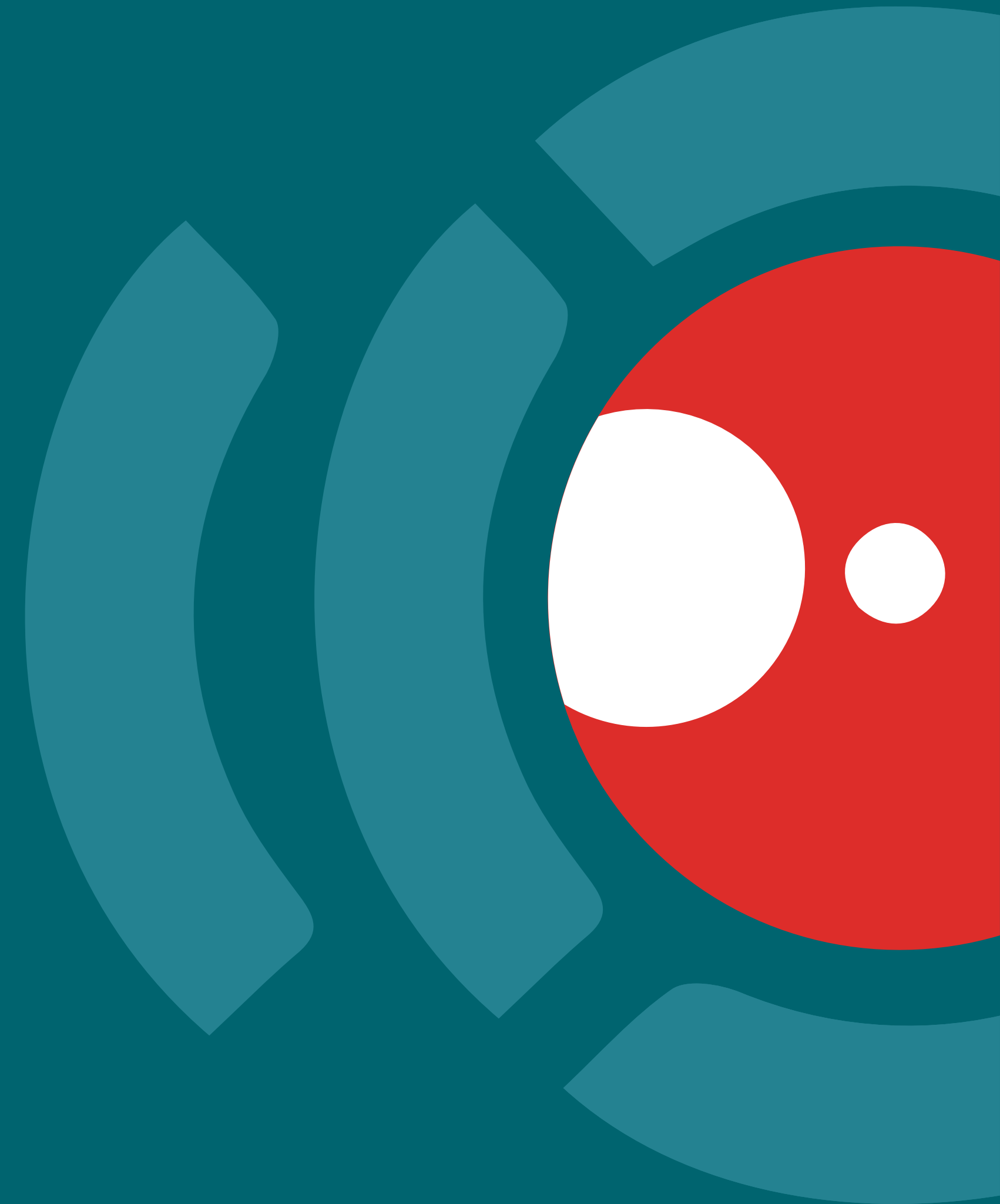


MANUALE DELL'IMMAGINE COORDINATA EYE **REC**





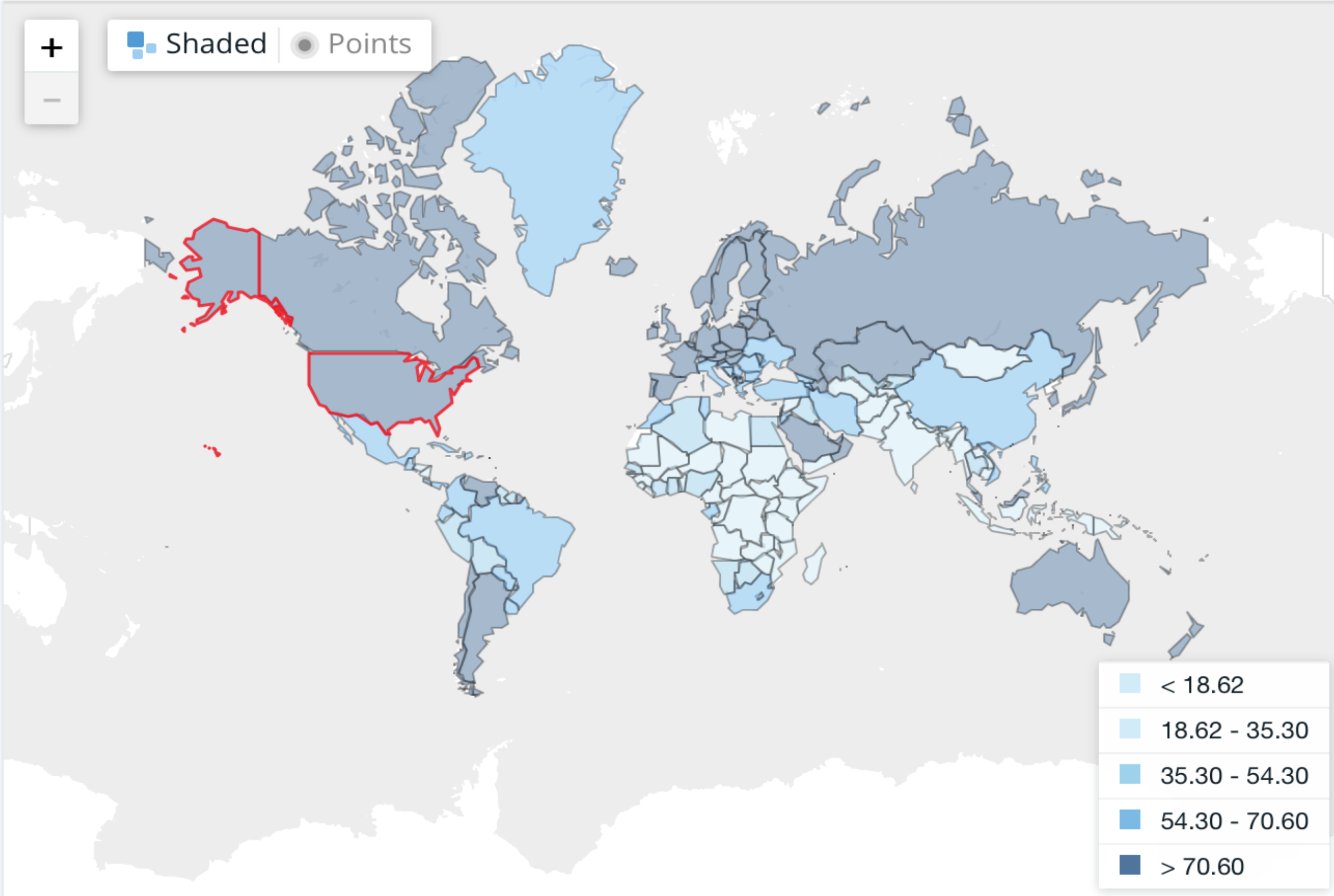
EYE REC

**“THE MOST ADVANCED EYE
RECOGNIZER”**

PERCHE' SCEGLIERE EYE REC:

“La crescita del mercato è ridotta da fattori restrittivi, come il divario nella comprensione del dispositivo da parte dell'utente, la limitazione tecnica e la mancanza di consapevolezza, i costi elevati, la vulnerabilità dei sistemi di riconoscimento dell'iride e l'intrusione della privacy.”

- **Sicurezza:** L'applicazione è stata testata e approvata da organizzazione militari statunitensi, l'azienda inoltre ha diverse certificazioni Iso in materia di sicurezza informatica e adotta tecnologie di ultima generazione nell'ambito biometrico (si fa leva sulla preoccupazione degli utenti).
- **Privacy:** Eye Rec rispetta le normative sulla privacy e sulla riservatezza dei dati sensibili.
- **Semplicità:** Il software possiede un'interfaccia user-friendly che permette di accedere in modo veloce a tutti i dati, attraverso sistema di riconoscimento dell'iride e vocale.
- **Costo accessibile:** Eye rec è adatto per qualsiasi tipo di utente.



AREE DI INTERESSE:

- **America:** Stati uniti d'america (*Gli Usa detengono la quota maggiore, in termini di entrate*), Canada, Brasile e Argentina.
- **Europa:** Russia, Paesi Baltici e Scandinavi, Germania, Paesi Bassi (*I Paesi Bassi si classificano quest'anno al primo posto in materia di sicurezza, grazie al punteggio di sicurezza più alto e a un elevato utilizzo dell'autenticazione a più fattori*), Lussemburgo, Francia, Italia, Spagna, Uk Austria, Svizzera.
- **Asia e Oceania:** Giappone, Cina, Corea del sud, Singapore, India, Indonesia, Australia, Israele, Emirati Arabi Uniti.
- **Africa:** Sud Africa.



PLUGIN:

Stipulare accordi con siti di e-commerce e con sistemi di pagamenti in modo da implementare un plug-in che si colleghi all'app e permetta l'autenticazione accedendo al proprio account.



COMPUTER:

- Windows
- Mac Os
- Linux



MOBILE:

- ios
- Android
- Windows

CAMPI DI APPLICAZIONE:

- **Protezione di dati sensibili:** (passwords e nomi utenti) sia per singoli utenti che per aziende.
- **Home Banking:** proteggere e tutelare l'attività bancaria via internet.
- **Sanità:** (*"il mercato della sanità sarà il settore con il maggiore investimento in sicurezza informatica, dal momento che i dati medici e i dispositivi medici digitali utilizzati in questo segmento sono soggetti a minacce avanzate."*)

DISTRIBUZIONE:

Il software avrà due versioni (una mobile e un'altra fissa) e sarà disponibile per tutti i devices, principalmente per supporto mobile e in seguito per tablet, computer, e smart watch. (*"A trainare il mercato saranno principalmente l'integrazione della tecnologia biometrica negli smartphone; circa il 24% nel mercato globale"*).



OFFERTA COMMERCIALE:

Per la versione personal e business versione di prova gratuita di 30 giorni.

Versione Personal

- **Abbonamento mensile:** 2,99 euro (Iva compresa): 5,89 euro di guadagno per 1 anno.
- **Abbonamento annuale:** 29,99 (Iva compresa).

Versione Business

- **Abbonamento 3 mesi:** 11,99 euro (Iva compresa)
- **Abbonamento annuale:** 35 euro (Iva compresa)

	Free	Personal	Business
Price	•	2,99	11,99
Users	1	1	7
Acces on all device	☑	☑	☑
Secure notes	☑	☑	☑
Shared directories	•	•	☑
Technical support	•	☑	☑
Vocal authentication	•	☑	☑



**Michael, Studente
22 anni**



Studio Buyer Personas:

- **Luogo:** New York (USA).
- **Social utilizzati:** Instagram, Facebook.
- **Device utilizzato:** Smartphone, computer.
- **Lavoro:** Fattorino, part-time.
- **Reddito mensile:** 300 euro circa.
- **Interessi:** Acquisti online, social network, guardare film, videogames.
- **Livello di istruzione:** Studente universitario.
- **Lingua:** Inglese, francese.
- **Motivazione d'acquisto:** E' in cerca di un'applicazione che gli permetta di accedere a tutte le credenziali in modo veloce senza ricordarle, e di utilizzarla direttamente come strumento di autenticazione per l'acquisto online.
- **Preoccupazioni nell'acquisto:** Costo troppo proibitivo.



Akihiro, C.e.o
50 anni

2

Studio Buyer Personas:

- **Luogo:** Giappone.
- **Social utilizzati:** Twitter, Facebook, LinkedIn.
- **Device utilizzato:** Smartphone, computer.
- **Lavoro:** C.e.o azienda di 20 dipendenti.
- **Reddito mensile:** 70'000 euro.
- **Interessi:** Tecnologia, programmazione.
- **Livello di istruzione:** Diploma perito informatico.
- **Lingua:** Giapponese, inglese.
- **Motivazione d'acquisto:** E' in cerca di un'applicazione che permetta di proteggere le credenziali aziendali e che siano consultabili da più dipendenti alla volta.
- **Preoccupazioni nell'acquisto:** Privacy compromessa.

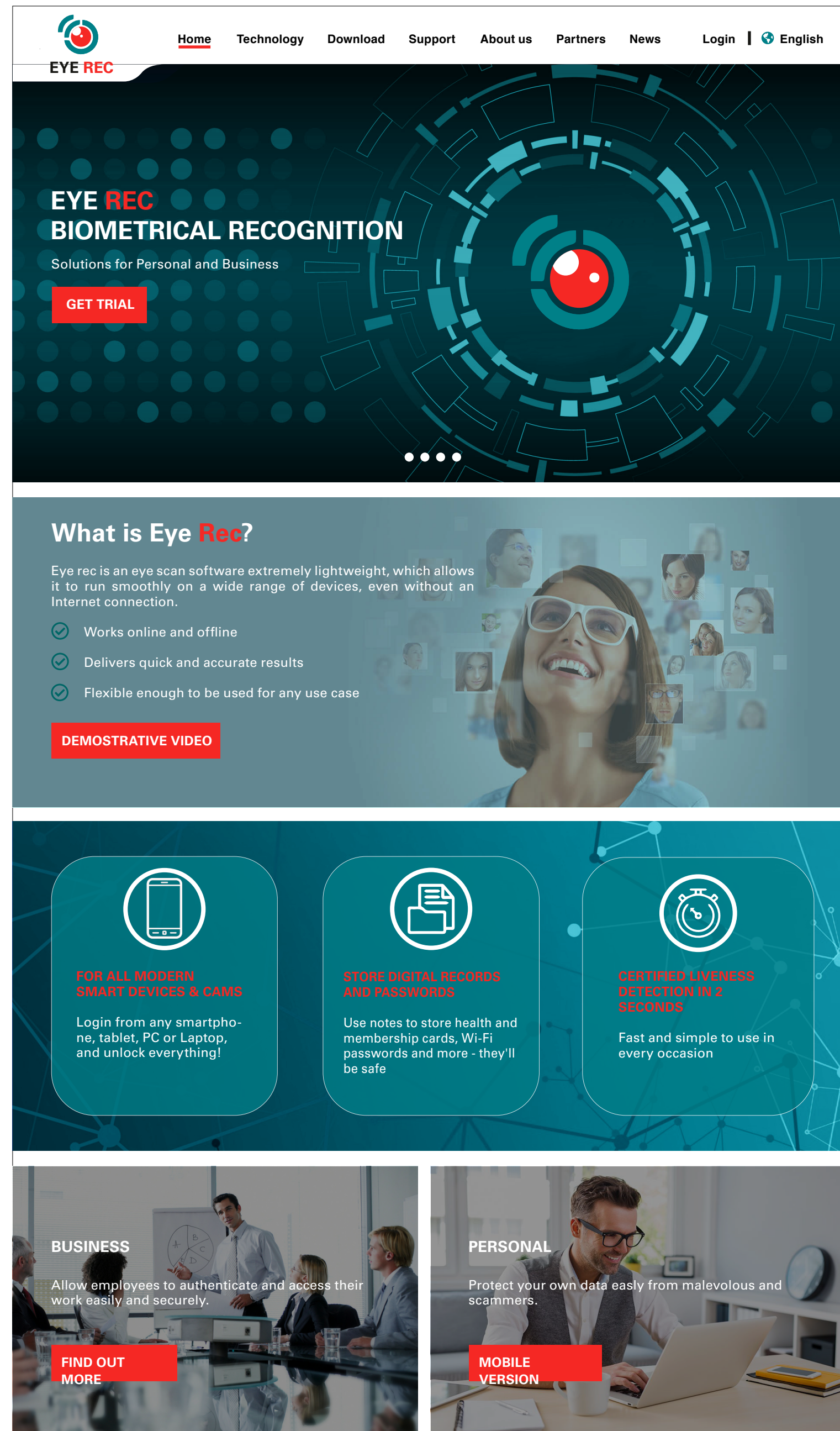


Sofia, Medico
35 anni

3

Studio Buyer Personas:

- **Luogo:** Svizzera.
- **Social utilizzati:** Facebook.
- **Device utilizzato:** Computer.
- **Lavoro:** Medico.
- **Interessi:** Tecnologia, programmazione
- **Livello di istruzione:** Laurea in medicina.
- **Lingua:** Tedesco, francese, italiano.
- **Motivazione d'acquisto:** E' in cerca di un'applicazione che permetta di proteggere le credenziali di accesso in modo veloce e sicuro.
- **Preoccupazioni nell'acquisto:** Interfaccia non user friendly, privacy compromessa.



SITO WEB:

- Strategie Seo
- Utilizzo di url chiare e semplici, metadati, ricerca delle parole chiave e favicon.
- Utilizzo di Google Analytics.
- Ottenere certificazioni seo e sem.
- Scegliere un buon servizio hosting che permetta caricamento veloce delle pagine.
- Inserire Call action.
- Implementazione di gerarchia web semplice e ben strutturata oltre al fattore responsive.
- Creazione di un forum e di un blog interno al proprio sito al fine di creare una comunità di utenti.
- Indirizzare i post dei social al proprio sito al fine di generare traffico utente.
- Creazione form per iscrizione newsletter.

SOCIAL NETWORKS

(Azienda presente su tutte le piattaforme)

YOUTUBE:

- Utilizzo di video-tutorial su come funziona l'app, informativi e utilizzo di advertising.

INSTAGRAM:

- Target utenza: 20-30 anni.
- Utilizzo di memes, immagini coordinate con copy persuasivo.

TWITTER:

- Target utenza: 30 -50 anni.
- Utilizzato per lo più da personaggi politici e influenti.



LINKEDIN:

- Target utenza: aziende e lavoratori (30- 60 anni)
- Utilizzato per attrarre potenziali partners lavorativi.

FACEBOOK:

- Target utenza: 25 - 50 anni.
- Pubblicazione di contenuti interattivi, sondaggi, utilizzo di grafiche motion, e video youtube, appartenenti al proprio canale.
- Pubblicazione giornaliera di post informativi su pagina aziendale che vadano ad elogiare e sottolineare i punti di forza del software, con link al proprio sito web.
- Facebook for business per inserzioni pubblicitarie e creazione gruppo Facebook.

Pubblicazione post: giornaliera dalle 12-15 e dalle 17-20 esclusa Domenica.

PROPOSTE DI MARKETING

(Partnership, appalti)

Creare sponsorizzazioni con canali youtube che parlano di sicurezza o recensiscono articoli tech:

- Marques Brownlee NYC, United States, Youtube Followers - 10,900,000
- Unbox Therapy, Toronto, Youtube Followers - 16,400,000
- REWA Technology, Youtube Followers - 298,000
- Technical Desk, Netherlands
- Rebuild - Podcast by Tatsuhiko Miyagawa

Iscriversi a concorsi per appalti pubblici nel campo sanitario nelle nazioni con un livello alto di sviluppo in campo medico.

Creare inserzioni su riviste scientifiche e tecnologiche:

- App Journal
- Wired Magazine
- Geekers Magazine
- Mit Technology Review



- Distribuzione di gadget: chiavette spille supporto smartphone per cruscotto.
- Chiedere agli invitati di rispondere alla e-mail di invito con un allegato della foto del proprio iride e posizionare dei totem all'inizio dell'ingresso per effettuare autenticazioni.

FIERE E CONGRESSI:

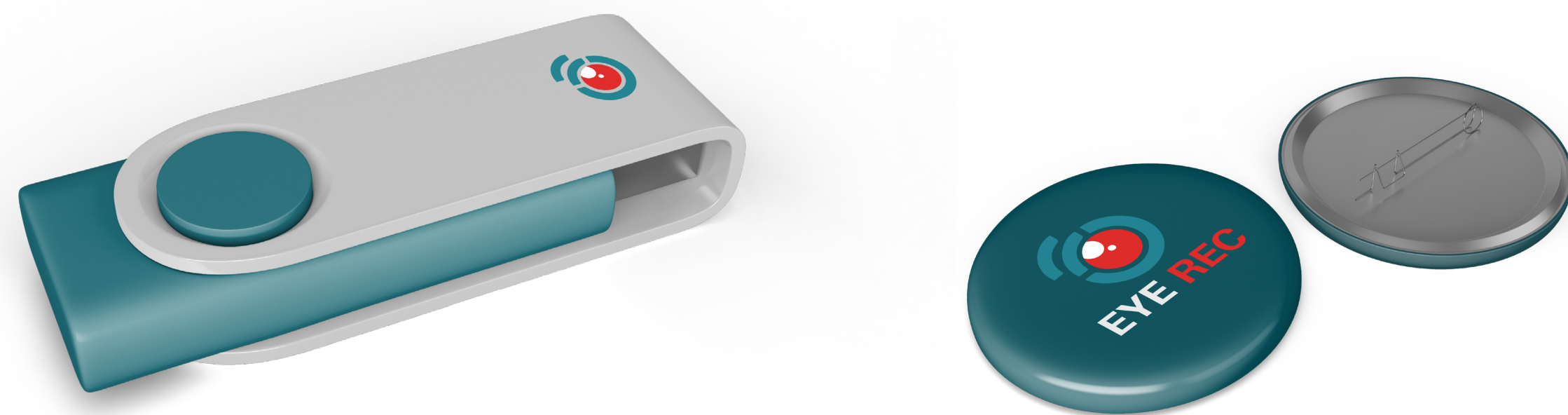
Riga Comm 2020

Luogo: Riga, Lettonia

Ambiti: Computer, Programmazione, Progetti innovativi, Tutorial e programmi virtuali, Sistemi di sicurezza, videosorveglianza, segnalazione, Componenti e provisioning di rete, Applicazioni e servizi di tecnologia dell'informazione, Automazione aziendale, Sistemi di sicurezza e gestione dei dati, Sistemi e mezzi di telefonia informatica, IT sistemi e attrezzature per le imprese,

Tipologia di fiera: B2B (140 partecipanti circa)

Argomenti trattati: Discussione iniziale a cura del responsabile it security eyer-rec in materia di sicurezza e in particolare riguardo la protezione online e all'interno delle aziende al mondo d'oggi, confronti con i vari metodi di autenticazione sottolineandone i punti di debolezza e presentazione ne attraverso video del proprio software e su come funziona, tour virtuale all'interno della propria azienda per mostrare ambienti aziendali e metodologie di lavoro.



- Distribuzione di gadget.
- Soffermare il discorso sulla possibilità di integrare il proprio sistema di autenticazione ad app mobile per il controllo della propria cartella clinica?

FIERE E CONGRESSI:

Congresso Nazionale Sihta 2021

Luogo: Milano, Italia

Ambiti: Nuove terapie geniche e intelligenza artificiale. Si affronteranno, altresì, due temi assolutamente trasversali alle tecnologie sanitarie propriamente definite a livello internazionale (Farmaci, Dispositivi Medici, **Sistemi Informativi**, Procedure): la promozione e valutazione degli investimenti pubblici e privati nella ricerca scientifica capaci di generare vera innovazione a beneficio dei cittadini; la sostenibilità ed equità dei nuovi modelli di organizzazione della sanità nell'alveo dell'autonomia regionale.

Argomenti trattati: Discussione iniziale a cura del responsabile IT security eyer-rec in materia di sicurezza biometrica per sistemi informativi e trattamento dei dati sensibili nelle strutture sanitarie, con uno sguardo a livello nazionale e internazionale, includendo dati statistici. Presentazione del proprio prodotto focalizzandosi sui punti di forza attraverso slide con motion graphic.



Invitare come ospite e testimonial Mike Vergara:

VP, Consumer Risk Services, Director, Security & Risk PayPal.

- Distribuzione di gadget.
- Spazio espositivo con postazioni e telefoni per test a disposizione di tutti.
- Ai primi 1000 visitatori consegna di coupon di sconto del 50% sull'abbonamento annuale all'applicazione.

FIERE E CONGRESSI:

EXPLORING THE SECURITY NEEDS OF FUTURE TECHNOLOGY 2020

Luogo: Santa Clara Convention Center, Silicon Valley.

Ambiti: Sicurezza, scalabilità, best practice per CISO, problemi di personale, fornitura di ROI, cloud, difesa della rete, identità digitale, automazione, tecnologia emergente, rilevamento e paesaggi delle minacce, DDoS, malware e fattore umano

Tipologia di fiera: Aperta a tutti (previste 9,000 persone)

ANALISI DEI COMPETITOR

(Iritech, Facetec, Lastpass)



Servizi offerti: software e hardware per riconoscimento iride utilizzati in campo di identificazione nazionale, sistemi di immigrazione, controllo accessi e home banking.

Ambiti di azione: educazione, healthcare, controllo presenze lavoro, home banking, law enforcement, iot.

Target: aziende medio piccole, organi pubblici (sanità, istruzione).

Comunicazione social: utilizzo scarso dei social network (Twitter e Facebook), partnership importanti con Fbi e Gmailto.

Punti di forza: validità dei servizi offerti.

Punti deboli: dispersivi, presenti in troppi campi, prezzi non visibili al pubblico, alcuni prodotti sono in fase di sviluppo, comunicazione social quasi assente.



Servizi offerti: riconoscimento facciale sul momento.

Ambiti di azione: sicurezza informatica, home banking.

Target: aziende medio piccole, privati.

Comunicazione social: inesistente, partnership con marchi prestigiosi.

Punti di forza: semplicità dell'applicazione.

Punti deboli: demo in sviluppo, non si capisce bene gli ambiti del suo utilizzo, comunicazione social assente.



Servizi offerti: software e plugin per gestione di password.

Ambiti di azione: home banking, gestione password.

Target: aziende, privati.

Comunicazione social: ottimo utilizzo dei social sempre aggiornati e con utilizzo di tecniche di coinvolgimento (memes video interattivi sondaggi).

Punti di forza: validità, ben conosciuto e inserito nel mercato, software semplice da usare.

Punti deboli: non utilizza sistema biometrico.



EYE REC

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789**



EYE REC

LO STEMMA:

Il pittogramma è rappresentato da occhio rosso che rappresenta l'autenticazione dell'iride, mentre esternamente è circondato da forme circolari e archi che ricordano la diffusione del suono nell'etere.

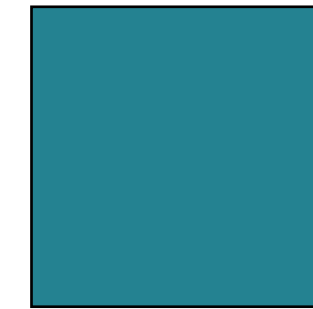
IL LOGOTIPO:

il logotipo è formato dalla scritta "EYE REC", il font scelto è Univers LT Std, un font molto geometrico e sans-serif. Eye Rec inteso sia come recognition che come registrazione dell'iride.

IL MARCHIO:

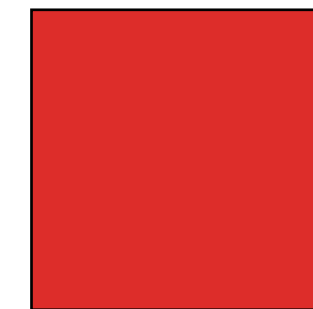
Tutti gli elementi che costituiscono il marchio sono parte integrante del medesimo. Non è possibile alterarli né scorporarli.

LOGO A COLORI



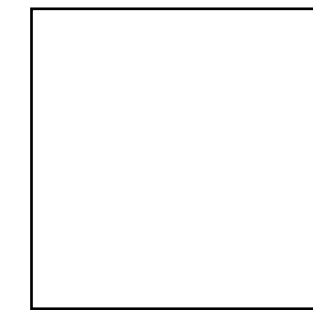
R: 36
G: 137
B: 152

248998



R: 228
G: 45
B: 152

E42D2A



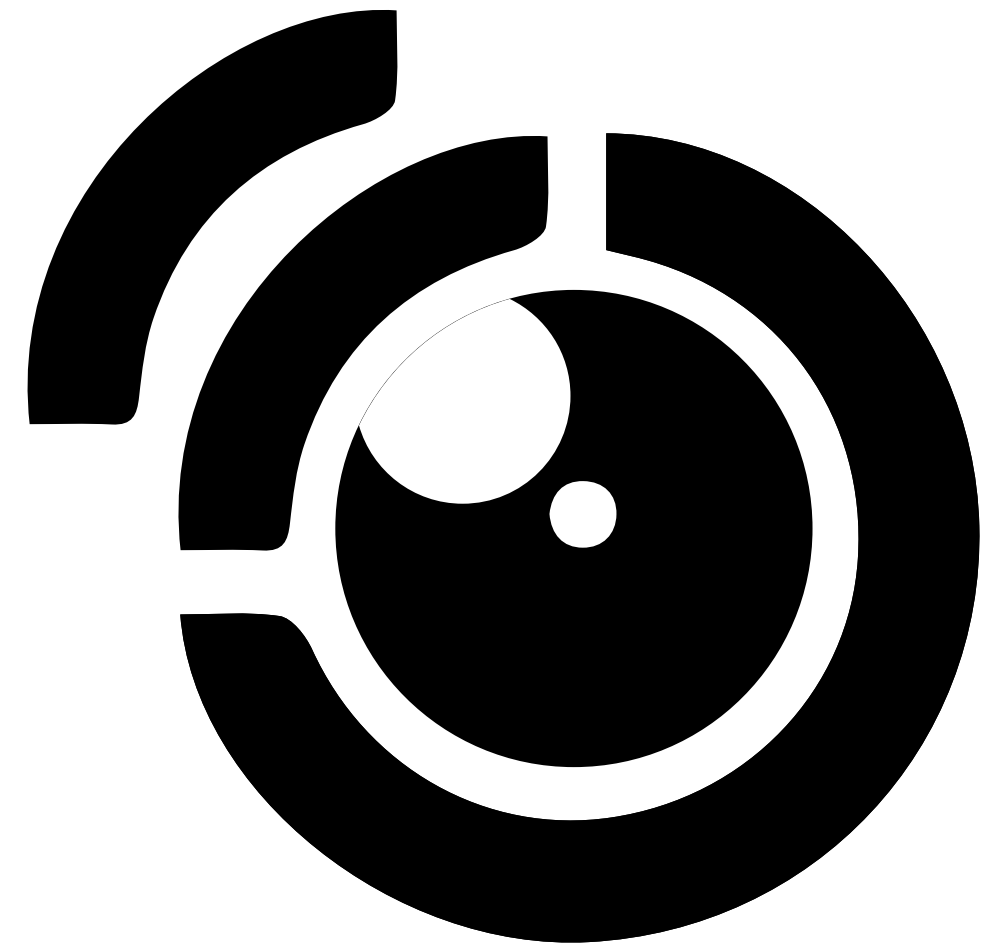
R: 255
G: 255
B: 255

FFFFFFFF



R: 30
G: 30
B: 28

1E1E1C



R: 0
G: 0
B: 0

000000

EYE REC

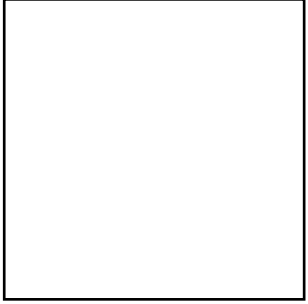
LOGO IN SCALA DI GRIGI



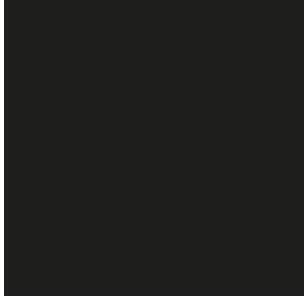
R: 36
G: 137 # 248998
B: 152



R: 228
G: 45 # E42D2A
B: 152



R: 255
G: 255 # FFFFFFFF
B: 255



R: 30
G: 30 # 1E1E1C
B: 28



TEST DI RIDUZIONE:

Il logotipo deve essere sempre ridotto proporzionalmente.

Il marchio mantiene una buona leggibilità a tutte le sue dimensioni.

Viene comunque indicata la minima dimensione di 30 mm al di sotto della quale è sconsigliato scendere.



MARCHI ALTERNATIVI:

Font utilizzato: Helvetica bold.

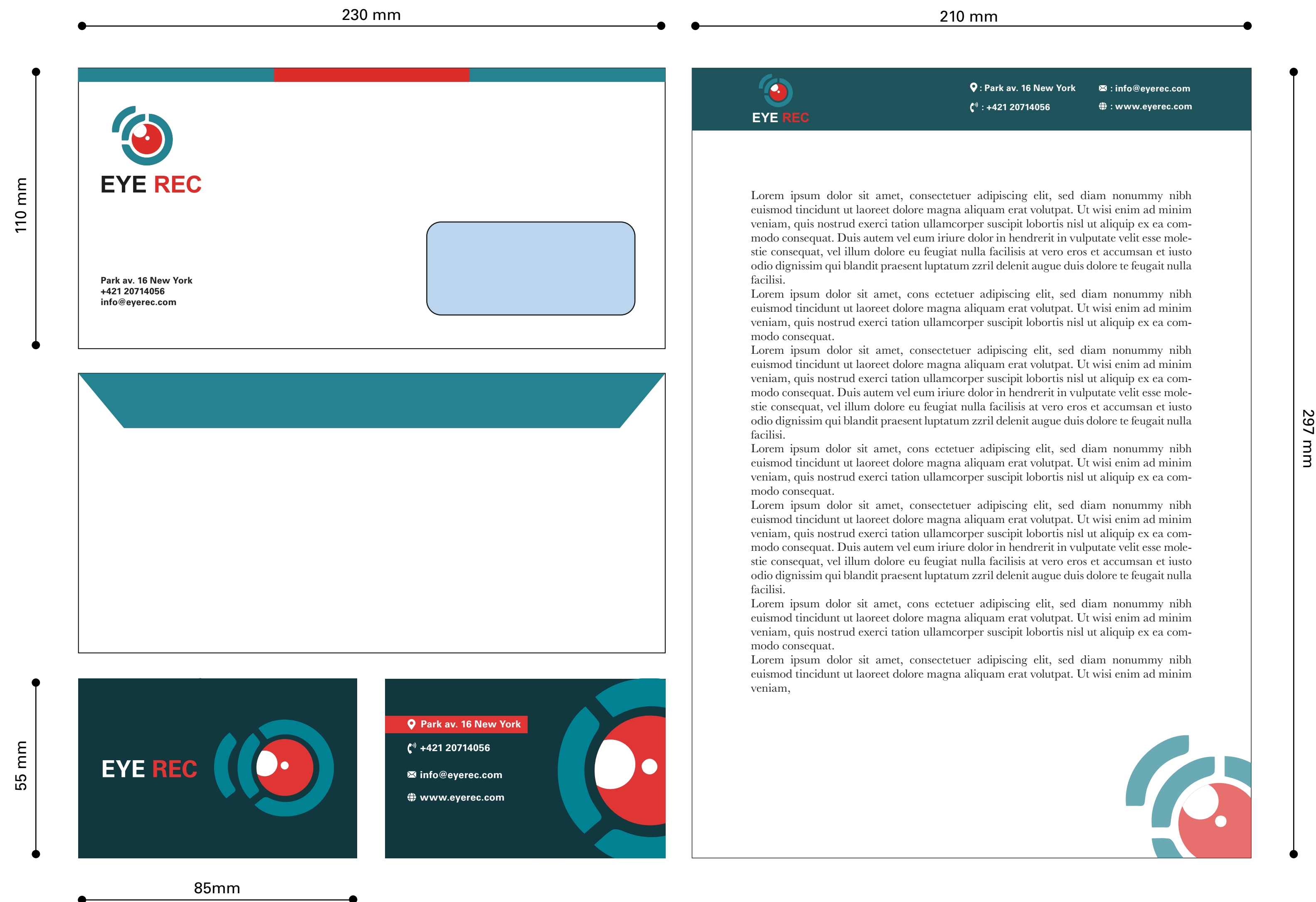
ABCEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Font utilizzato: Myriad Pro bold.

ABCEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

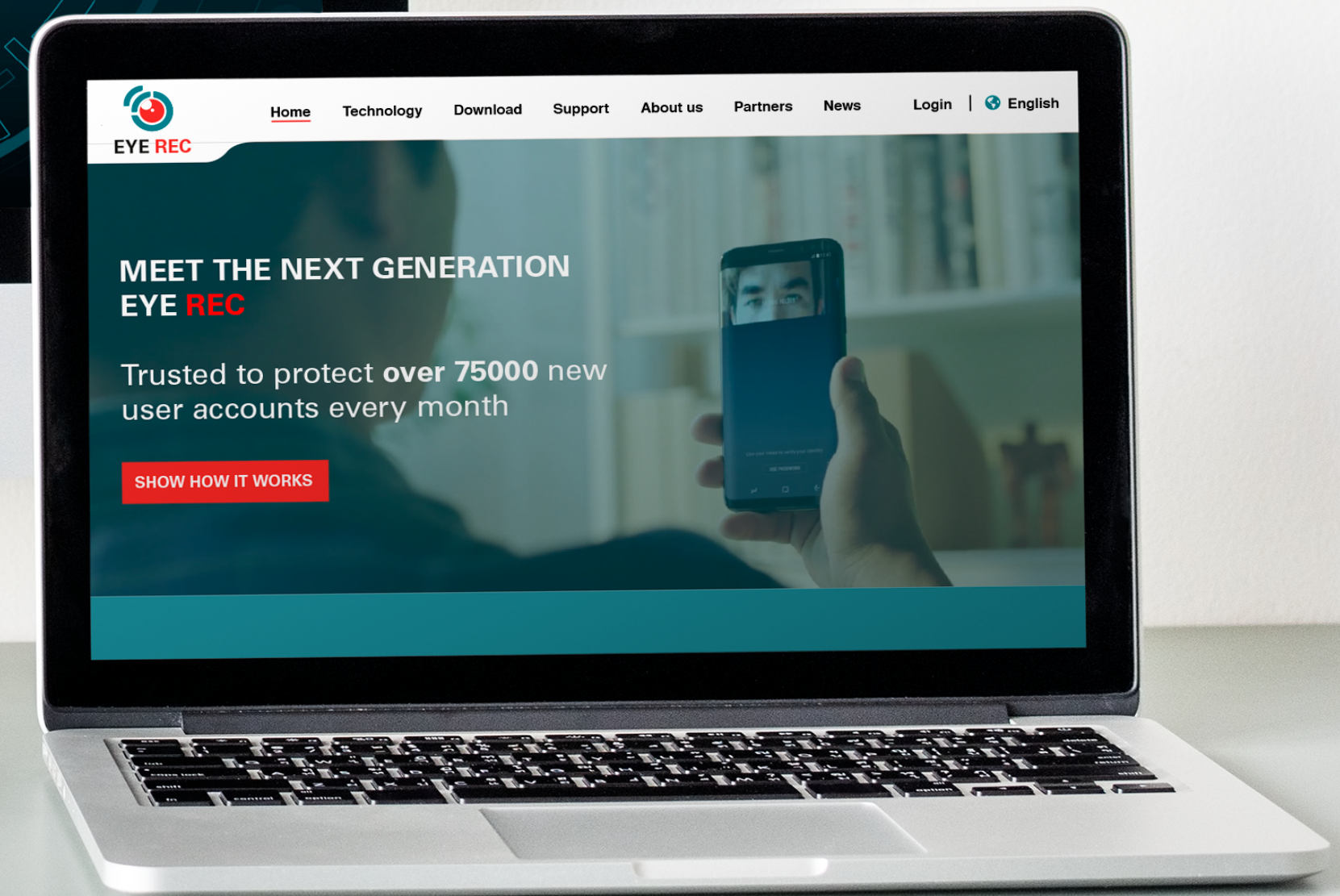
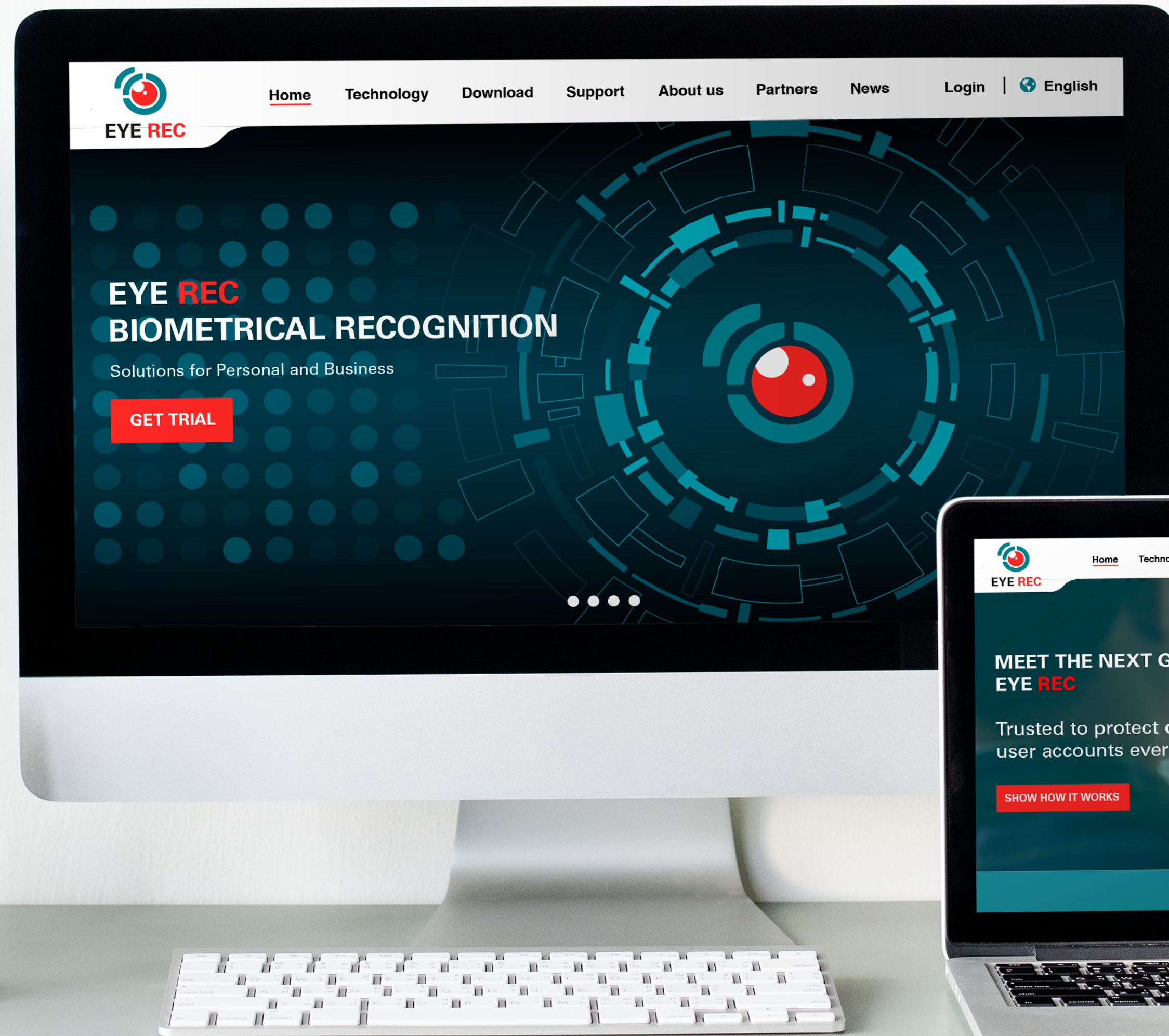
REPARTO UFFICIO

(Busta e carta intestata, biglietto da visita)



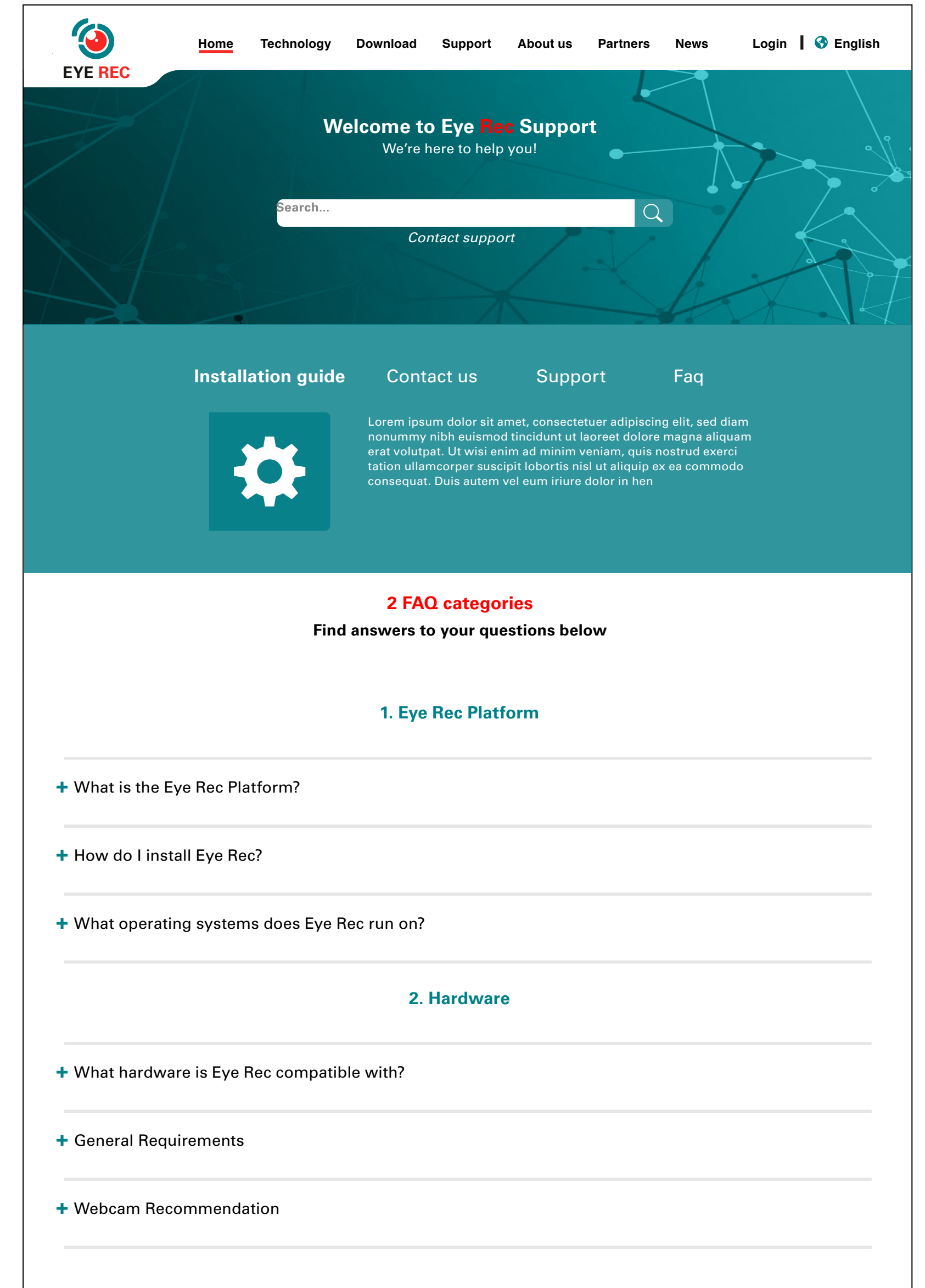
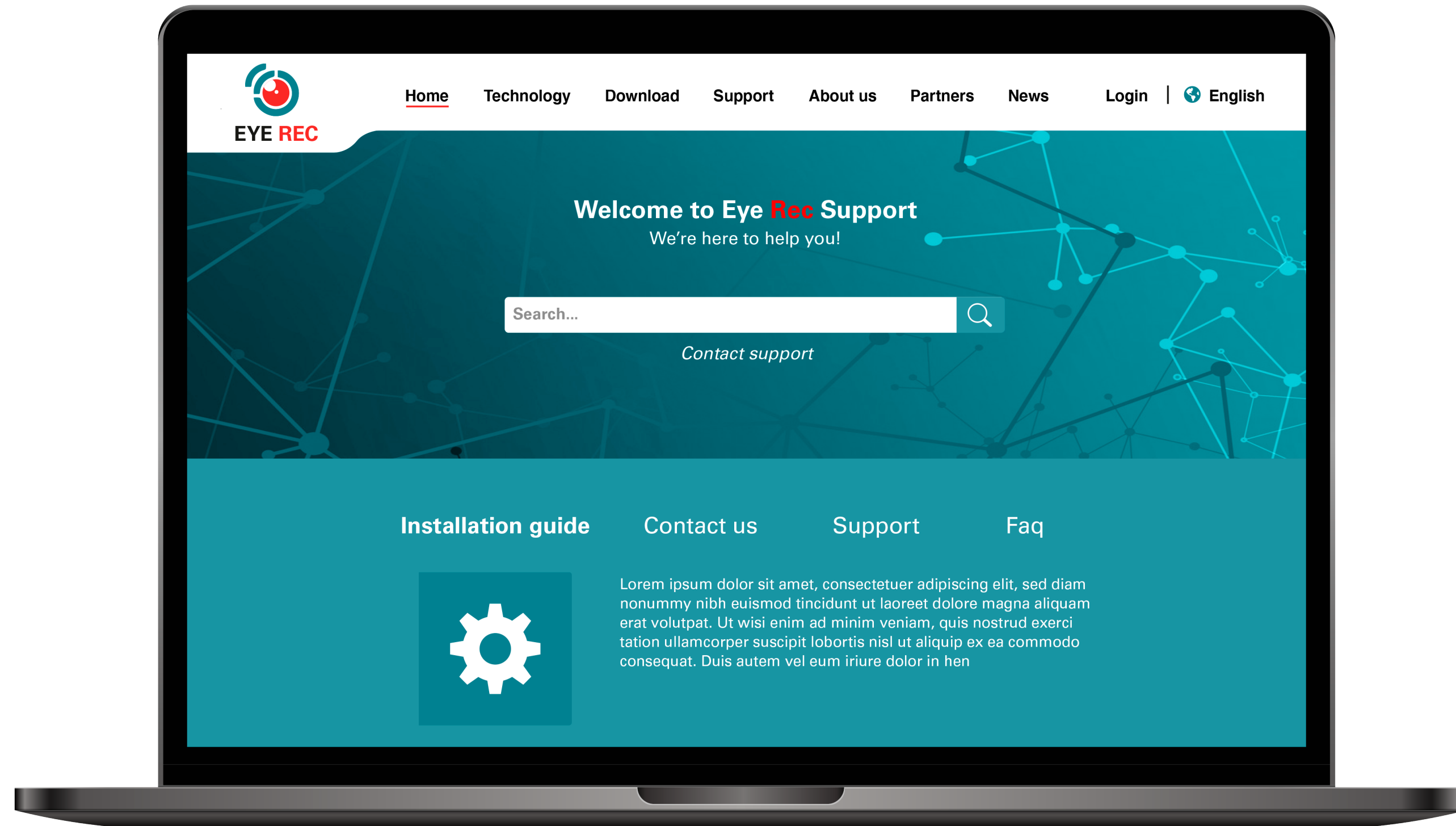
SITO WEB

(Versione responsive, mobile e fissa per tutti i devices)



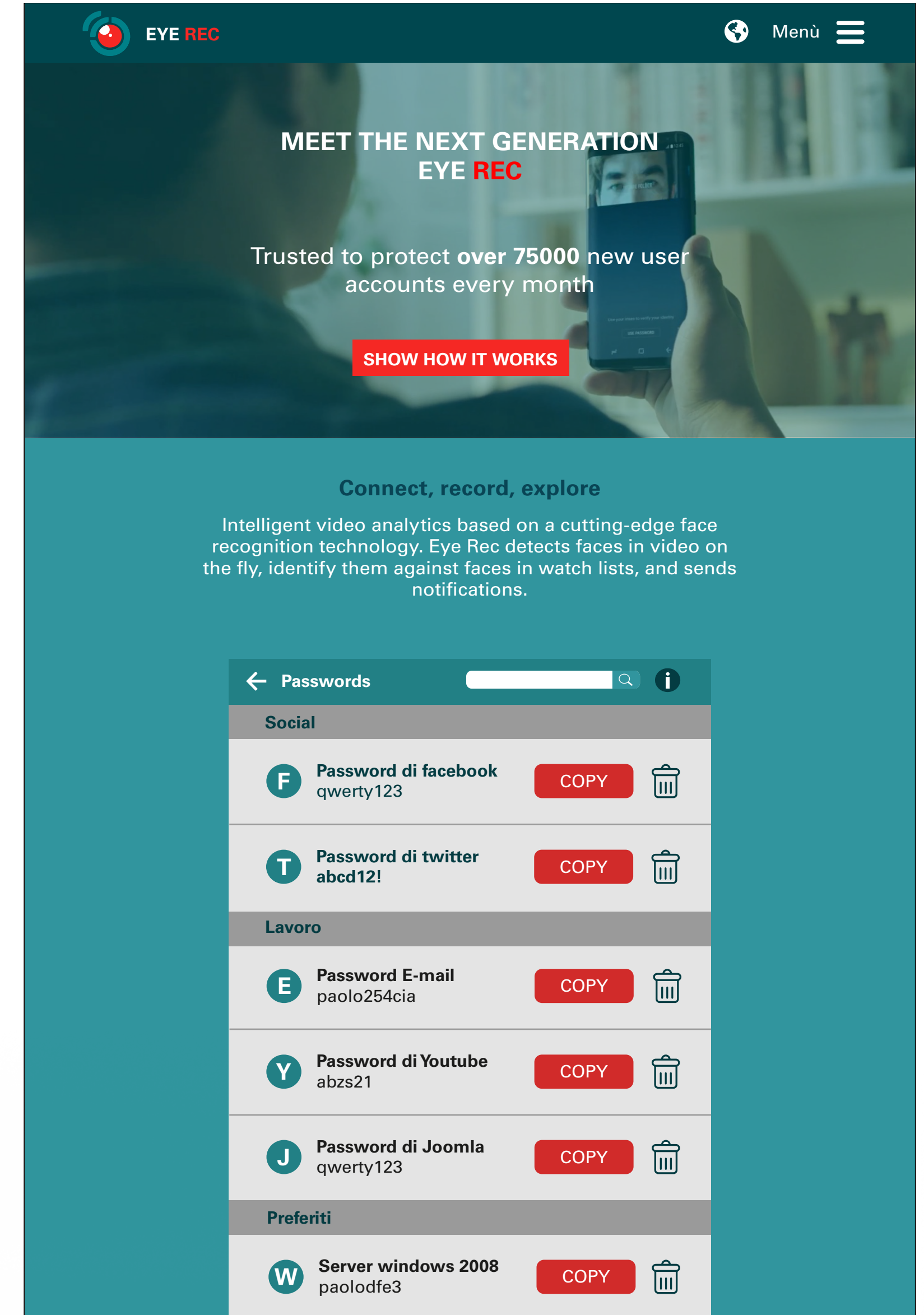
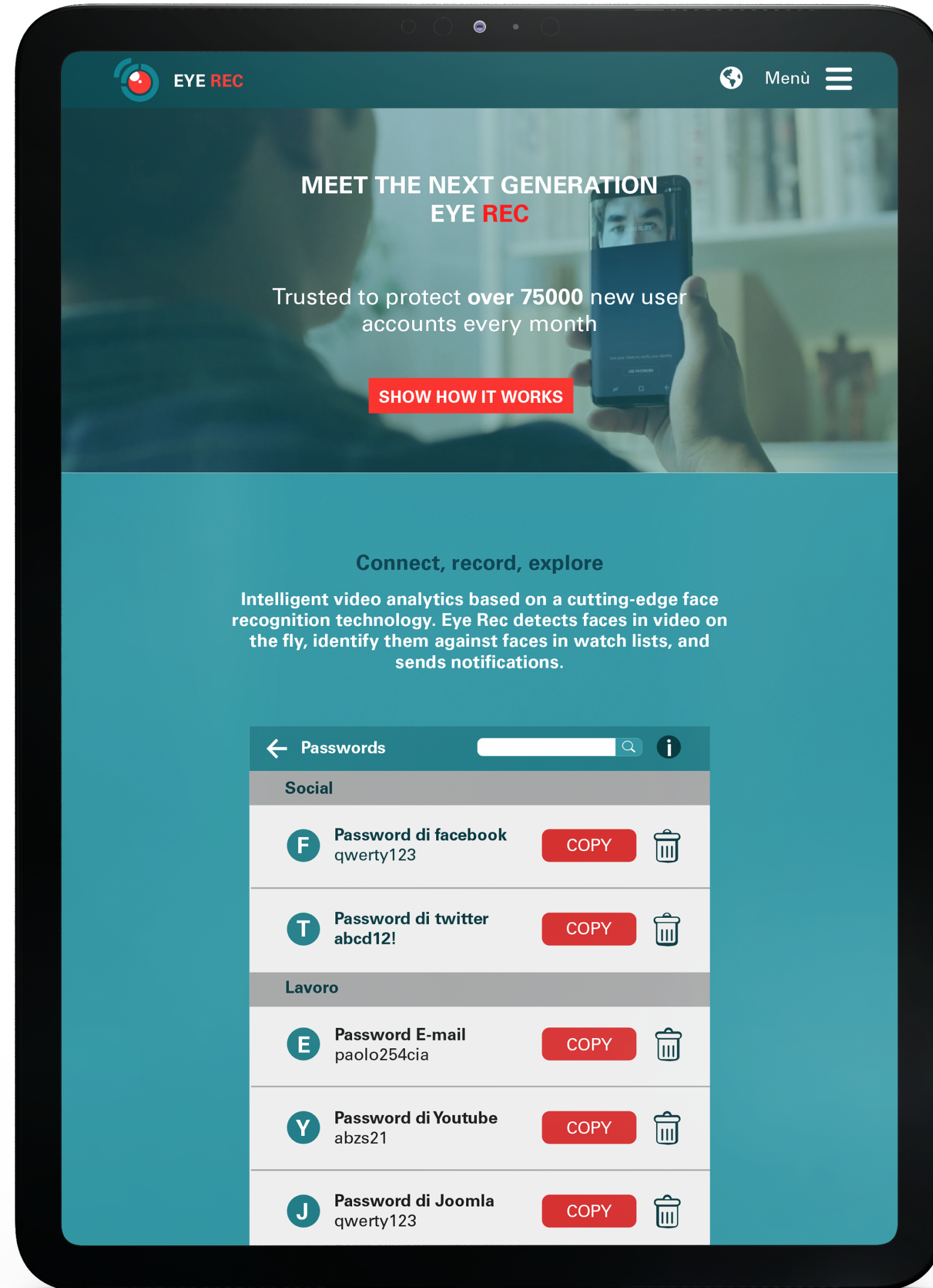
SITO WEB

(Versione fissa, Pagina di supporto tecnico e Faq)



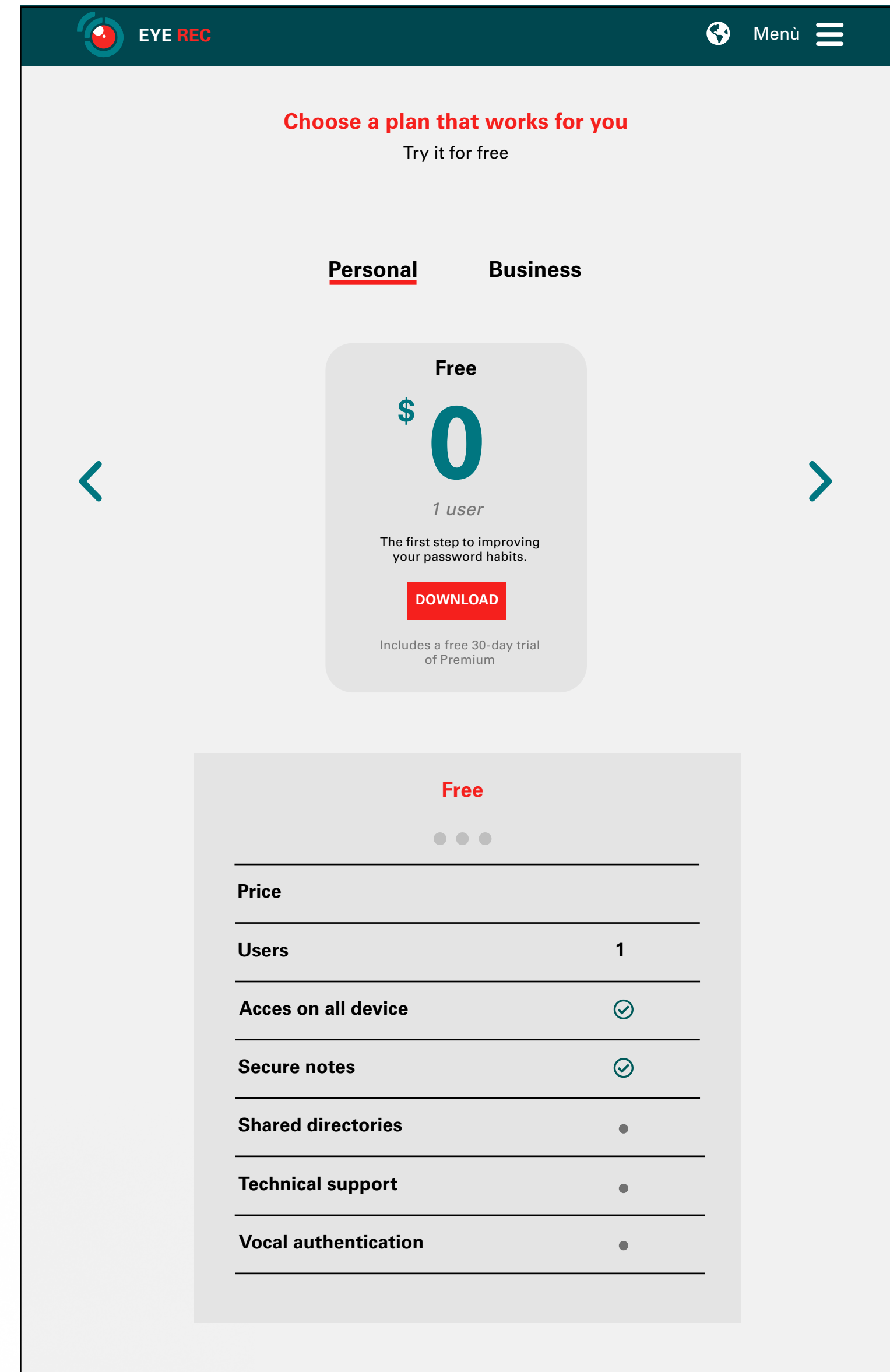
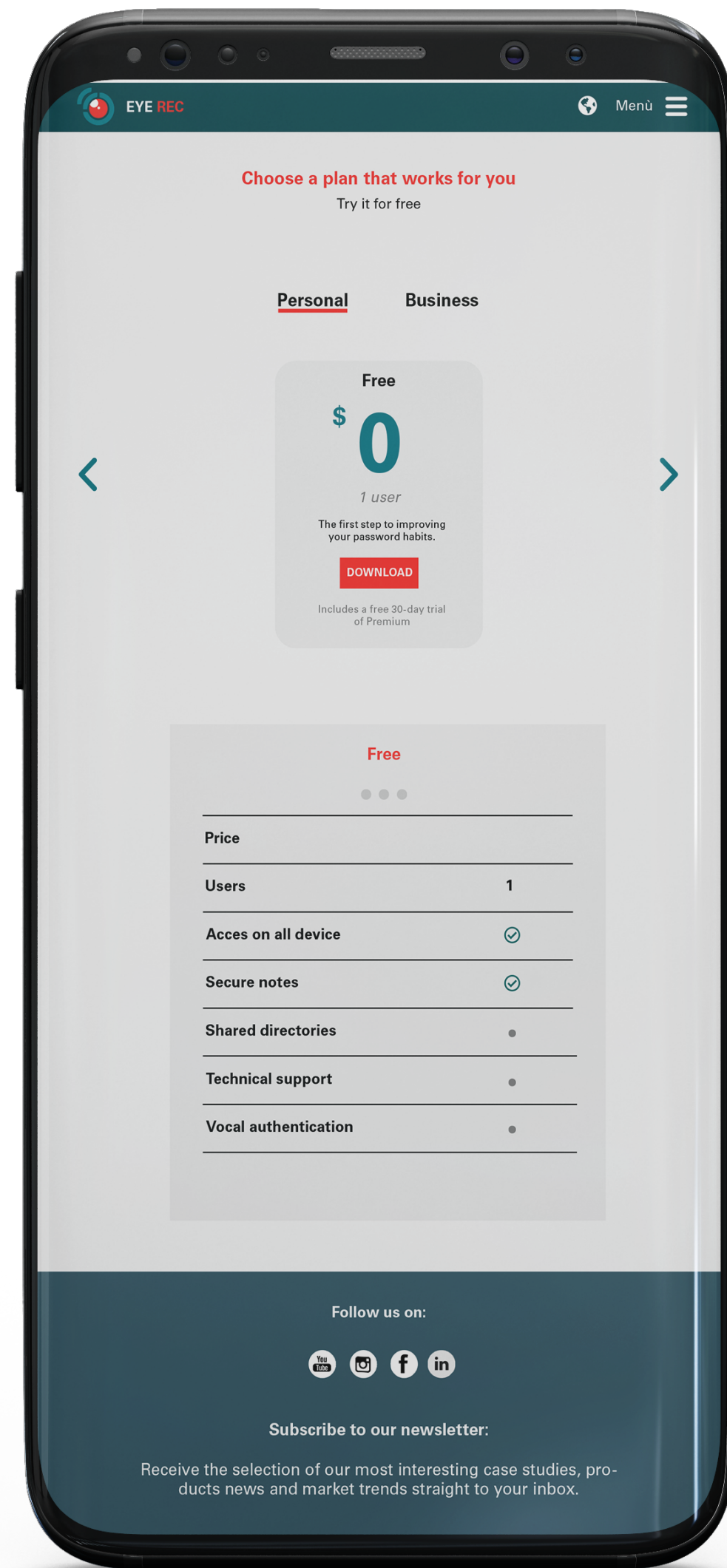
SITO WEB

(Versione mobile, Pagina di presentazione prodotto)



SITO WEB

(Versione fissa, Pagina di supporto tecnico e Faq)





APPLICAZIONE:

L'applicazione è disponibile in tutti i sistemi mobili e fissi per qualsiasi sistema operativo.

Possibilità di autenticarsi attraverso due sistemi:

- Riconoscimento dell'iride.
- Riconoscimento Vocale.



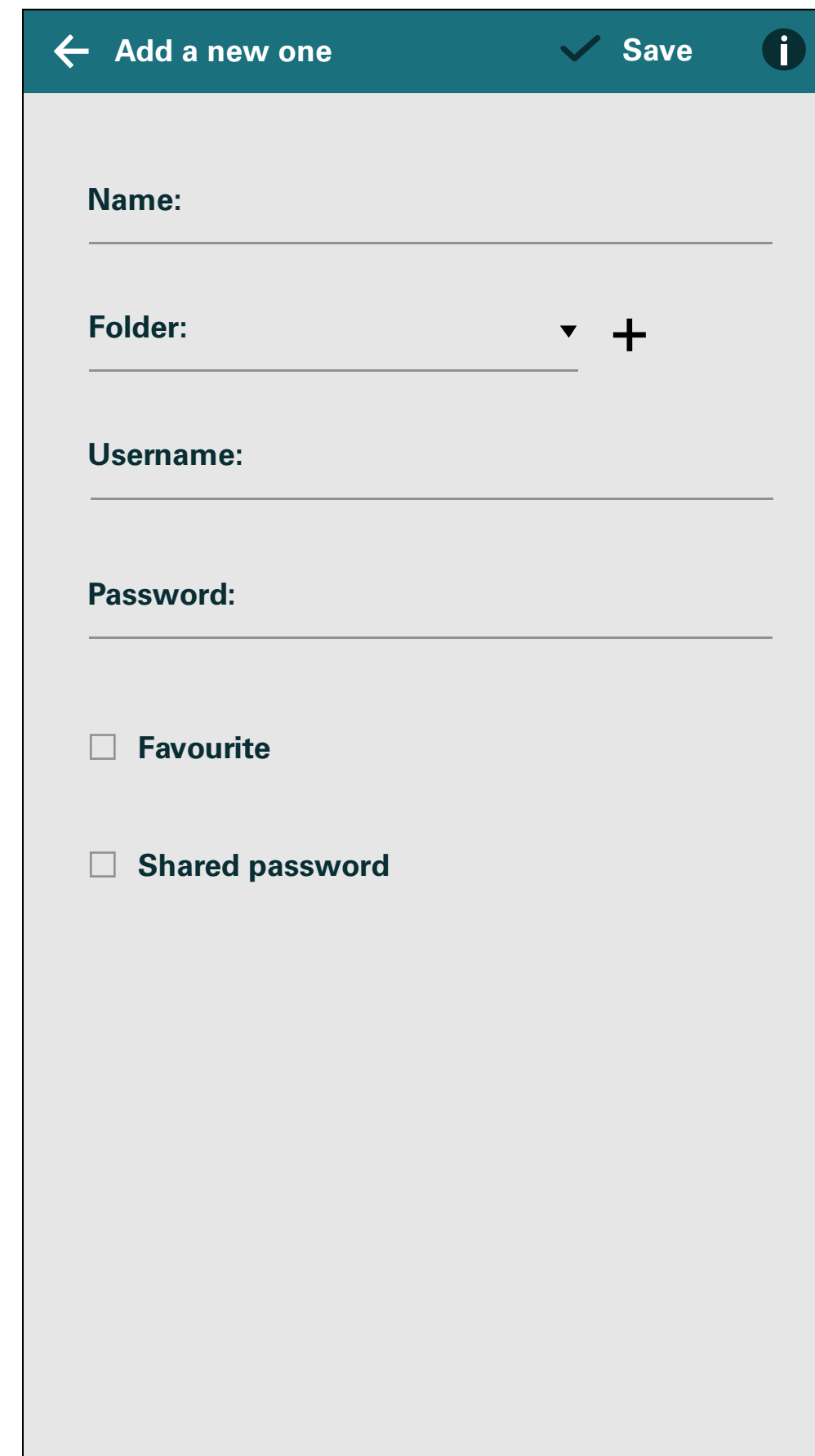
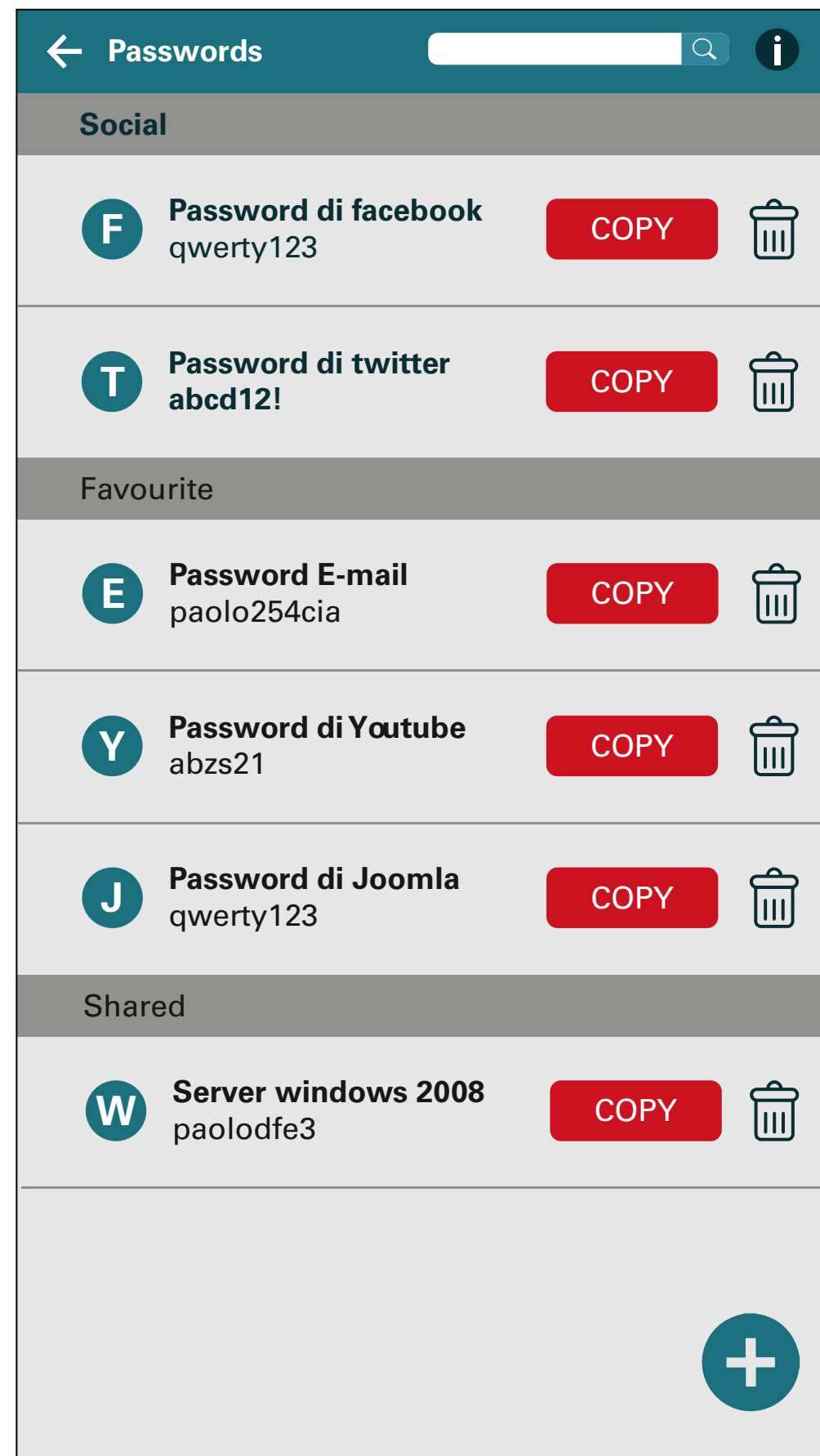
APPLICAZIONE:

Nella schermata principale si avrà la possibilità di aggiungere fino a due riconoscimenti dell'iride, o vocali per singolo utente e si potranno gestire i dati riguardanti l'home banking, oltre ad aggiungere nuove password.

- Nel menù a tendina in alto a sinistra si potrà contattare il supporto tecnico (per utenti premium) o cambiare lingua
- In alto a destra è presente un tasto informazione che una volta cliccato farà partire un piccolo tutorial sull'utilizzo dell'applicazione

APPLICAZIONE

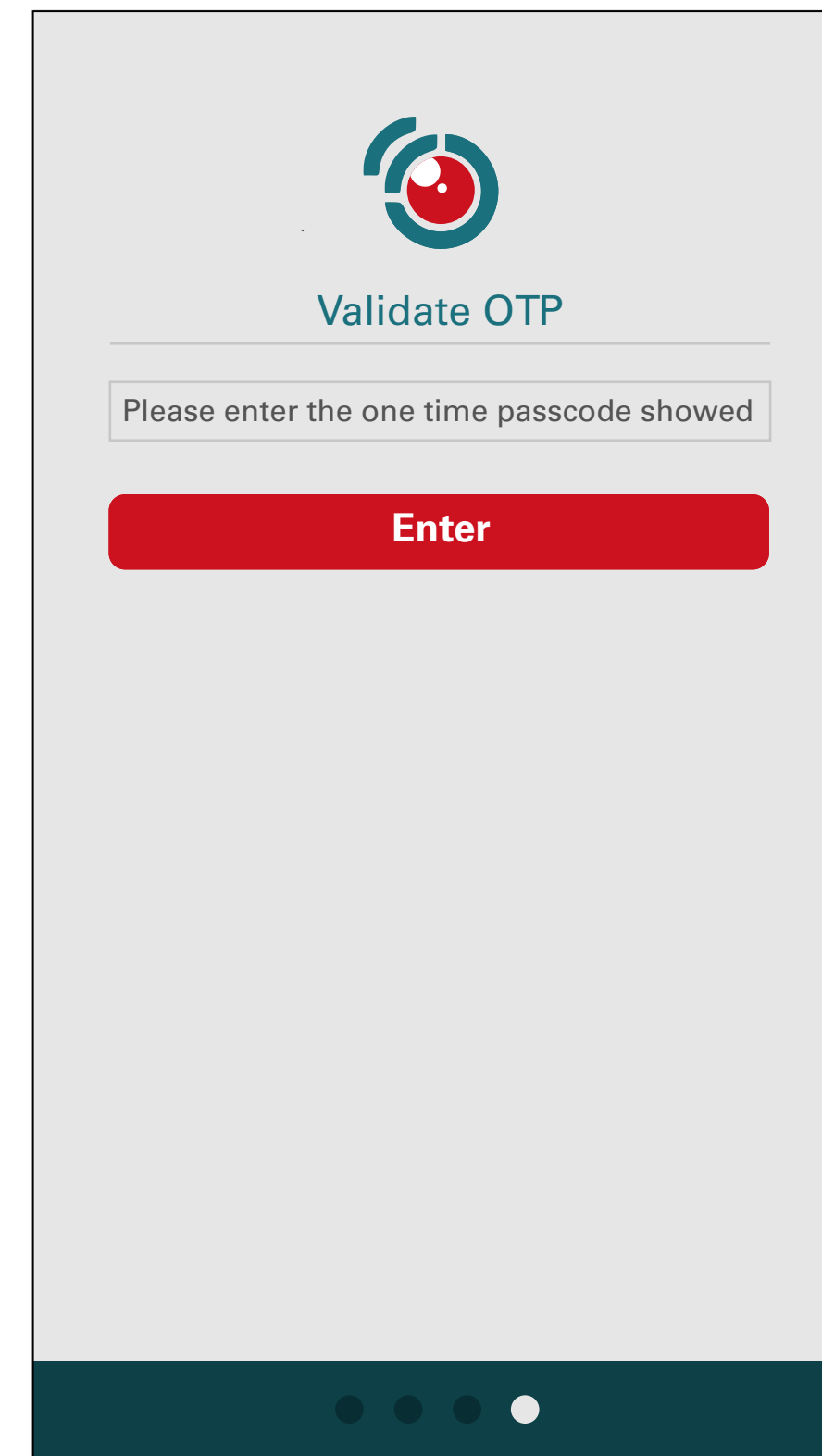
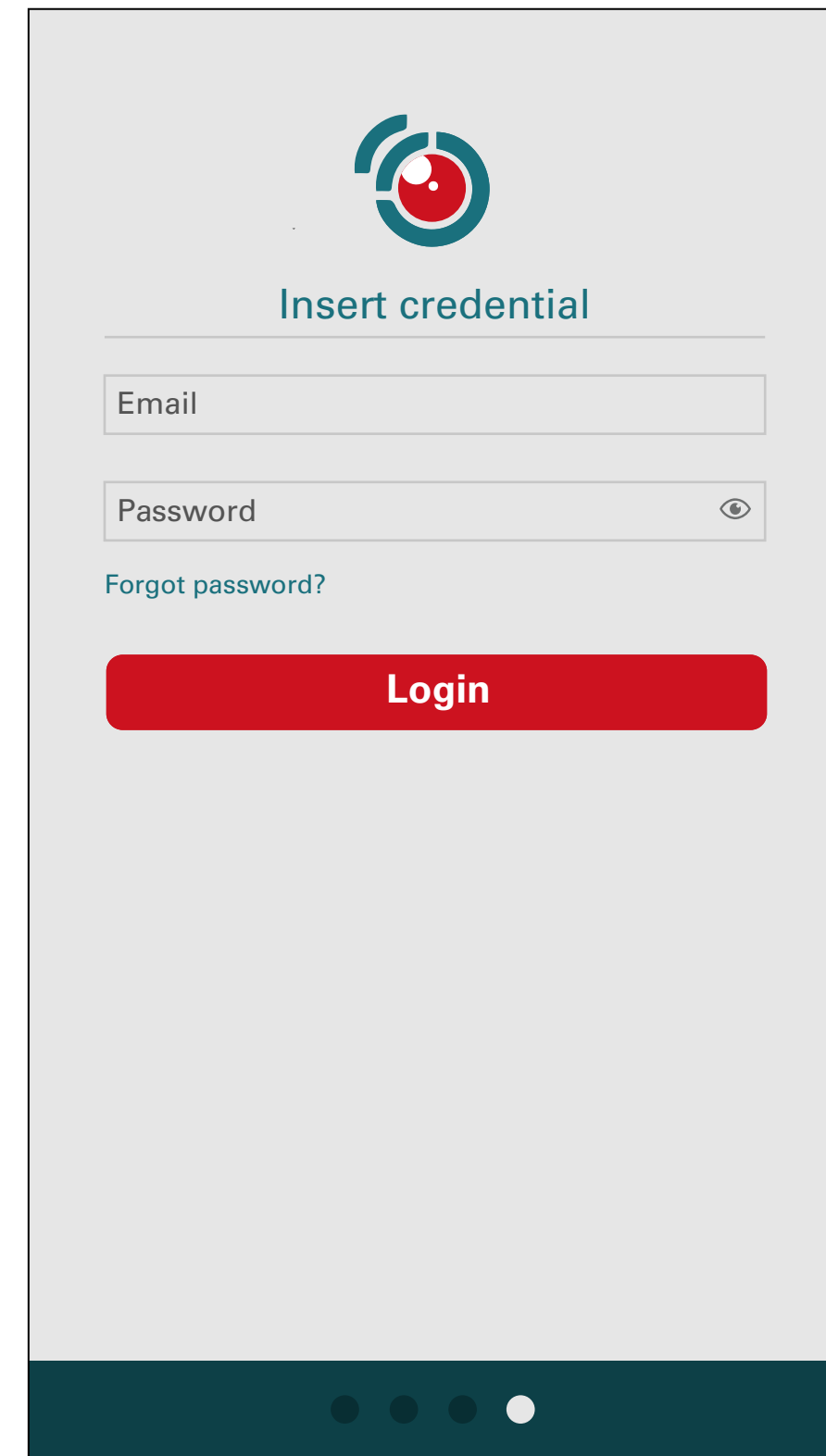
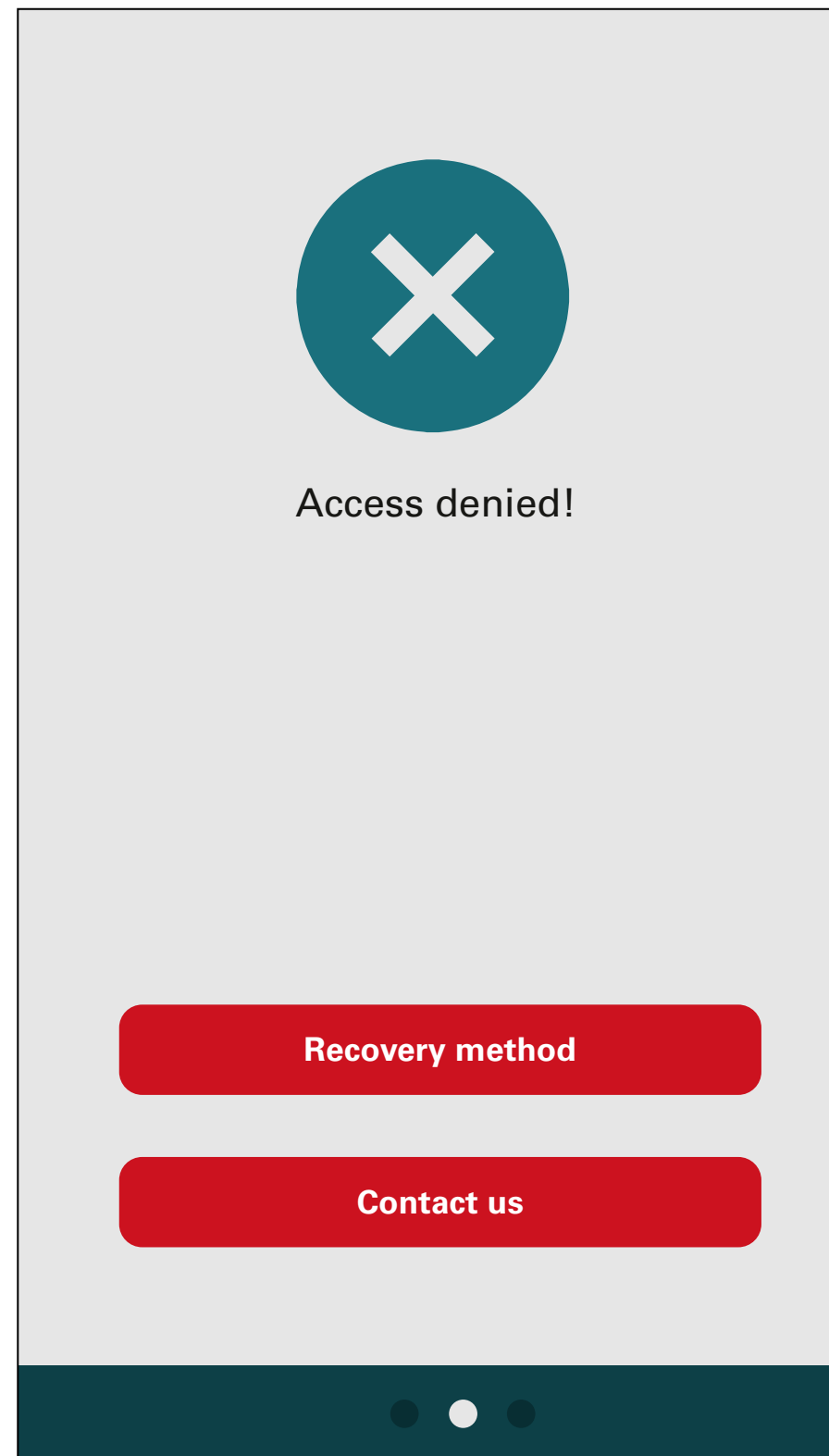
(Versione mobile, Pagina di presentazione prodotto)



- Nella schermata di gestione delle credenziali si potranno copiare velocemente password e nome utente in modo veloce con il tasto copy o aggiungere nuove password che potranno essere condivise o meno con gli altri utenti appartenenti allo stesso pacchetto d'acquisto aziendale.

APPLICAZIONE

(Versione mobile, Pagina di presentazione prodotto)

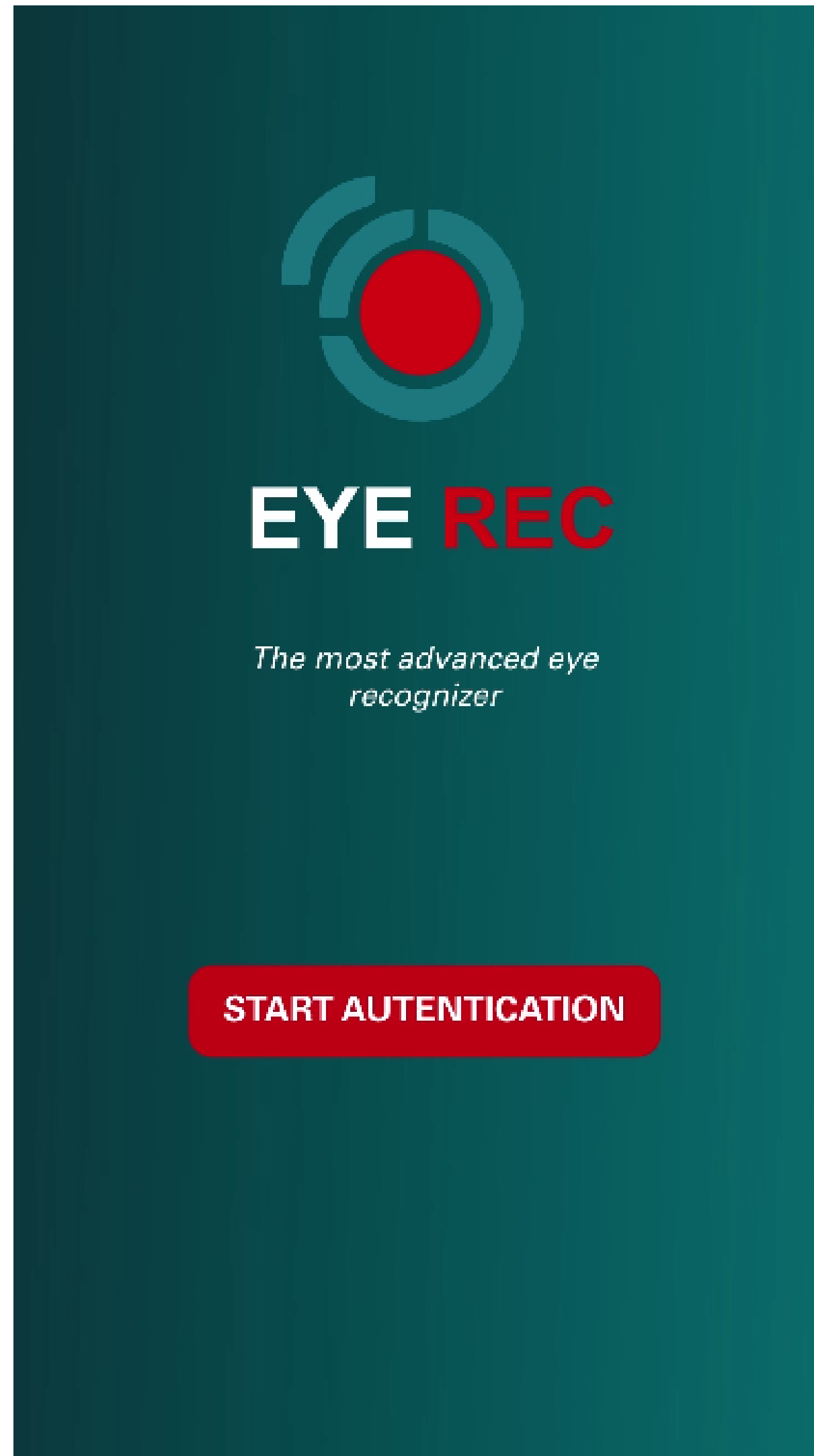


Recovery mode:

Nel caso la fase di autenticazione non dovesse andare a buon fine ci sarà la possibilità di contattare il servizio di assistenza o scegliere il recovery method con login manuale e autenticazione con sistema di Otp.

APPLICAZIONE

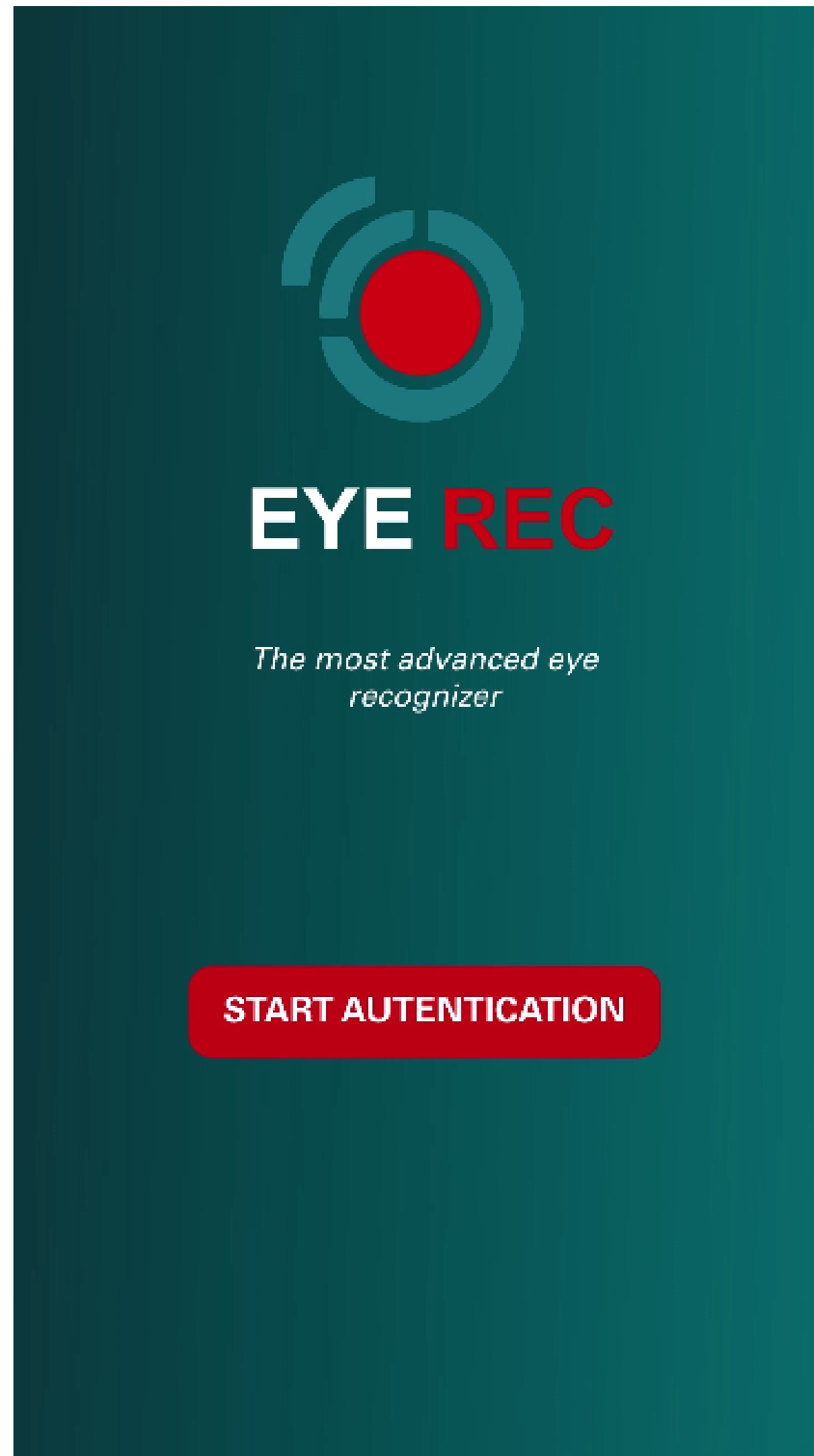
(Versione mobile, Video illustrativo)



**FASE DI AUTENTICAZIONE ANDATA A
BUON FINE E SCHERMATA INIZIALE
DEL MENU':**

APPLICAZIONE

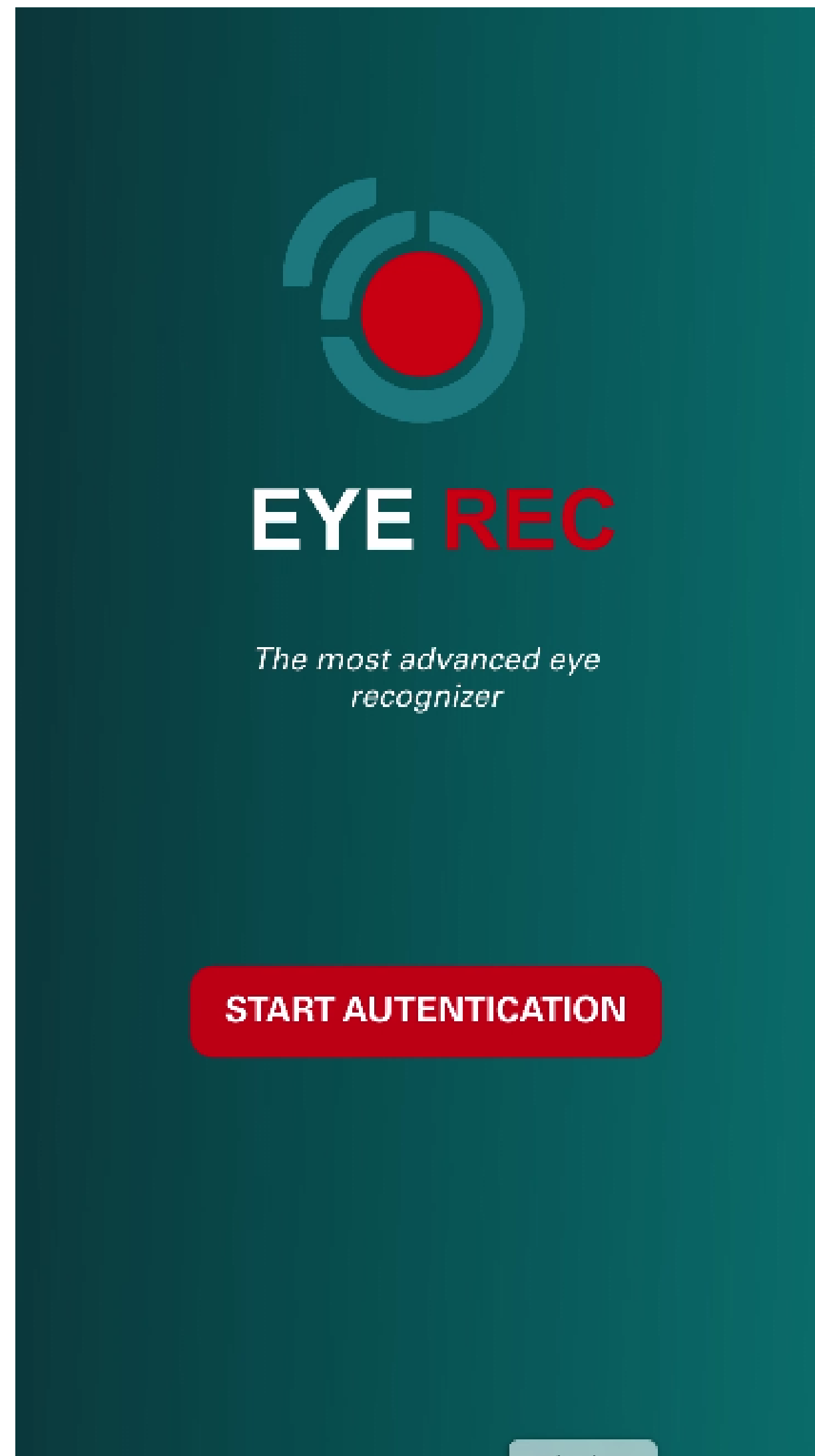
(Versione mobile, Video illustrativo)



**FASE DI AGGIUNTA
PASSWORD:**

APPLICAZIONE

(Versione mobile, Video illustrativo)



FASE DI AUTENTICAZIONE FALLITA CON LOGIN MANUA- LE E OTP:



SOCIAL MEDIA: Facebook



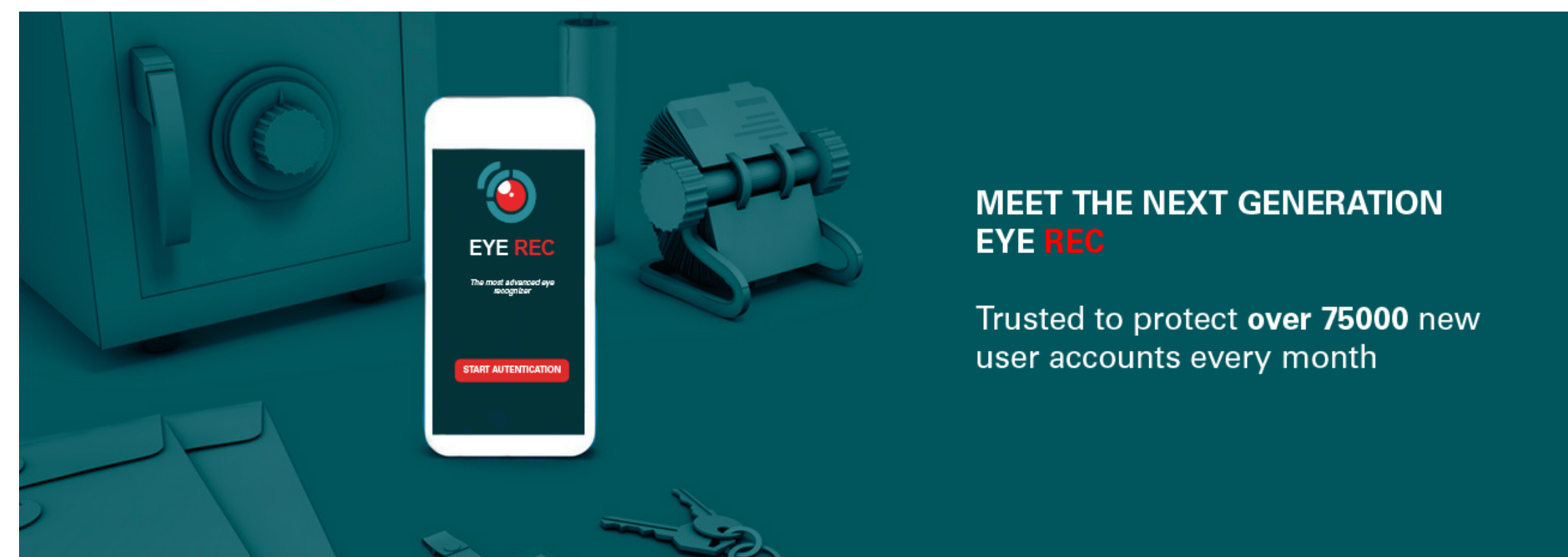
- Pubblicazione di contenuti interattivi, utilizzo di grafiche motion e link a video youtube, appartenenti al proprio canale.



- Pubblicazione giornaliera di post informativi che vadano ad elogiare e sottolineare i punti di forza del software, con link alla proprio sito web.



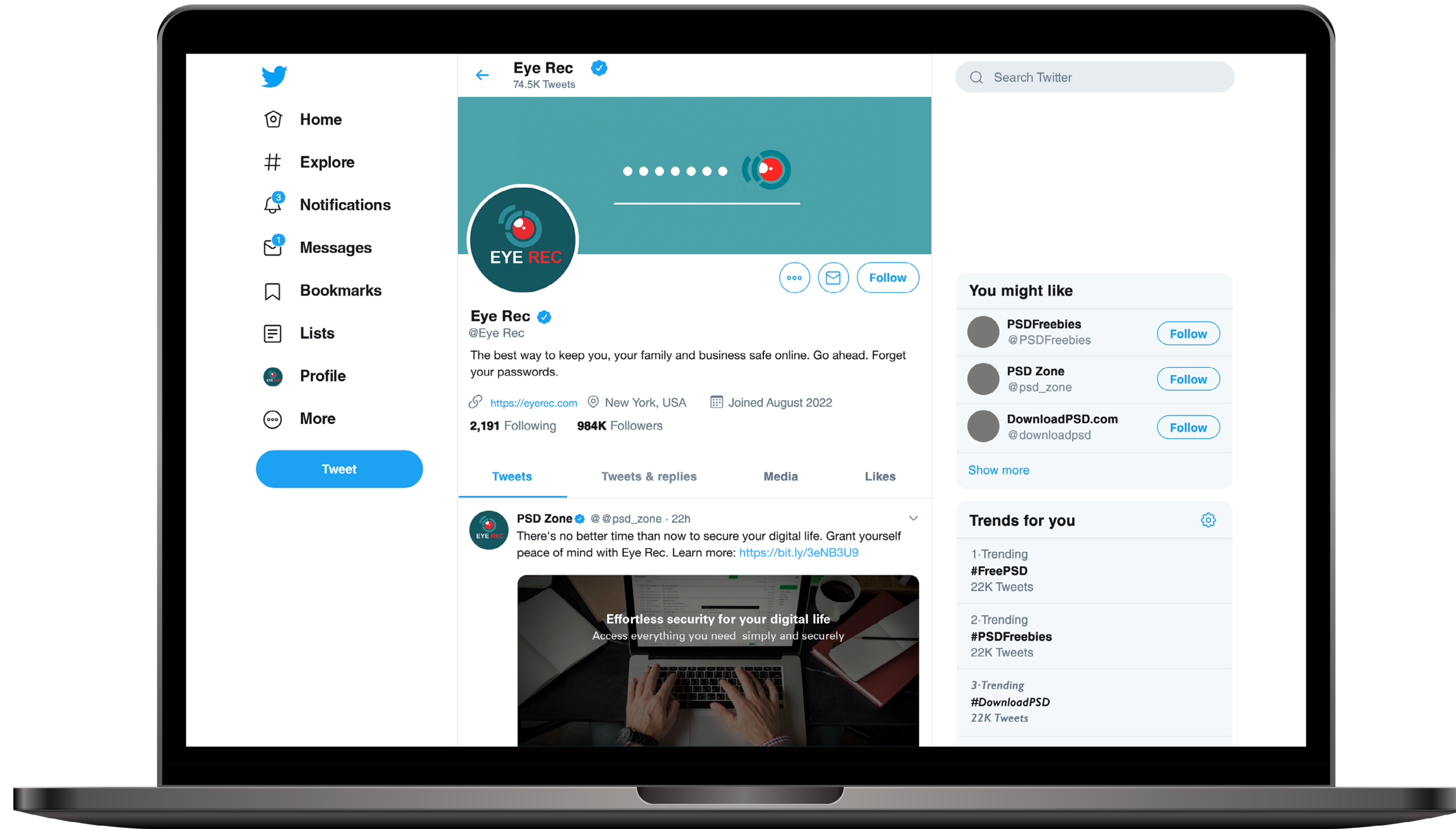
- Utilizzo di Facebook ads per arrivare a nuovi potenziali clienti.



2

SOCIAL MEDIA: Twitter

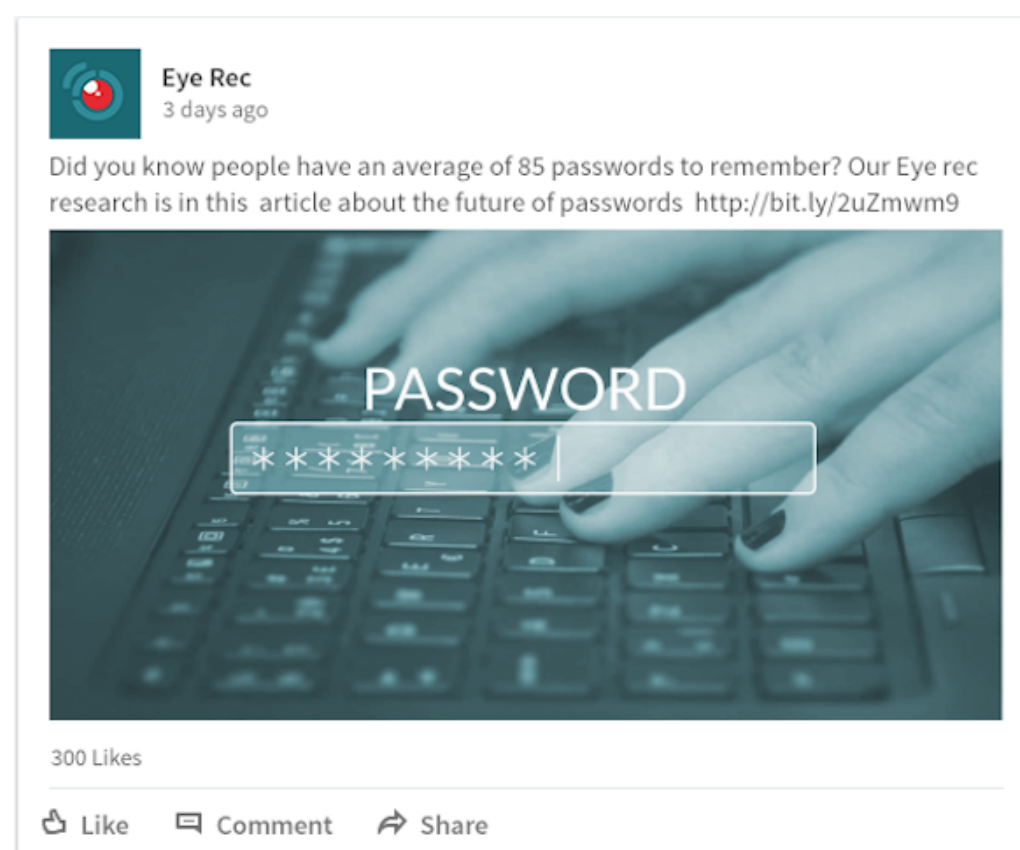
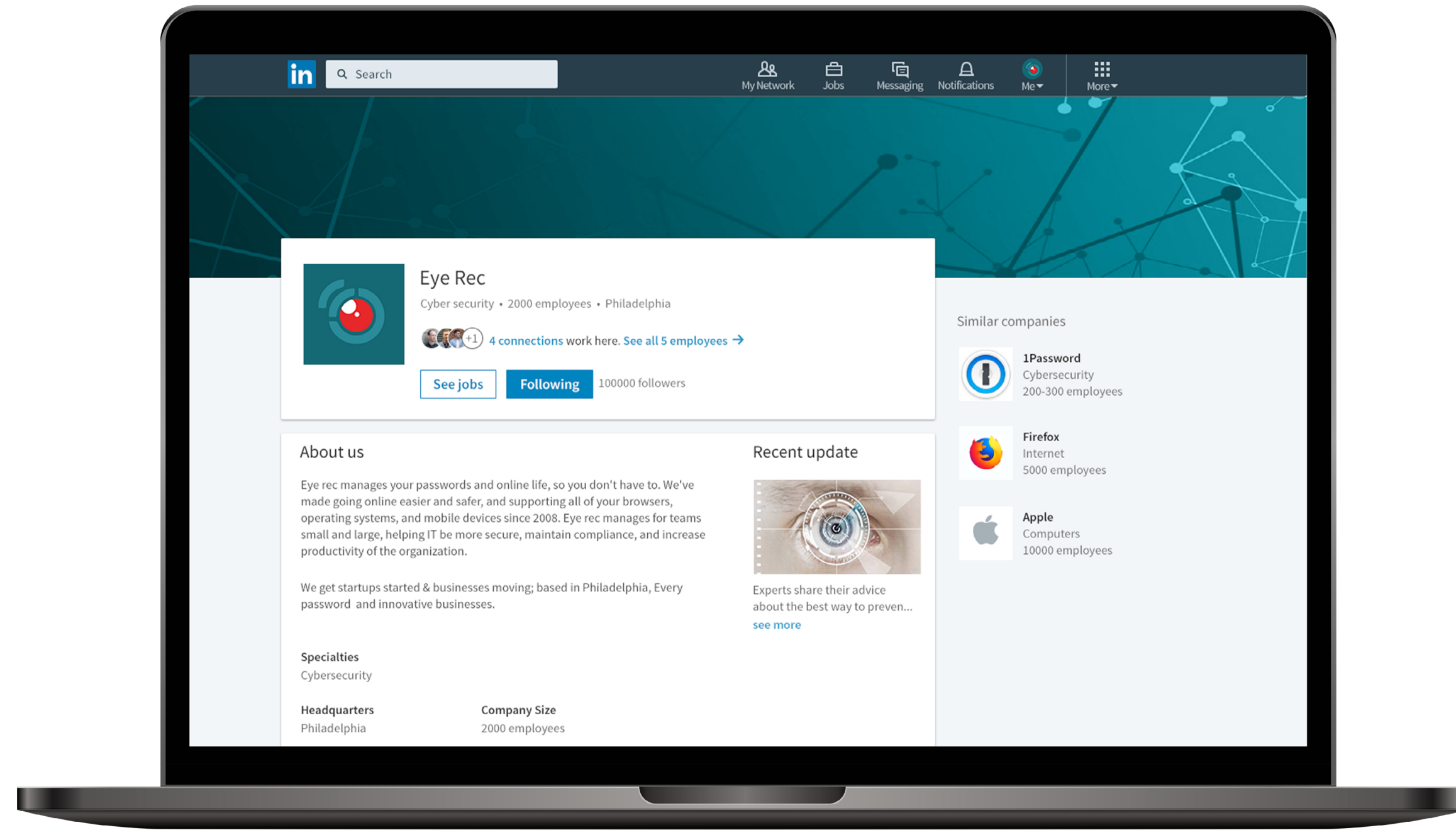
- Pubblicazioni inerenti alla propria azienda (es: traguardi, novità).
- Comunicazioni e notizie dal mondo tech-security. Con link al proprio blog o sito web.

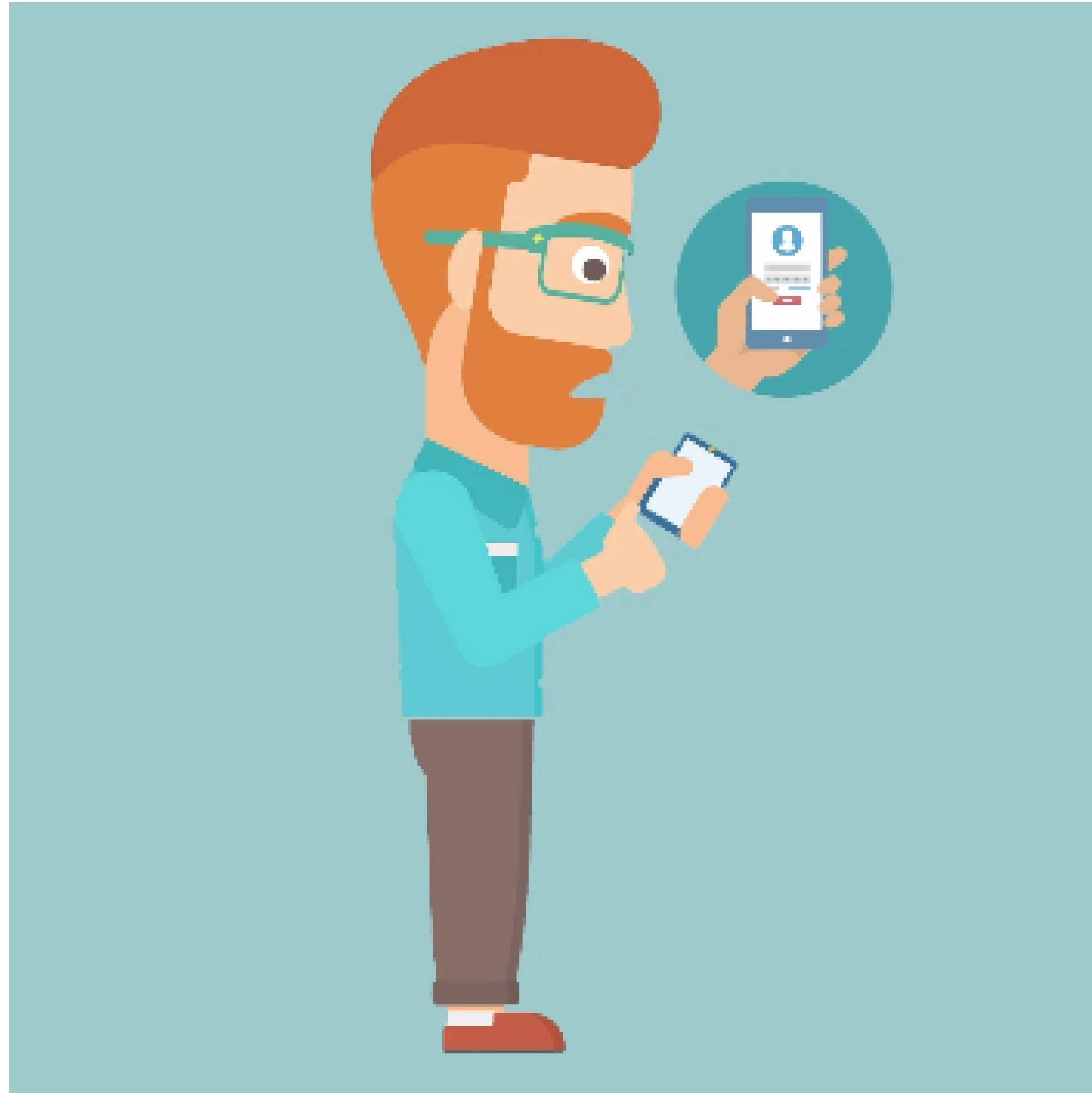


3

SOCIAL MEDIA: Linkedin

- Pubblicazione di articoli dal proprio blog o sito di notizie riguardanti mondo sicurezza e tecnologia e statistiche.
- Creazione post giornaliera.





SOCIAL MEDIA:

Video da bacheca

- Adatto per Instagram o Facebook.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE