



Dynamitick diventa Premoneo e allarga il proprio raggio d'azione

Dynamitick, startup tecnologica milanese, fondata nel 2016 e partecipata da investitori quali Lventure, Boost Heroes e Wylab, ha annunciato un rebranding, opererà infatti con il nuovo marchio "Premoneo".

In realtà non si tratta solamente di un nuovo nome, ma di una ridefinizione dei confini stessi del business.

La società ha ottenuto buoni risultati commerciali proponendo la sua tecnologia di dynamic pricing, tra le prime in Italia, nel **ticketing e nel travel**, due settori in cui è cresciuta molto in questi anni, ma è evidente che a causa della pandemia il team manageriale abbia dovuto avviare una riflessione su come non essere contagiata dagli effetti dell'impatto coronavirus in quei settori.

"Dynamitick si era già rivelata capace di portare il proprio know-how tecnologico ben oltre il mercato del ticketing. Nonostante il Covid abbiamo deciso di far crescere la società e investire nello sviluppo della nostra tecnologia, per realizzare una piattaforma in grado di essere versatile per l'applicazione su vari mercati" - **ha dichiarato Federico Quarato, CEO di Premoneo** - "Questo ampliamento dei nostri orizzonti di business ci ha convinti a ideare un brand in grado di incarnare più profondamente i nostri valori e un'accresciuta maturità riflettendo meglio il progetto che stiamo portando avanti e gli obiettivi pianificati".

★ DIGITAL EVENT 13 OTTOBRE

Customer experience: tutti i vantaggi offerti dai processi di Digital Identity

CRM Intelligenza Artificiale



Scopri di più

Iscriviti subito!

Un po' di **#covid**, dunque, e un po' di rebranding con l'obiettivo di accompagnare la società nell'evoluzione del proprio business, concretizzatosi in un ampliamento del proprio raggio di azione grazie a un nuovo software di Intelligenza Artificiale che permette ad aziende di diversi mercati di digitalizzare le attività di pricing, forecasting e segmentazione.

Una strategia finalizzata a rispondere all'esigenza delle aziende di reagire in tempi rapidi alle variazioni della domanda e comprendere in tempo reale il comportamento di acquisto dei propri clienti, mettendo a servizio la scienza dei dati per guidare l'operatività quotidiana e le scelte strategiche.

Spiega la società in una nota stampa, che in questa fase del processo evolutivo dell'azienda, *il brand Dynamitick, unione tra Dynamic e Ticketing, non era più adatto a rappresentare una realtà che ha ampliato i suoi mercati di riferimento includendo Retail, Trasporti, Logistica, Banking, Insurance ed Energy e diversificato le sue attività principali.*

Il nuovo brand, Premoneo, richiama, nel suo prefisso, le capacità predittive della tecnologia, e nella radice latina "monéo", concetti chiave delle modalità di affiancamento ai clienti: previsione, avviso, consiglio. L'assonanza con il termine inglese "money", infine, ricorda l'obiettivo principale della società: quello di sostenere la crescita della redditività dei propri clienti.

Share:

