



Raccontiamo la storia di Marta Dall'Omo, studentessa universitaria, esperta di social media marketing e molto altro ancora, fondatrice di Homegram.it, sito web per creare scritte in rilievo personalizzate per la casa e l'ufficio. Un'idea regalo per il fidanzato, diventata una piccola realtà innovativa: "The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams".

Cominciamo col presentare la tua storia personale e come sei arrivata all'idea di "Homegram"

Sono nata e cresciuta a Milano, ho 25 anni, mi sono laureata in Economia e Gestione Aziendale in Cattolica, e ora sto per terminare la Laurea Magistrale in Digital Marketing allo IULM di Milano. Il percorso di studi mi ha sicuramente aiutato allo sviluppo delle idee di Homegram.it e degli altri lavori che seguo (NeverGiveApp in particolare). Pochi mesi dopo essermi fidanzata con Matteo, il mio attuale compagno, mi sono trasferito con lui a Cusano Milanino. La casa inizialmente sembrava davvero una casetta dell'Ikea, vuota, spoglia, bianca. Ed ecco che ho unito l'esigenza di personalizzare la mia nuova casa con un bel regalo di inizio convivenza.

Quasi una storia da film si direbbe, come si sviluppa effettivamente l'idea di "Homegram"?

Come dicevo, "Homegram" nasce dall'idea di voler realizzare decorazioni personalizzate per la casa, scritte per il muro con una frase particolare, non i classici stickers pre-confezionati, che fino ad allora mi era capitato di trovare. Avevo bisogno di altro, di una frase, una forma, qualcosa di soggettivo. Ricordo la prima frase: **"The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams"**. Ho chiesto ad una persona all'interno di **NeverGiveApp**, la start-up in cui lavoro, di crearmi il disegno da tagliare successivamente con il laser a Sesto San Giovanni, presso un'azienda specializzata: mi è bastato inviare il disegno e lo hanno perfettamente replicato in 3D, in rilievo. Così unendo la mia fantasia alla necessità e alla voglia di fare un regalo al mio fidanzato, ho creato il primo disegno. Dopodiché mi sono resa conto che su Internet non trovavo qualcosa di simile, e dopo aver consegnato il regalo ho pensato che probabilmente potevo non essere l'unica ad avere questo tipo di esigenza: Matteo ha talmente apprezzato il regalo, da invogliarmi e aiutarmi a creare il sito in versione beta e la pagina Facebook. Abbiamo inserito foto, condiviso contenuti, il tutto sostanzialmente ad investimento

zero. Alcune società di joint-venture capital si sono interessate a noi, ma il finanziamento non cambierebbe radicalmente il sito e il business plan, per cui non abbiamo dato disponibilità. Inizialmente c'era una form da compilare, un preventivo via mail, un rapporto one-to-one col cliente, dall'ordine alla consegna, non esisteva un listino, una scritta preconfezionata o predefinita. Vista la mole di ordini già dalla prima settimana, oltre a rimanere molto colpita dall'effetto, ho capito che sarebbe stato sempre più difficile gestire tutto via mail, dovendo pensare al trattamento del prezzo, alla creazione del preventivo e alla successiva richiesta al tagliatore di esecuzione del lavoro e infine alla spedizione del prodotto al cliente. Di conseguenza abbiamo rivisto il sito in modo da permettere di scrivere la frase, scegliere un font, un colore, il materiale, per poi far apparire il preventivo, calcolato con un nostro algoritmo, comprensivo di spedizione e prezzo finale. Ho cominciato a tagliare anche io con la macchina laser 3D prendendo l'abilitazione per il taglio. Contemporaneamente a questo, come dicevo, sto terminando gli studi in Università, perciò inizialmente, da Giugno a Settembre, ho noleggiato la macchina tagliatrice a **WeMake**, che è uno spazio di **co-working** di Gorla a Milano, luogo in cui ho preso l'abilitazione al taglio. Durante il resto dell'anno mi limito alla parte di gestione del sito, web marketing e rapporto con il cliente, mentre service e consegne sono eseguite dall'azienda tagliatrice di Sesto.



Parliamo dell'innovazione legata ad un'idea come quella di "Homegram", in che cosa è innovativa? Perché qualcuno può essere interessato a realizzare questo tipo di oggetto?

Si trattava di un'idea che mancava sul web, un'idea mia, ma incline alle tendenze della sharing economy: dalla mia necessità è nata un'attività. Da Maggio 2014 i numeri sono cresciuti, abbiamo realizzato più di 150 scritte con un investimento massimo di 500 euro. A parte gli investitori, siamo stati citati da rubriche, ad esempio sul Corriere della Sera, abbiamo avuto come cliente Silvana Armani (sorella di Giorgio), persone influenti nei loro settori, i cui pareri sono anche più importanti di un qualsiasi investimento pubblicitario. Abbiamo calcolato che quasi il 5% dei visitatori compra, spende quanto possibile in base alle proprie esigenze, combinando numerosi elementi di personalizzazione. Dal punto di vista legale è un prodotto di NeverGiveApp: io lavoro con Matteo come Social Media e Account Executive, ho avuto questa idea mentre lavoravo con loro, e di conseguenza non abbiamo creato una società Homegram, ma un brand di NeverGiveApp. Vi cito un esempio simile, quello di **Tonki**, una start-up che realizza quadretti di cartone, la loro storia è ancora più romantica della mia: nasce da un uomo che, per andare a trovare la propria donna a Londra, ci arriva solo in autostop con una sagoma di cartone e una scritta con la richiesta di passaggio in automobile; finalmente quando arriva la sua Lei appende al muro il pezzo di cartone, ed ecco l'idea base della start-up, ovvero un'esperienza personale.

Dal punto di vista tecnico per il taglio laser utilizziamo una macchina non nuovissima, ma in continua evoluzione, uno strumento tipico dei **Fab-Lab**, dei **Co-Maker**, ovvero una stampante 3D, un laser, e cose simili, l'importante è che non sia un taglio di tipo artigianale, ma professionale. Il laser taglia tutti i tipi di materiale con precisione millimetrica. Dal punto di vista "filosofico", diciamo così, si dà libero sfogo alla propria fantasia, si è padroni completi di quello che si vuol realizzare, è qualcosa che in nessun posto trovi, se non con materiali o disegni standardizzati, e non personalizzabili. Le persone si sentono libere di creare, di dare libertà alla propria fantasia. Le tendenze oggi sono particolarmente inclini alla personalizzazione, vedi ad esempio la lattina di Coca-Cola, il vasetto di Nutella, e situazioni simili. Essere diversi dagli altri, avere il tuo stile personale, senza dettami esterni, declinato di volta in volta nella lattina, nella crema spalmabile, nel vestito, nella scarpa: il concetto è replicato e reso fruibile online su situazioni ancora più personali e private.

Argomento che abbiamo affrontato su Vorrei, la differenza di genere e le sue declinazioni. Possiamo dire che Homegram riguarda principalmente il genere femminile? O invece, in quanto personalizzante, va oltre la classica differenza di genere?

Sembra femminile, ma non è solo femminile, abbiamo molti uomini che comprano, perché non è solo un messaggio d'amore, ma è estendibile e declinabile anche in altri ambiti: aziendali, loghi, insegne di negozi, ecc. Molti uomini hanno inventato disegni particolari, strani, anche astratti, ad esempio sagome di automobili. A breve arriva la festa di San Valentino, ci saranno oggettini standard, magari tipici di quel periodo ed è un'idea usabile anche in altri momenti e non per forza per un evento particolare. Vi rivelo un dato strano, ma interessante: il periodo di vendita principale è stato, sorprendentemente, Luglio-Agosto 2014. La mia sensazione è che le persone che non hanno potuto permettersi una vacanza vera e propria, essendo a casa, annoiate, ma comunque in ferie, per distrazione e divertimento, hanno cercato un momento di svago, qualcosa per stare bene in casa: un prodotto con tecnologia da FabLab, per realizzare qualcosa di abbastanza semplice.



Quali potrebbero essere i passi successivi di Homegram?

Principalmente ho due idee: integrare dei designer, che possano vendere le loro creazioni predefinite tramite Homegram. In secondo luogo proporre il servizio in posti dove non c'è, tipo Leroy Merlin o simili, con un semplice tablet: i clienti ordinano la scritta, pagano alla cassa e lo ritirano nello stesso negozio una settimana dopo. Il sito esiste anche in lingua Inglese, abbiamo venduto a Londra e Parigi, ma a persone italiane residenti all'estero. Al momento credo sia un sistema difficilmente esportabile, così com'è, perché i costi di gestione e di spedizione sarebbero superiori al valore dell'oggetto. Inoltre molte persone mi hanno consigliato di andare a San Francisco, entrare in qualche grande incubatore americano (**7 Hundreds Startup**), durata 6 mesi e finanziamento assicurato, cosa che in Italia al momento è un po' più complessa realizzare con investimenti calibrati e profondi.

Infine, quale pensi possa essere il vero messaggio da trasmettere tramite le tue iniziative?

Se non avessi avuto l'esigenza e non avessi contemporaneamente scelto di vivere con una persona, staccandomi dalla mia realtà di allora, probabilmente l'idea sarebbe nata diversamente e con una declinazione diversa. Questo tipo di idee riflettono la singola esperienza, il singolo contesto. Quando fai colloqui di lavoro, è possibile mostrare un portfolio, un curriculum, è facile che arrivino proposte sempre più interessanti. L'idea alla base e il messaggio sono che abbiamo fatto tutto a investimento zero, il che non significa non fare nulla per avere tutto, ma se

Homegram: personalizzare è innovare

Mercoledì, 04 Febbraio 2015 08:32
Di Marco Caruso

si usa il web e i social nel modo giusto le idee sono facilmente realizzabili.