in un contesto nel quale, secondo un'analisi condotta da IDC, gli investimenti worldwide in intelligenza artificiale, machine learning e cognitive computing triplicheranno entro il 2022, sfiorando i 78 miliardi di dollari. A trainare il trend di crescita in Europa sarà proprio il comparto retail, particolarmente interessato a queste innovazioni per efficientare con sistemi automatizzati la gestione clienti e non solo.

Il customer journey è cambiato molto dall'avvento di internet ad oggi e in parallelo si è rinnovata la strategia di marketing. Questa, infatti, si è evoluta sempre più verso un modello di marketing data-driven e customer-centrico, nel quale omnicanalità, experience design, business analytics e machine learning giocano un ruolo chiave,

Lettera all'Investitore:



23/10/2019

**RELATECH (AIM) – SCOMMETTE SU M&A E REPLATFORM**

16/10/2019

**MAPS – SOLUZIONI REPLICABILI E M&A PER CRESCERE NELLA DIGITAL TRANSFORMATION**

14/10/2019

Company Insight:



29/10/2019

**HEALTH ITALIA – SPINGE SULLO SVILUPPO CON RILEVANTI INVESTIMENTI**

28/10/2019

**MONDO TV FRANCE – FOCUS SU CONCEPT DURATURI E VANTAGGI DEL MERCATO FRANCESE**

25/10/2019

Editoriali:

permettendo alle aziende di andare oltre il semplice tracking e monitoraggio del comportamento dei consumatori.

Grazie a questi pillar i retailer possono oggi spingersi nella comprensione profonda e integrata della propria customer base per implementare modelli predittivi, in grado di anticipare i comportamenti futuri. Sta alle aziende prepararsi per cogliere questa opportunità, facilitando una rivoluzione interna e di business.

AZIENDE Digitouch

👍 Mi piace 0



ARTICOLI CORRELATI



DIGITOUCH (AIM) – PRESENTA SOLUZIONE DI DEEP LEARNING AL FORUM RETAIL



TECNOLOGIA AIM (+0,5%) – OTTAVA BRILLANTE PER DBA GROUP (+18,4%)



TECNOLOGIA AIM (+0,0%) – VETRYA (+2,2%) IN TESTA AL SETTORE



BANCHE CENTRALI E QE – IL PUNTO DI PARTENZA E DI ARRIVO

21/10/2019



FED E TRADE WAR – COSA È CAMBIATO IN POCHE ORE

14/10/2019

Analisi Tecnica:



ANALISI TECNICA – AZIMUT: SI PREPARA A RIVEDERE I TOP DEL 2018

25/10/2019



ANALISI TECNICA – SAIPEM: GRAN RIMBALZO AL TEST DELLE MEDIE MOBILI

24/10/2019

Analisi e Approfondimenti:



AVIO – GRANDE INTERESSE ALLA STAR CONFERENCE PER IL RITORNO AL VOLO DI VEGA E L'ARRIVO DI VEGA C

28/10/2019



CAMERA SERVICE GROUP

www.cameraservicegroup.it



Login

[Home](#) [Testate](#) [News](#) [Awards](#) [Video](#) [Operatori](#) [Shop](#) [Il Gruppo](#) [Contatti](#) [Area Utenti](#)[Job opportunities](#)

Leggi news

[mediakey.tv](#) » [News](#) » [Leggi news](#)[► Newsletter](#)[► Archivio News](#)

Gruppo DigiTouch al Forum Retail per presentare la soluzione di Deep Learning dedicata ai retailer e basata sulla Meware Cognitive Platform



Il Gruppo DigiTouch, Full Digital Platform Company quotata sul mercato AIM Italia, è protagonista in questi due giorni al Forum Retail, la kermesse di riferimento del settore, in scena a Milano presso Superstudio Più. L'evento offre al Gruppo l'occasione per presentare la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform,

realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics.

Crescono in modo vertiginoso gli investimenti delle aziende in intelligenza artificiale, machine learning e cognitive computing. Secondo un'analisi condotta da IDC, gli investimenti delle aziende a livello mondiale triplicheranno entro il 2022, raggiungendo quota 78 miliardi di dollari. A trainare il trend di crescita in Europa sarà il comparto retail, particolarmente interessato a queste innovazioni per efficientare con sistemi automatizzati la gestione clienti e non solo.

Proprio di questa evoluzione del mondo del retail, che si sta reinventando ponendo il consumatore al centro del phygital, si parlerà nella sessione plenaria di apertura, nella quale interverrà fra gli altri anche Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch, spiegando come la business analytics, il machine learning e i modelli predittivi possano creare un volano per la crescita delle aziende retail.

Il customer journey è cambiato molto dall'avvento di internet ad oggi e in parallelo si è rinnovata la strategia di marketing. Questa, infatti, si è evoluta sempre più verso un modello di marketing data-driven e customer-centrico, nel quale omnicanalità, experience design, business analytics e machine learning giocano un ruolo chiave, permettendo alle aziende di andare oltre il semplice tracking e monitoraggio del comportamento dei consumatori. Grazie a questi pillar i retailer possono oggi spingersi nella comprensione profonda e integrata della propria customer base per implementare modelli predittivi, in grado di anticipare i comportamenti futuri. Sta alle aziende prepararsi per cogliere questa opportunità, facilitando una rivoluzione interna e di business.

«In un'era guidata dai dati, in cui il consumatore si mostra sempre più esigente e selettivo, diventa fondamentale per le aziende dotarsi di strumenti in grado di integrare, analizzare e valorizzare tutte le informazioni. In questa sfida il deep learning rappresenta l'asso nella manica. Le aziende che si prepareranno e implementeranno modelli predittivi, si guadagneranno un grande vantaggio competitivo. Da sempre al fianco delle aziende per accompagnarle nel processo di digital transformation, il nostro Gruppo ha creato una soluzione di deep learning pensata ad hoc per le aziende del retail e basata sulla Meware Cognitive Platform. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del Gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri. Siamo lieti di poter presentare tale soluzione in questa importante kermesse di settore», dichiara Simone Ranucci Brandimarte, Presidente, Gruppo DigiTouch.

Il Gruppo è presente all'evento anche con una postazione in area espositiva (stand G1) dove i visitatori potranno approfondire l'offerta del Gruppo e provare con una demo due piattaforme proprietarie del Gruppo: Purple X, per verificare l'efficienza di un sito e-commerce, e la iEGP, Enterprise Gamification Platform, per provare a costruire un modello di gamification aziendale finalizzato all'incremento di loyalty, retention e produttività.

📅 29/10/2019 | 📍 Eventi, sponsorship

Indietro

in condividi

🐦 tweet

f condividi

Sitemap

Home	Testate	News
Awards	Video	Operatori
Shop	Il Gruppo	Contatti
Area Utenti	Job	Privacy

Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

Iscriviti

Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano

☎ +39 02.52.20.37.1

📠 +39 02.55.21.30.37

✉ info@mediakey.it

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per gestire e migliorare la tua esperienza di navigazione. Cliccando Accetta acconsenti al loro uso. Per maggiori informazioni su come utilizziamo i cookie e su come rimuoverli, consulta la nostra. - [Informazione sui cookie](#) - [gestione dei cookie](#)

Accetta

TgCom24

Sportmediaset

Meteo.it



> Tgcom24 > Economia > News d'agenzia > DigiTouch: partecipa al Forum Retail

Quotazioni Borsa

News d'agenzia

Mf-Dow Jones

Caldissime MF

Focus Ipo

Commenti Borsa

Comm. Borse Estere

Indici Borse estere

Fondi comuni

Euro e valute

Tassi

Fisco

Petrolio

In collaborazione con 

Cerca Titoli

Milano - Azioni *

Invia

Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS

< Indietro

DIGITOUCH: PARTECIPA AL FORUM RETAIL

29/10/2019 11:20

MILANO (MF-DJ)--DigiTouch, Full Digital Platform Company quotata sul mercato Aim Italia, partecipa al Forum Retail, la kermesse di riferimento del settore, in scena a Milano presso Superstudio Piu'. L'evento, spiega una nota, offre al gruppo l'occasione per presentare la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics. com/fus marco.fusi@mfidowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

Strumenti

 Stampa

Condividi 

Invia
Ricerca avanzata News

 Help

Le News piu' lette

1. Salvini riscopre il fascino discreto della borghesia e lo mostra a Porta a Porta 29/10/2019
2. Unicredit, il consenso prevede un utile netto del terzo trimestre a 1 miliardo 29/10/2019
3. Miracolo a Milano, avrà due stadi. Sì a quello nuovo ma il sindaco chiede di salvare San Siro 28/10/2019
4. Poste ai massimi storici. E per Goldman Sachs può salire ancora 22/10/2019
5. A2a: segnale di forza con il breakout di 1,70 euro 14/10/2019

pubblicità



INTERACTIVE

Gruppo DigiTouch al Forum Retail per presentare la soluzione di Deep Learning dedicata ai retailer e basata sulla Meware Cognitive Platform

29 Ottobre 2019



SIMONE RANUCCI BRANDIMARTE, PRESIDENTE GRUPPO DIGITOUCH



Gruppo DigiTouch partecipa in questi due giorni al Forum Retail in scena a Milano presso Superstudio Più. L'evento offre l'occasione per presentare la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics. Si tratta di una piattaforma specializzata in attività di business analytics evolute, curata da un team di professionisti del gruppo che include data scientist, statistici-matematici, informatici ed ingegneri.



Commenti: 0

Ordina per **Meno recenti** ↕



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

ADVFN

Home of the Private Investor

29/10/2019 14:45:54

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

PLUS1

B

Titoli di Stato

Lista Broker

Materie Prime

Forex

Panoramica

Rating

Ricerca Quotazioni

🔍

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

Ann.

Pubblica Il Tuo Inedito
Gruppo Albatros

SCOPRI DI PIÙ

Cari utenti, con la presente per informarvi dell'assenza del supporto clienti fino a Mercoledì 29 Ottobre. Ci scusiamo per il disagio.

Quotazione

Grafico

Book

Ordini

Notizie

Dividendi

Bilanci

Storico

Digitouch (BIT)

BIT:DGT

Ok

Digitouch: partecipa al Forum Retail

Data : 29/10/2019 @ 11:35

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Digitouch (DGT)

Quotazione : + 1.32 0.01 (0.76%) @ 13:15[Quotazione Digitouch](#)[Grafico](#)

Pubblica Il Tuo Libro



Gruppo Albatros

SCOPRI DI PIÙ

Digitouch: partecipa al Forum Retail

DigiTouch, Full Digital Platform Company quotata sul mercato Aim Italia, partecipa al Forum Retail, la kermesse di riferimento del settore, in scena a Milano presso Superstudio Più.

L'evento, spiega una nota, offre al gruppo l'occasione per presentare la soluzione di deep learning messa a punto per le aziende del retail e basata sulla piattaforma Meware Cognitive Platform, realizzata grazie alla sinergia con Meware, azienda di progettazione e realizzazione di business analytics.

com/fus

marco.fusi@mfdowjones.it

(END) Dow Jones Newswires

October 29, 2019 06:20 ET (10:20 GMT)

Copyright (c) 2019 MF-Dow Jones News Srl.

Taggalo in



Ann.



Con i cerchi in lega originali Volkswagen esprimi la tua personalità in ogni dettaglio
Volkswagen Service

SCOPRI DI PIÙ

La tua Cronologia

BIT BMPS Monte-Pasc...	BIT FTSEMIB FTSE Mib	BIT UCG Unicredit	NASDAQ AAPL Apple	FX EURUSD Euro vs Do..
-------------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------