

"DA NIKON A I ROBOT L'OBBIETTIVO È PROPORRE INNOVAZIONE"

Gianluca Barresi, Nital



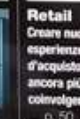
Expert Convention 2014: il futuro è nella relazione con i vendor
p. 22



Accessori: Isola felice del mercato. Ecco l'opinione di GIK e dell'industria
p. 32



Bianco: I prodotti premium sono pronti a conquistare nuovi clienti
p. 70



Retail: Creare nuove esperienze d'acquisto ancora più coinvolgenti
p. 50



60 - IL FUTURO DELL'HI-TECH È AL NOSTRO POLSO

I dispositivi wearable esaltano le funzionalità degli smartphone ma presto saranno in grado di ritagliarsi nuove e originali funzionalità. Ecco il parere dei big del mercato.



58 - MUSICA PER TUTTI. MA DI QUALITÀ!

Ubsound: una startup italiana già pronta a sbarcare in altri quattro Paesi europei. La filosofia è creare prodotti in grado di assicurare un ascolto musicale di alta fedeltà a un prezzo accessibile.

MUSICA PER TUTTI MA DI QUALITÀ!

UBSOUND, UNA STARTUP ORGOGLIOSAMENTE ITALIANA, È GIÀ PRONTA A SBARCARRE IN ALTRI QUATTRO PAESI EUROPEI. LA FILOSOFIA È CREARE PRODOTTI IN GRADO DI ASSICURARE UN ASCOLTO MUSICALE AD ALTA FEDELITÀ A UN PREZZO ACCESSIBILE.

Une nuova voce, tutta italiana la il suo ingresso nel mondo delle cuffie in ear per smartphone, iPhone, tablet, iPad, lettori Mp3, iPod e Pc. È Ubsound, la cui parola d'ordine è qualità. Qualità, per un ascolto di pregio, con massima personalizzazione. Per meglio conoscere l'azienda, i prodotti e la strategia distributiva abbiamo intervistato Clara Profeta, VP Sales & Marketing Director del Gruppo.

Come nascono Ubsound e Fighter il modello che ne accompagna il lancio?
Il primo prodotto di Ubsound sarà la cuffia Fighter, un modello di gamma alta

"L'obiettivo di Ubsound è di offrire a tutti cuffie frutto di ricerca e sviluppo realizzate con i migliori materiali, in grado di assicurare un ascolto di qualità".

Per qualità dei materiali e una avvertita, proposta a 69,90 euro, un prezzo cioè di facile media e accessibile alla maggioranza dei consumatori. L'obiettivo di Ubsound è di offrire la garanzia del suono nell'ascolto musicale. Non si rivolgono solo agli audiotipi ma a tutti coloro che sono affetti di ascoltare Mp3, mp4 e altri formati. In più abbiamo profuso un grande sforzo nella cura realizzativa cercando di creare una perfetta sinergia tra design e tecnologia, utilizzando i migliori materiali a disposizione e introducendo soluzioni come il cavo piatto anti-groviglio Flat Wire in grado di rendere l'ascolto delle cuffie ancora più piacevole.

Le vostre cuffie si rivolgono soprattutto ai possessori di smartphone o il vostro obiettivo commerciale è più ampio?

Entro smartphone, ma non solo. Il nostro pubblico spazia dall'elenco di cellulari a quello del tablet, passando per il Pc e per ogni dispositivo compatibile con un raggio da 3,5 mm.

Tuttavia, il fatto che gli inserzioni in dotazione con gli smartphone abbiano una scarsa qualità acustica può rappresentare un vantaggio? Generalmente l'ascoltare presente nelle condizioni degli smartphone sono

CLARA PROFETA
VP Sales & Marketing Director di Ubsound Group, vanta una forte esperienza in Sales & Marketing management per il settore consumer electronics, maturata in ruoli quali Key Account Manager Retail & B2B per Parrot Italia e Sales & Marketing Director per il gruppo Tiscali, fino a raggiungere i vertici aziendali di Ubsound Group nella primavera 2014 con il ruolo di VP Sales & Marketing Director.



La cuffia in ear Fighter, primo modello della gamma prodotti Ubsound.



prevalentemente per parlare al telefono di mani libere e non per ascoltare buona musica. Noi abbiamo lavorato sulla qualità acustica: la forma conica in alluminio permette di avere un'ampia risonanza all'interno dell'orecchio, generando così bassi, medi e acuti, senza trascurare la dolcezza di medi e alti acuti e senza distorsioni".

Come distribuiranno i prodotti della linea Ubsound?

Abbiamo siglato un accordo distributivo in esclusiva per l'Italia con Audiogemma Spa. Insieme a loro porteremo avanti le nostre strategie di lavoro con una forte presenza sia nel reparto Hi-Fi dei negozi indipendenti, sia nei negozi degli e-commerce e nella grande distribuzione specializzata. Guardiamo con interesse anche alle catene del Game Shop, perché il nostro è un prodotto che può essere utilizzato come accessorio per le console portatili, considerando la grande qualità audio che assicura.

Dopo Fighter vedremo altri modelli della gamma Ubsound?

L'idea è di sviluppare una linea audio, composta sia da cuffie in ear sia da modelli over-ear. Nell'arco del 2014 uscirà un altro prodotto: per l'anno prossimo la gamma si arricchirà ulteriormente. Siamo lavorando sulla ricerca e lo sviluppo per continuare a offrire materiali di qualità abbinate a un nuovo approvvigionamento.

Quanto costa il marketing nel mondo dell'audio?

Strettamente molto, ma non è l'ultima linea. C'è anche quello dell'investimento in ricerca e sviluppo, una strada che abbiamo scelto di percorrere. Siamo convinti che chi utilizza queste cuffie sarà il nostro migliore cliente.

Ubsound nasce in Italia ma quali sono i progetti di crescita?

L'obiettivo è di lanciare i nostri prodotti in Spagna, Francia, Germania e Inghilterra. Crediamo che il brand possa fare spazio nel canale audio, grazie alla qualità dei prodotti e a un business model strategico ed innovativo. Nel 2015 ci aspettiamo per essere sorprese.

Clara Profeta, Ubsound