**Modello intervista a Marco Righetti, Founder e CEO di iUP**

**Ultimo aggiornamento: gennaio 2021**

Se pensate che nel mondo dei contenuti per smartphone non vi sia più nulla da scoprire, sappiate che vi sbagliate. Esistono ancora degli ambiti che risultano parzialmente inesplorati, ma che con la ricerca e la sperimentazione possono evolversi, aprendo l’utilizzo dei nostri smartphone verso nuove possibilità.

Tra questi, ci racconta Marco Righetti, fondatore di iUP, ci sono i messaggi audio. Infatti, pur essendo entrati nell’uso quotidiano di miliardi di persone in tutto il mondo, ad oggi restano delle semplici registrazioni della voce senza alcuna possibilità di personalizzazione. Da qui è nata l’intuizione di 2REC, un’app che rivoluziona questo vecchio paradigma, introducendo un livello di personalizzazione che trasforma completamente l’idea che oggi abbiamo dei messaggi vocali.

**Ciao Marco, come è iniziata l’avventura di iUP?**

iUP nasce nel giugno 2018 ma, come per altre startup, c’è stata una fase di attività precedente alla costituzione. In questo frangente prima io e successivamente Daniele, l’altro co-founder operativo, siamo stati impegnati nello studio e nell’analisi del mercato di riferimento. Per prepararci meglio ad un passo così importante come l’avvio di un’impresa, abbiamo maturato le prime concrete esperienze nello sviluppo di progetti strutturati e creato un network di professionisti che poi avrebbero avuto un ruolo nell’attività.

A fine gennaio 2020 abbiamo concluso con successo un round di fundraising grazie all’apporto di un prestigioso investitore il quale, nonostante i mercati iniziassero a intravedere le incertezze dovute all’emergenza Coronavirus, ha comunque creduto nel grande potenziale del progetto, e non solo mettendoci a disposizione nuove risorse economiche, ma anche consentendoci di usufruire della sua preziosa e vasta rete di professionisti e conoscenze.

**Come prosegue la vostra storia?**

A seguito della vittoria come migliore startup nel bando “Incubatore d’impresa 2018”, promosso dalla Camera di Commercio di Como e da ComoNExT, abbiamo stabilito la nostra sede operativa a Lomazzo (Como) presso il Parco Scientifico Tecnologico ComoNExT, un incubatore certificato dal MiSE che agisce sul nostro territorio come punto di riferimento per tutte le aziende innovative.

Abbiamo superato per due volte consecutive le selezioni per il “Global Startup Program”, un’ambita iniziativa del Ministero dello Sviluppo Economico, promossa sul territorio nazionale, alla quale partecipano centinaia di startup. Questo nel 2019 ci ha permesso di partecipare ad un percorso di accelerazione di tre mesi in Silicon Valley presso l’headquarter del Plug & Play Tech Center, uno degli accelerator hub più rinomati al mondo, mentre a partire da maggio 2021 vivremo un nuovo periodo di incubazione, sempre negli Stati Uniti, presso l’acceleratore “Mind The Bridge”.

Inoltre, l’ICE (l’Agenzia per la Promozione e l’Internazionalizzazione delle Imprese Italiane), ci ha chiamato ben due volte a rappresentare l’innovazione italiana di settore al “Mobile World Congress” di Barcellona, la più importante fiera della tecnologia mobile al mondo. Dopo l’edizione 2020 (purtroppo annullata a seguito dell’emergenza sanitaria legata al Coronavirus) iUP il prossimo giugno parteciperemo all’edizione 2021. Sempre in collaborazione con l’ICE abbiamo preso anche parte alla GITEX Future Stars di Dubai, il principale evento per le aziende IT in Medio Oriente e Sud Asia, ed al CES Las Vegas 2020, l'evento tecnologico più influente al mondo.

In entrambe le occasioni abbiamo avuto la possibilità di presentare il progetto 2REC ad un pubblico internazionale, conoscere partner ed incontrare tante altre startup, professionisti, innovatori ed esperti del mondo tech.

**Raccontaci della Silicon Valley: che esperienza è stata?**

Fondamentale direi, sotto molti punti di vista: in primis, perché abbiamo avuto la possibilità di conoscere, direttamente nella terra che ha dato vita alla digital technology, le dinamiche del mercato americano, che, sostanzialmente in ogni ambito tecnologico, sono un modello per tutto il mondo. In secondo luogo, abbiamo avuto la possibilità di confrontarci con decine di giovani e brillanti imprenditori, con i quali abbiamo discusso e approfondito la nostra idea e la nostra visione. Circostanza, questa, che ci ha consentito di ottenere numerosi feedback, fra cui molti apprezzamenti e, come prevedibile, anche alcune critiche. Il confronto si è poi esteso in tutti gli altri ambiti che costituiscono la crescita e l’affermazione di una startup: dalle strategie di lancio sul mercato alla promozione marketing, la ricerca di collaboratori fino alla gestione da remoto di un team internazionale.

È stato poi utile, oltre che estremamente emozionante, incontrare alcune delle più importanti digital corporates del mondo che hanno tutte almeno una sede nella Silicon Valley. Potrà sembrare strano, ma non è difficile riuscire a sedersi al tavolo con i manager di uno di questi colossi dell’IT e discutere della tua idea di business. Certo, bisogna essere capaci di catturare la loro attenzione e incuriosirli, ma sono persone con una mentalità molto aperta e costantemente alla ricerca di nuove soluzioni. Nello specifico, io ho avuto la possibilità di confrontarmi, fra gli altri, con manager di Google e Facebook.

Da non sottovalutare, il valido network che si è venuto a creare fra le aziende partecipanti al “Global Startup Program”, in particolare con le otto con le quali abbiamo condiviso fianco a fianco l’avventura in Silicon Valley e con cui si è formato un gruppo molto affiatato e aperto, dove raccogliere informazioni, proposte e consigli.

**Che influenza ha avuto quest’esperienza sulla visione del progetto 2REC?**

Durante la permanenza al Plug and Play Tech Center siamo stati quotidianamente seguiti da tutor e mentor di straordinaria competenza ed esperienza che ci hanno aiutato ad osservare il progetto 2REC da una nuova angolazione, consentendoci così di perfezionare le nostre strategie di sviluppo e individuare i primi obiettivi sui quali concentrarsi.

In Silicon Valley abbiamo capito che c’è molto di vero nell’iconico immaginario che la descrive come “la terra dei grandi progetti” dove tutti sembrano seguire il motto “Do it big, or don’t do it at all”. È una filosofia che sposiamo in pieno: fin dall’inizio, infatti, il nostro approccio è stato improntato a realizzare la vera essenza di una startup che è in grado di proporre un prodotto innovativo capace di scalare rapidamente. In quest’ottica, la scelta di sviluppare un’app per smartphone non è affatto casuale, perché consente di raggiungere milioni (o perfino miliardi) di persone e avere un impatto sulla loro vita, grande o piccolo che sia. Una possibilità già affascinante di per sé e che comporta inoltre avere a disposizione un mercato immenso.

**Una mission che vi siete prefissati sin dall’inizio.**

La nostra ambizione è sempre stata quella di creare servizi che potessero interessare e aiutare il maggior numero di persone possibili, realizzando uno strumento innovativo apprezzato dagli utenti e in grado di migliorare la loro esperienza d’uso degli smartphone.

**Spiegaci meglio il progetto 2REC.**

Quando è nata l’idea di 2REC abbiamo capito che eravamo sulla strada giusta, che avevamo trovato il prodotto perfetto per realizzare in pieno la nostra visione.

Siamo circondati da strumenti dedicati all’editing e alla personalizzazione di contenuti visuali, mentre non abbiamo praticamente nessun servizio che fornisca le stesse possibilità in ambito audio, sebbene i messaggi vocali siano da tempo entrati nell’uso quotidiano di tutti. Eppure il suono ha un ruolo fondamentale nelle nostre vite, soprattutto la voce, che ci permette di interagire con gli altri ed esprime una fortissima componente emotiva, riuscendo a stimolare sensazioni intense ed evocare ricordi profondi.

Da questo “vuoto” è iniziata la nostra sfida: fare in modo che tutti potessero sfruttare al massimo le potenzialità che l’ambito sonoro è in grado di offrire. A noi piace definirla la (R)Evolution dei messaggi vocali.

**In cosa consiste “la nuova era” dei messaggi vocali?**

La (R)Evolution si sviluppa su due percorsi paralleli: il primo lo definiamo “fun”, e vuole riproporre lo stesso livello di gamification che ha raggiunto il contenuto visuale, con il quale tutti possono divertirsi ed esprimersi in maniera unica e creativa, realizzando immagini o personalizzando foto. 2REC offre queste possibilità in ambito vocale, consentendo di inserire filtri sulla voce, basi di sottofondo (musicali o ambientali) e suoni all’interno delle registrazioni (come se fossero delle emoji audio). Immaginate di aver dimenticato un anniversario: adesso, con 2REC, potreste farvi perdonare dalla vostra dolce metà inviando un vocale con una bella canzone romantica come sottofondo. Un papà lontano da casa per lavoro potrebbe far sapere al figlio che non vede l’ora che arrivi il fine settimana per portarlo al cinema a vedere l’ultimo episodio di Guerre Stellari, concludendo il messaggio con l’iconico suono della spada laser. Oppure, un ragazzo potrebbe scegliere un beat trap per invitare gli amici a una festa in un locale.

Con il secondo percorso di innovazione, invece, ci rivolgiamo soprattutto a chi utilizza le note audio nelle attività professionali e di studio, esaltandone le caratteristiche che definiamo “smart”. Proponiamo uno strumento completo e utile nella vita di tutti i giorni che ha varie funzionalità: un servizio rapido e strutturato di archiviazione delle tracce, la conversione delle stesse in testo, immediata e senza limiti, la modifica attraverso un editor multifunzione e l’indispensabile backup su cloud.

I messaggi vocali sono utilizzati quotidianamente in ambito lavorativo perché, è innegabile, sono più comodi e veloci per chi li realizza e meno invasivi di una telefonata per chi li riceve. Ma, ad oggi, vi sono ancora delle lacune che hanno portato molti a stabilirne un rapporto di amore e odio. Per esempio, a chi non è mai capitato di perdere molto tempo scorrendo le conversazioni e ascoltando messaggi alla ricerca di un’informazione importante? Oppure di ricevere un vocale in un momento in cui non è proprio possibile ascoltarlo? Noi abbiamo individuato tutte queste esigenze e sviluppato delle soluzioni per soddisfarle, ottimizzando così l’utilizzo dei messaggi audio.

In aggiunta, le note vocali sono molto pratiche anche per gli appunti personali: organizzare le proprie idee riguardo a un progetto di lavoro, prepararsi per uno speech o una semplice riunione, ricordarsi degli impegni. 2REC introduce possibilità inedite, che non si limitano alla sola registrazione vocale: infatti, a ogni traccia possono essere associate note di testo, immagini e tag. 2REC risulta così uno strumento completo e molto più performante di tante altre applicazioni che permettono di prendere appunti e note.

**Come state comunicando al vostro pubblico i servizi di 2REC?**

Per presentare le due anime del progetto ricorriamo ad un parallelismo con la fantascienza ambientata nello spazio. L’anima “smart”, quella tecnica, performante ed efficiente, viene rappresentata dagli astronauti che, sviluppando strumenti e tecnologie innovative, conquistano nuovi pianeti e aprono la strada ad ulteriori scoperte. La parte “fun”, invece, è raffigurata dagli alieni: arrivano con il loro straordinario e insolito paradigma, che ci stupisce, affascina e diverte. Il contesto dello spazio esprime benissimo quell’idea di infinite possibilità e di libertà assoluta che 2REC vuole rappresentare.

**Qual è il vostro business model?**

Il nostro è un progetto ambizioso, che si rivolge al mercato globale, e che per concretizzarsi deve necessariamente raggiungere il maggior numero di utenti possibile, dai giovanissimi agli adulti.

Per questa ragione, 2REC è stata sviluppata sia per iOS che per Android, viene distribuita gratuitamente e per favorirne la diffusione verrà tradotta in 15 lingue, di cui 5 sono disponibili già dal lancio. Tutto questo coerentemente con la nostra mission, che vuole fare in modo che 2REC abbia un impatto sulla vita di un vasto numero di persone.

D’altra parte, com’è naturale, vogliamo realizzare un progetto che non sia solo sostenibile, ma anche redditizio. In tal senso abbiamo valutato diverse soluzioni, fino a trovare il compromesso migliore.

Il nostro business model prevede che, nella prima fase, i profitti derivino dall’upgrade alla versione PRO e dalla vendita di contenuti “extra”, direttamente acquistabili nello Store interno: un vero e proprio eShop concepito per essere navigato in maniera semplice e veloce.

L’upgrade a 2REC PRO consente di sbloccare e aggiungere servizi destinati ad un uso “smart” dell’applicazione. I contenuti “extra”, invece, vanno ad aggiungersi agli oltre 400 effetti scaricabili gratuitamente, e sono pensati per espandere le potenzialità di personalizzazione e condivisione, e appositamente realizzati da esperti content creator e sound designer.

Successivamente, non appena avremo raggiunto una community di utenti sufficientemente ampia, sfrutteremo il “Reward Marketing”, una modalità di promozione, ormai molto diffusa e dall’efficacia validata, che si contraddistingue per essere meno invasiva e più apprezzata rispetto ai soliti annunci. Il principio base è l’offerta, da parte dell’azienda inserzionista, di un omaggio che l’utente ottiene in cambio della sua attenzione verso un contenuto pubblicitario. Nel nostro caso specifico l’utente, a seguito di un “tap” (che lo indirizza per esempio verso un sito o un profilo social), riceve un credito da utilizzare nello Store per scaricare contenuti aggiuntivi.

Ed il rendimento di questa strategia è tanto più rilevante oggi che stiamo assistendo alla saturazione degli spazi pubblicitari, con l’inevitabile “calo dell’attenzione” da parte dell’audience. Per questo c’è bisogno di fare qualcosa in più per emergere ed avere un impatto significativo agli occhi degli utenti. In questo senso, offrire un “regalo”, così come il Reward Marketing prevede, è sicuramente la carta vincente ed il futuro della pubblicità.

Inoltre, nella declinazione da noi studiata, risulta essere ancora più incisiva. Nella sua applicazione più comune infatti, l’utente (o cliente) viene premiato con dei codici sconto chiaramente utilizzabili solo a fronte di un acquisto all’interno di un e-commerce o di un negozio fisico. La novità che introduce 2REC invece, e che aumenta esponenzialmente l’efficacia di questa tecnica, è che il “premio” viene riconosciuto immediatamente e a priori: l’utente non deve compiere nessun’altra azione e soprattutto non deve spendere nulla. Gli basta un semplice “tap” per avere il suo credito assicurato. Dopodiché, l’azienda partner resta certamente libera di offrire ulteriori sconti, offerte speciali o omaggi, così da incrementare ulteriormente il valore del premio.

**C’è un target di riferimento?**

Considerando che 2REC si offre come prezioso supporto per tutte le app di messaggistica e per tutti i social network, possiamo affermare – in maniera un po’ provocatoria – che ha la possibilità di raggiungere chiunque sia in possesso di uno smartphone.

Grazie al suo approccio “fun” nella creazione dei contenuti, apparentemente rivolto ai giovani ma in realtà pensato per tutti, e grazie alle feature “smart” di gestione delle note audio che estendono il target ai professionisti, 2REC ha la concreta capacità di attrarre persone di tutte le età.

Siamo inoltre convinti di poter stuzzicare l’interesse anche degli utenti solitamente lontani dal mondo dei social network, che non avvertono il bisogno di creare assiduamente dei contenuti personalizzati. D’altronde, chi a Natale non invia un’immagine natalizia agli amici o parenti? E se fosse possibile realizzare un messaggio vocale con la propria voce accompagnata da un jingle natalizio perché non farlo? Oppure perché ad Halloween non simulare la voce di uno zombie per scherzare con i propri amici?

Detto questo, riteniamo che il nostro target principale sia costituito dai giovani, anzi i giovanissimi, con la libertà espressiva unica e divertente che li contraddistingue, sono loro i più propensi all’utilizzo di uno strumento con queste caratteristiche. La nostra speranza è che, come quasi sempre accade per i prodotti digitali di massa, i ragazzi possano fungere da “ariete” nel mercato ed innescare la miccia della viralità, permettendoci quindi con il tempo di arrivare anche agli utenti più maturi.

**In cosa consiste la vostra strategia marketing?**

Il periodo successivo al lancio della versione beta di 2REC lo abbiamo sfruttato anche per condurre molteplici test a livello promozionale, con l’obiettivo di determinare quali fossero le piattaforme, le modalità e i contenuti maggiormente idonei ed efficaci per intensificare la diffusione dell’app. In questo modo abbiamo maturato una visione chiara e precisa di quali debbano essere le strategie per ottenere migliori performance limitando allo stesso tempo gli investimenti.

Particolarmente proficua si è rivelata la promozione all’interno dell’AppStore e Play Store, in quanto, evidentemente, non vi è luogo migliore per pubblicizzare un prodotto se non direttamente all’interno del negozio in cui questo viene venduto.

Parallelamente, e non potrebbe essere altrimenti vista la natura del nostro prodotto, abbiamo sperimentato campagne promozionali su svariati social network. Da questi test è emerso come le piattaforme a noi più idonee, e su cui quindi concentreremo la maggior parte delle energie, sono Instagram e TikTok. Queste, per indole e utenza, costituiscono il luogo perfetto nel quale incontrare il nostro target. Contestualmente però realizzeremo anche campagne su Facebook, YouTube, Spotify e LinkedIn. Quest’ultima è la piattaforma ideale su cui mettere in risalto le funzionalità di gestione dedicate a un’utenza più professionale.

A livello operativo stiamo lavorando per creare contenuti di impatto, provocanti ed esilaranti, avendo anche il notevole vantaggio di avere un’applicazione per sua stessa essenza predisposta al divertimento. Un po’ come un comico che realizza uno spot nei panni del personaggio che sarà poi il protagonista del suo spettacolo, anche in questo caso saranno direttamente i contenuti di 2REC a generare divertenti sketch promozionali adatti per qualunque canale.

Inoltre saremo attivi anche sui canali offline, sfruttando gli importanti incentivi messi a disposizione dallo Stato per sostenere i media tradizionali. Nonostante appaia evidente che la comunicazione si sia da tempo spostata in maniera preponderante sul digitale, la stampa cartacea continua a rivestire un ruolo determinante nella valorizzazione del percorso di crescita di una società: il racconto è più efficace quando si conoscono le persone “dietro le quinte”, coloro che hanno creduto nel progetto, ne hanno condiviso la visione e da anni lavorano instancabilmente per renderlo il più performante possibile. L’intenzione, quindi, è quella di investire parallelamente nel “branding iUP”, così che, rafforzando la nostra immagine, possiamo acquisire sempre più credibilità e persuadere altri importanti player del settore a discutere possibili sinergie.

**Quando è stata lanciata 2REC?**

Una prima versione beta di 2REC è stata rilasciata l’estate scorsa con l’obiettivo strategico, così come è consuetudine fare per le startup digitali, di sondare l’accoglienza del prodotto sul mercato, e di ottenere preziosi feedback da parte degli utilizzatori finali.

Feedback che uniti alle metriche sul comportamento degli utenti all’interno dell’app, che stiamo raccogliendo in maniera totalmente anonima grazie ad un nostro software backend, ci stanno fornendo preziose indicazioni su come migliorare ancora di più l’applicazione.

Attualmente siamo impegnati nello sviluppo della versione “finale”, perfezionata sotto l’aspetto funzionale, ottimizzata nelle prestazioni, e con una user interface graficamente più accattivante, che verrà lanciata ad inizio 2021. Versione che non è da intendersi come un punto d’arrivo, ma tutt’altro: 2REC è un progetto strutturato, concepito per evolversi nel tempo. Infatti sono già state individuate e analizzate differenti funzionalità aggiuntive, che andranno ad arricchire e potenziare i servizi disponibili per gli utenti e che saranno introdotte gradualmente.

**Quali saranno gli step successivi di un’applicazione in continua evoluzione?**

Sfrutteremo gli stessi dati anche per guidare l’evoluzione tecnica del prodotto. Con 2REC proponiamo già un servizio completo, ricco di funzionalità innovative, ma non vogliamo certo fermarci qui. Fin dall’inizio abbiamo impostato il progetto, anche in termini di sviluppo tecnico, con l'intenzione di aggiornare l’app, rendendola migliore con l’integrazione di ulteriori servizi. Abbiamo una visione a lungo termine, garantita dagli infiniti ambiti in cui le tecnologie audio possono essere applicate. Inoltre siamo sempre attenti a intercettare i possibili sviluppi che le innovazioni nel settore possono introdurre, tra cui la realtà aumentata.

L’idea sulla quale ci concentreremo sin da subito è la realizzazione delle videochiamate VoIP, ultimamente sempre più popolari, caratterizzate dalle declinazioni proprie dell’applicazione: alcune più orientate verso il divertimento (telefonate singole o di gruppo con inserimento “live” di tutti gli effetti dell’app), altre indirizzate alla gestione (registrazione e archiviazione di call di lavoro).di una tastiera aggiuntiva tramite la quale sarà possibile inviare i contenuti di 2REC direttamente dall’interno delle applicazioni di messaggistica o dei social network.

Ma molte altre funzioni sono già state analizzate e validate in termini di fattibilità tecnica. Per esempio, puntiamo a a introdurre la stessa libertà di personalizzazione anche nel formato video, assicurando così agli utenti un’esperienza creativa ancor più emozionante e unica, e presto realizzeremo una tastiera aggiuntiva tramite la quale sarà possibile inviare i contenuti di 2REC direttamente dall’interno delle applicazioni di messaggistica o dei social network.

Oppure, stiamo pensando di implementare una chat interna, appositamente sviluppata per valorizzare le caratteristiche dei messaggi audio, oltre che per consentire agli utenti di scambiarsi vocali direttamente in 2REC. Naturalmente, l’obiettivo non è sostituire i messaggi di testo, e quindi competere con le più popolari app di instant messaging, bensì proporre agli utenti un servizio aggiuntivo, che renda più efficiente la creazione e la fruizione dei messaggi vocali.

**Quanto è importante la sinergia tra imprese**

Per accelerare il nostro processo di crescita e raggiungere gli ambiziosi obiettivi che ci siamo posti, sia sul piano tecnico che commerciale in termini di presenza sul mercato, siamo già pronti a valutare partnership con altre aziende. Aprirsi a collaborazioni con realtà esterne significa porsi in una prospettiva che guarda al futuro, verso nuove direzioni potenzialmente inesplorate. Fondamentale sarà riuscire a portare la prova concreta, tramite le metriche che verranno raccolte, di essere un player forte ed affidabile, capace di guadagnarsi una fetta di mercato e quindi pronto per lo step successivo.

2REC potrebbe rappresentare sin da ora una svolta importante nell’ambito delle app di messaggistica e dei social network, ma siamo convinti che possiamo fare molto di più. I nostri servizi possono integrarsi ad altri, e dare così vita ad un prodotto dall’esperienza d’uso ancor più coinvolgente. Un ottimo esempio in questo senso ce lo offrono gli assistenti vocali, settore che in questi mesi è letteralmente esploso e con il quale abbiamo evidenti punti di contatto che devono solo essere esplorati.

E questa possibilità è veramente molto concreta. Durante l’esperienza in Silicon Valley abbiamo avuto modo di presentarci a diversi possibili partner, e alcuni di loro hanno subito manifestato dell’interesse. Essendo in quel momento solo un progetto senza alcun riscontro concreto del mercato, non c’è stato modo di approfondire la collaborazione, ma la speranza è quella di tornare a bussare alla loro porta forti dei risultati ottenuti.

**La collaborazione con le altre aziende porta ad un modello di Open Innovation.**

Sì, l’apertura verso l’esterno è un approccio sul quale abbiamo fondato fin da subito la società. Per sviluppare di un’applicazione tecnicamente complessa come 2REC, ma in generale per essere competitivi nel mercato delle applicazioni per smartphone, è necessario possedere specifiche conoscenze in svariati settori. Per una piccola startup come la nostra, pensare di raccoglierle tutte nel team interno non è di fatto possibile. Per questo abbiamo improntato la struttura societaria sul modello della Open Innovation. È stata tuttavia una scelta naturale per noi, visto che grazie alle mie precedenti esperienze lavorative come Project Manager per grandi multinazionali, ho acquisito le metodologie per la gestione dei processi che portano alla realizzazione di progetti anche molto complessi, a cui concorrono diversi professionisti, molti dei quali sparsi per il mondo.

**Siete alla ricerca di nuovo personale da integrare nel team?**

Stiamo crescendo, e desideriamo continuare a farlo collaborando con giovani talenti entusiasti di partecipare a un progetto ambizioso come il nostro. Lavorare con le persone giuste è fondamentale: il team deve essere composto da persone che condividano totalmente i nostri obiettivi e che sposino il nostro progetto. Per questo cerchiamo ragazzi e ragazze intraprendenti, che sceglieremo senza concentrarci sulle loro esperienze ma piuttosto sul loro “spirito”.

Anche in questo stesso momento siamo alla ricerca di collaboratori per ampliare la nostra struttura. Figure esterne con le quali lavorare da remoto, ma anche nuovi membri del team interno. Siamo alla ricerca di sviluppatori, grafici, illustratori e marketer.

Ma in particolare ci rivolgiamo a quei profili che possono aiutarci ad ampliare l’offerta dei contenuti disponibili nel nostro store, ovvero sound designer, dj, beat maker e di chiunque produca musica in maniera professionale. A loro proponiamo una collaborazione doppiamente vantaggiosa: una percentuale dalle vendite registrate dalle loro produzioni artistiche e la possibilità di promuoversi e aumentare la propria visibilità. Infatti, ognuno di questi contenuti sarà disponibile per gli utenti di tutto il mondo. Una bella opportunità per chi, oltre a voler guadagnare direttamente dal proprio lavoro, vuole anche farsi notare e aprirsi a nuove possibilità professionali.

Chiunque fosse interessato può candidarsi tramite l’apposita sezione sul nostro sito internet www.2rec.app oppure ancor più velocemente scrivendoci all’indirizzo hr@i-up.it.