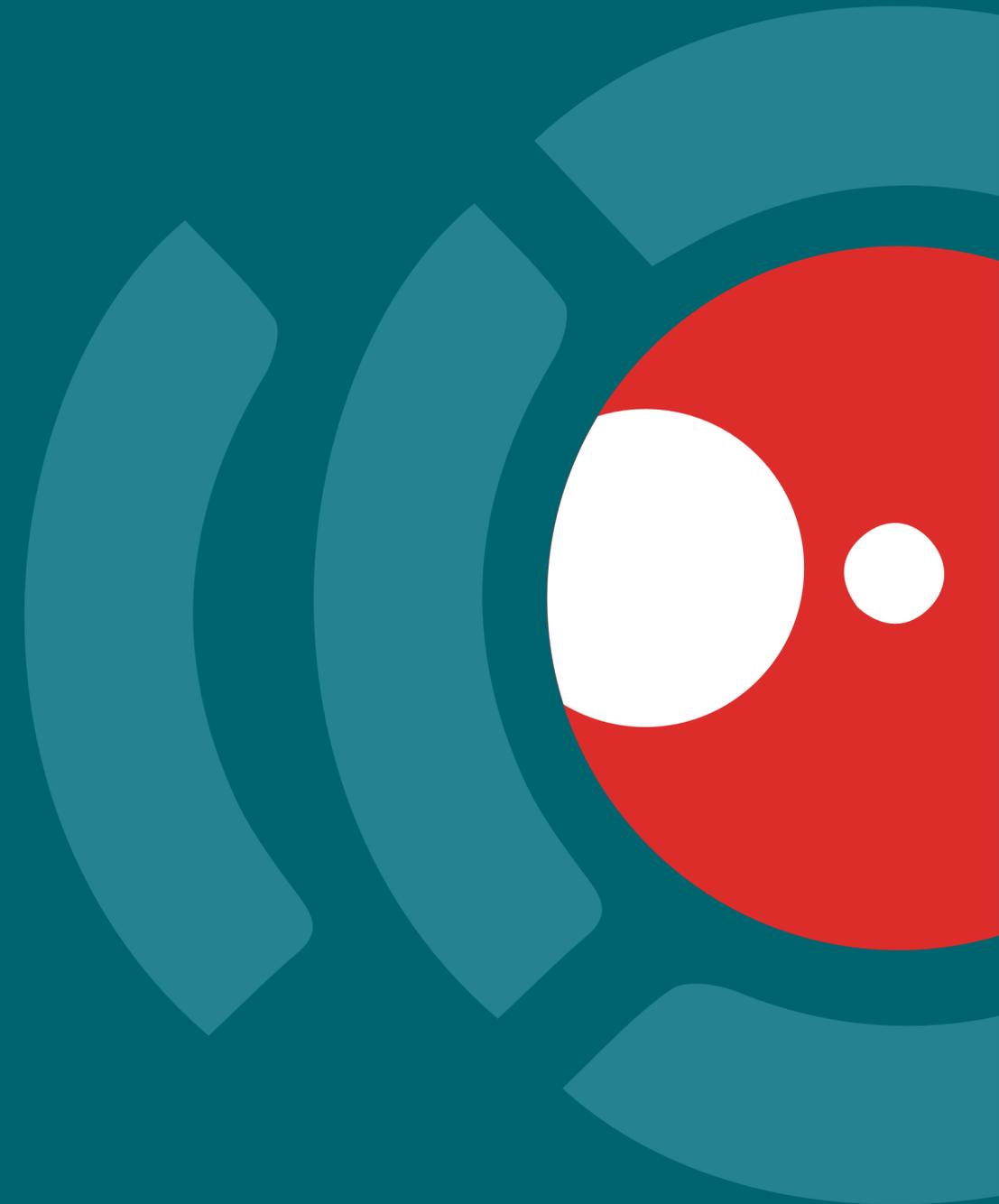


MANUALE DELL'IMMAGINE COORDINATA EYE **REC**





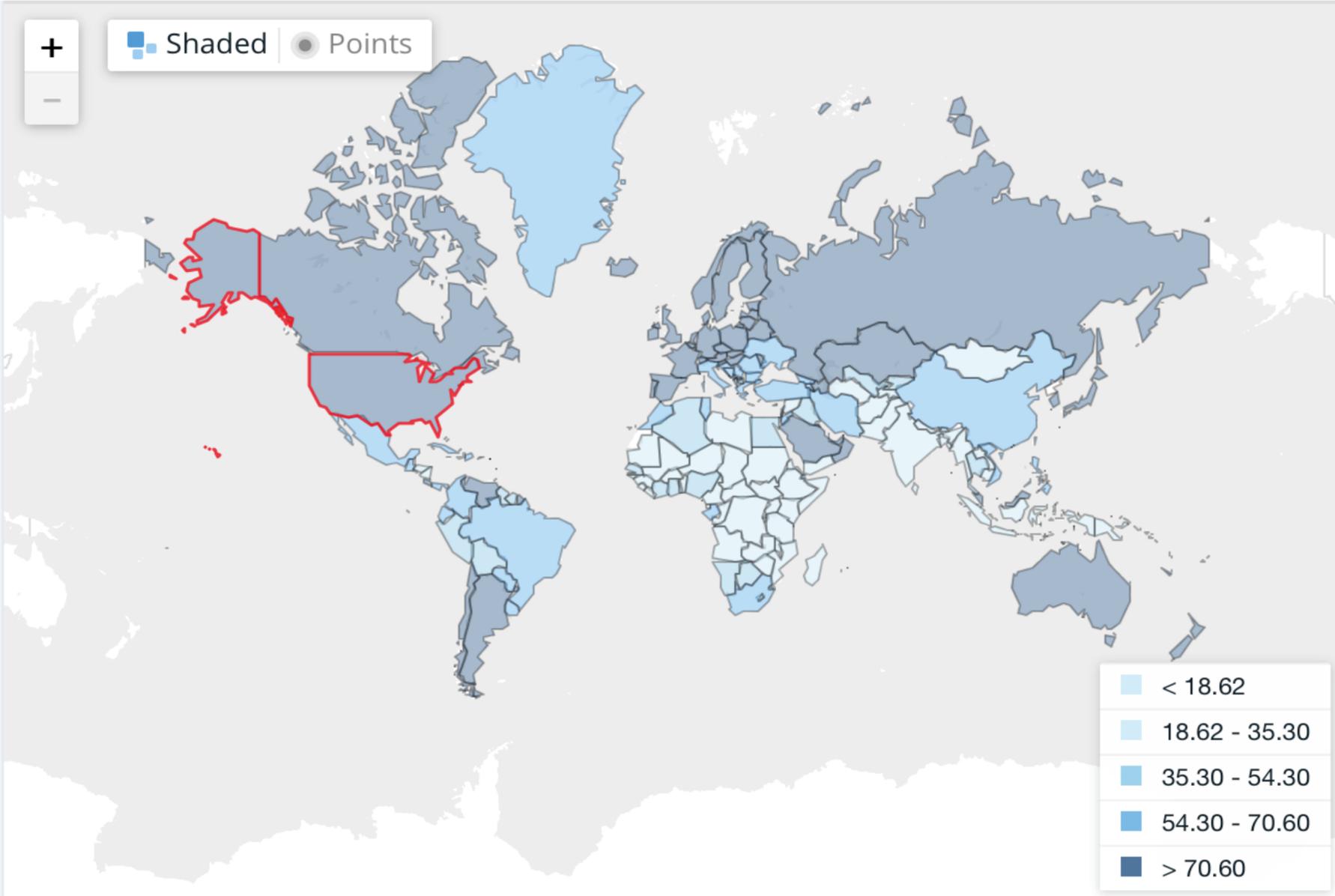
EYE REC

**“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.

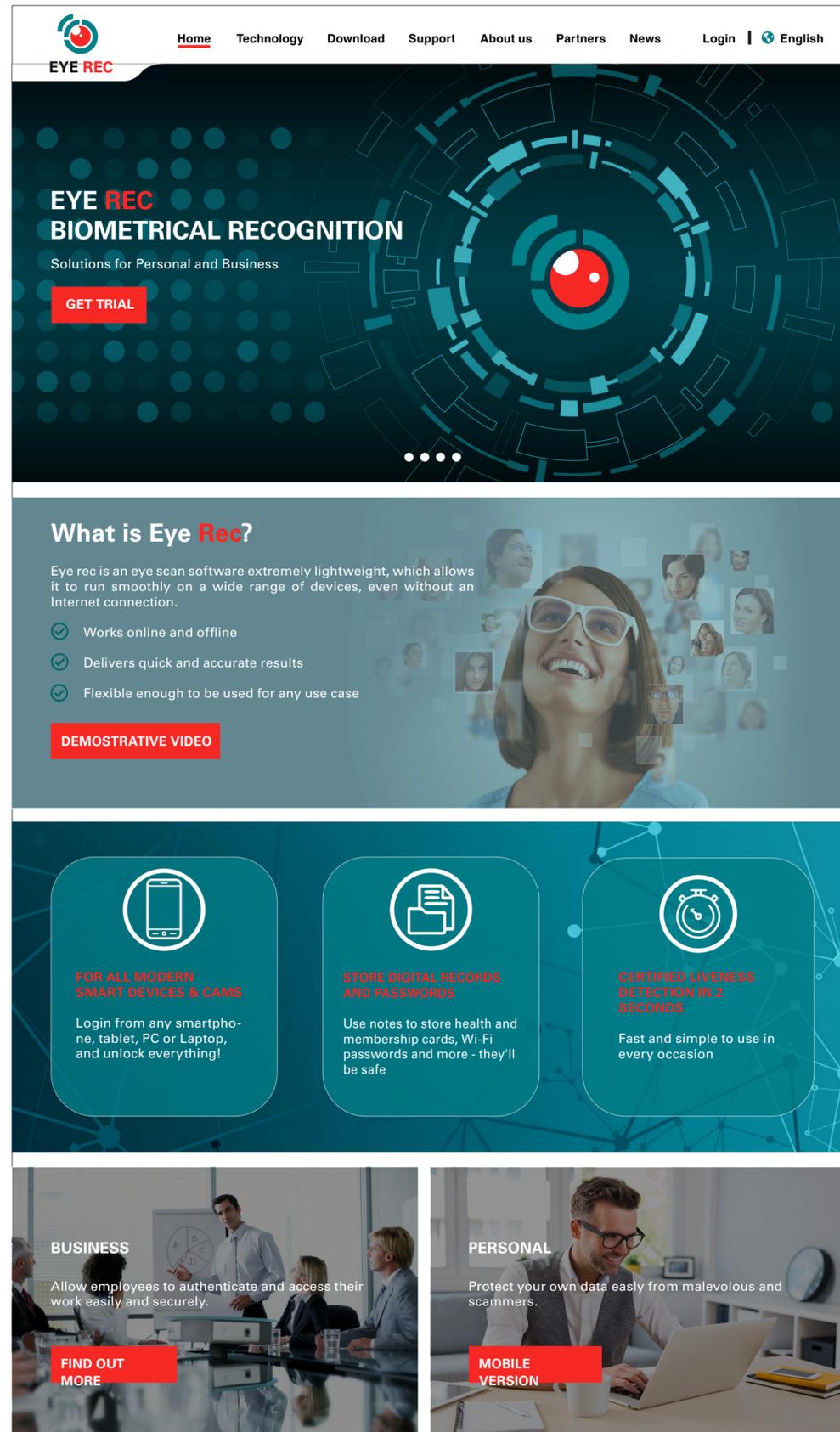


Sofia, Medico
35 anni

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 Analitycs.
- 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:

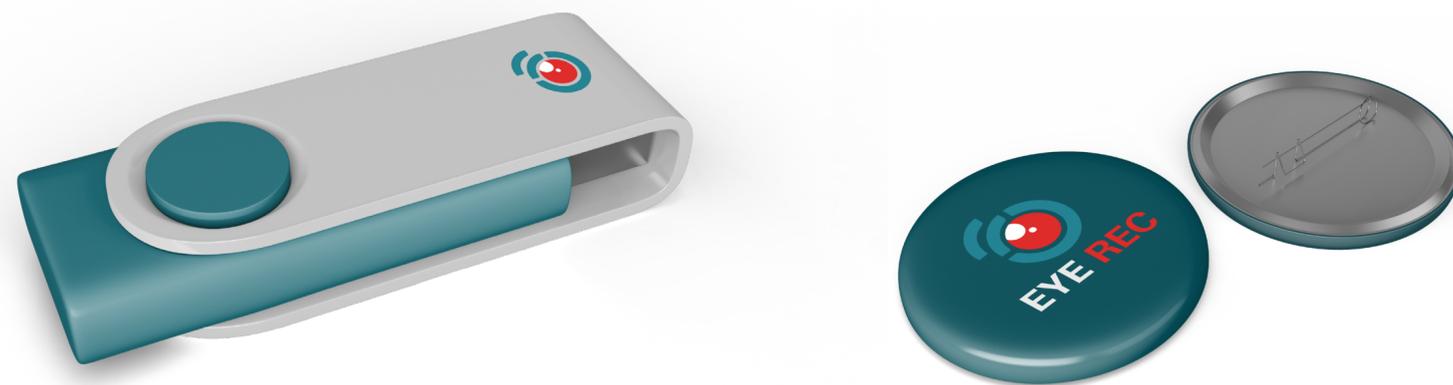
Riga Comm 2020

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.

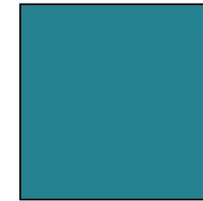
IL LOGOTIPO:

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:

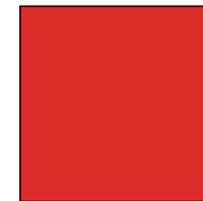
Tutti gli elementi che costituiscono il marchio sono parte integrante del medesimo. Non è possibile alterarli né scorporarli.

LOGO A COLORI



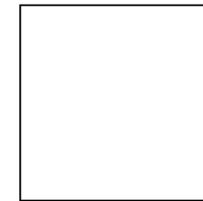
R: 36
G: 137
B: 152

248998



R: 228
G: 45
B: 152

E42D2A



R: 255
G: 255
B: 255

FFFFFFFF



R: 30
G: 30
B: 28

1E1E1C



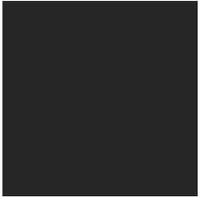
EYE REC



R: 0
G: 0
B: 0

000000

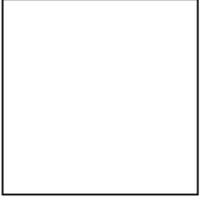
LOGO IN SCALA DI GRIGI



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.

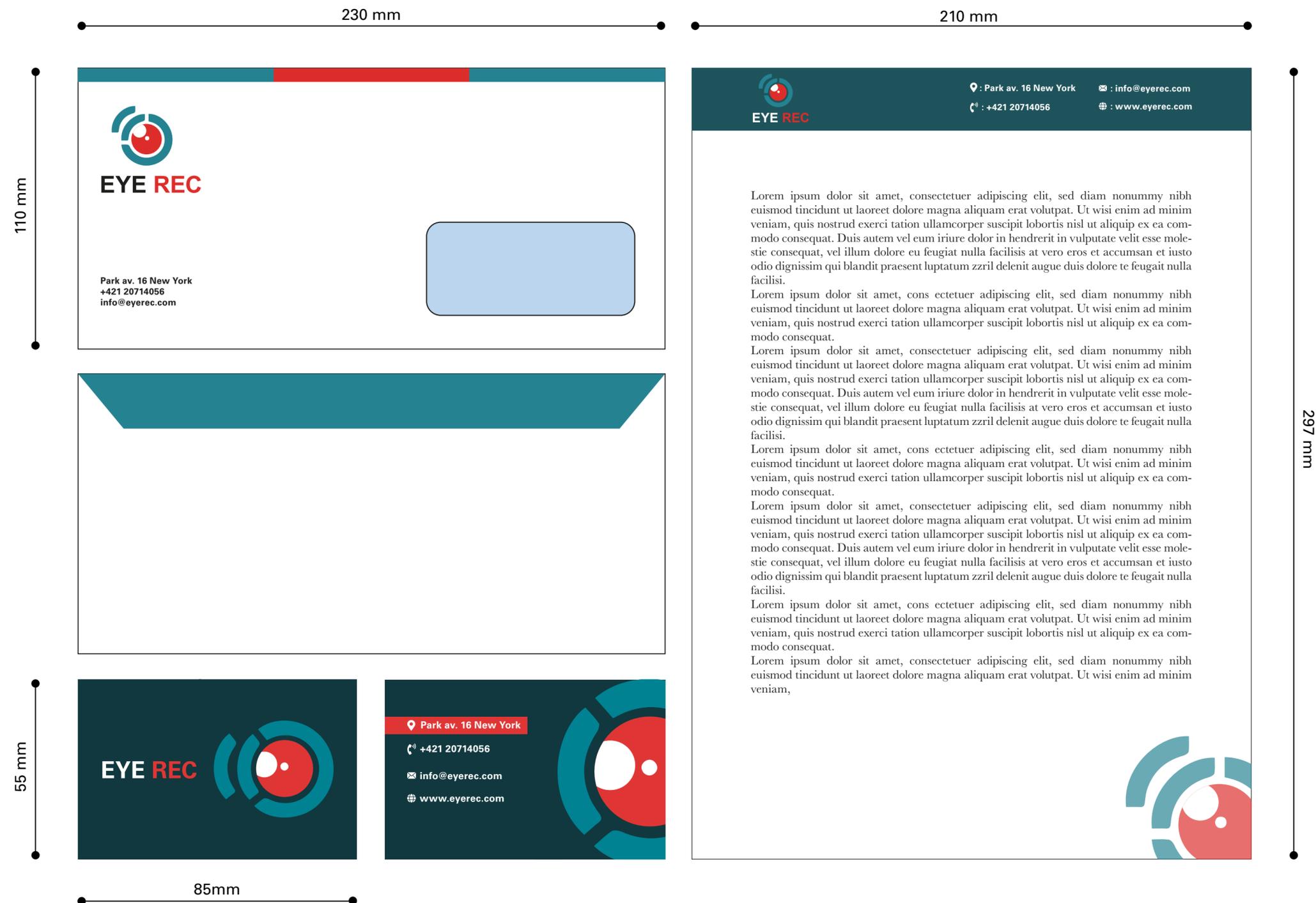
ABCEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Font utilizzato: Myriad Pro bold.

ABCEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

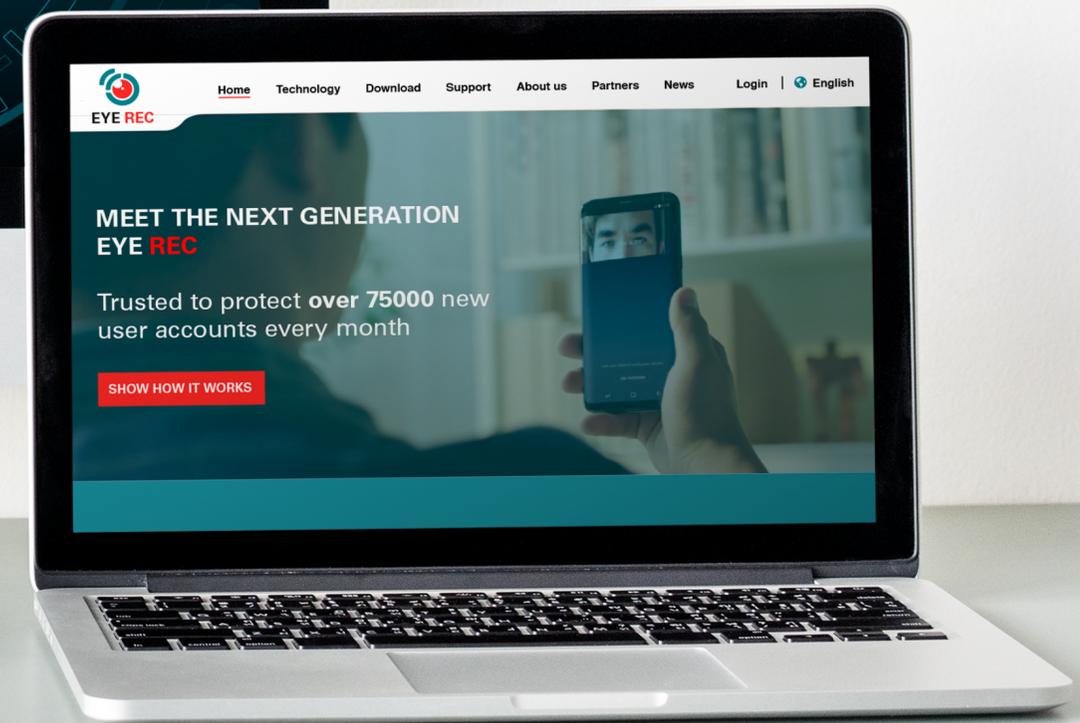
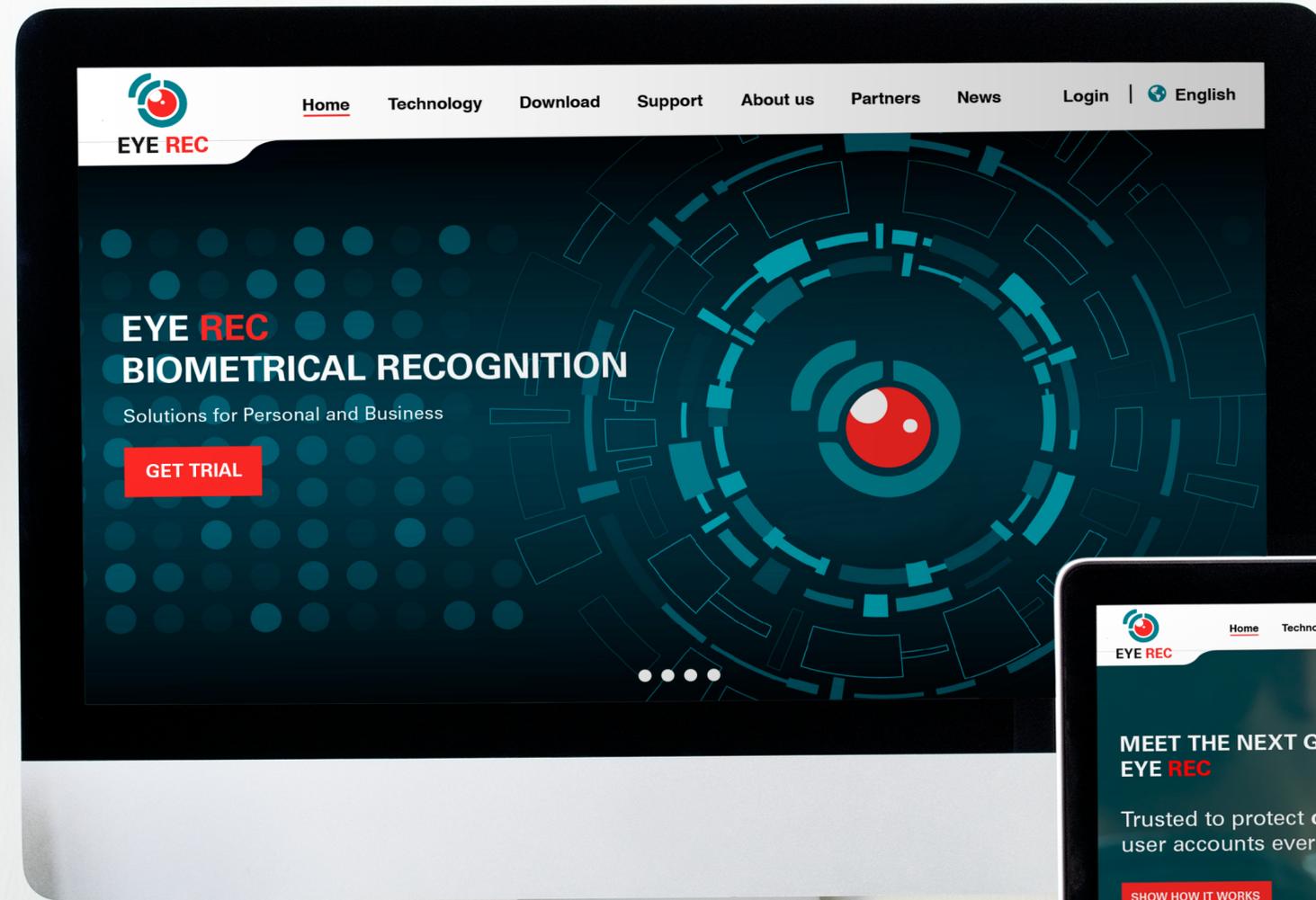
REPARTO UFFICIO

(Busta e carta intestata, biglietto da visita)



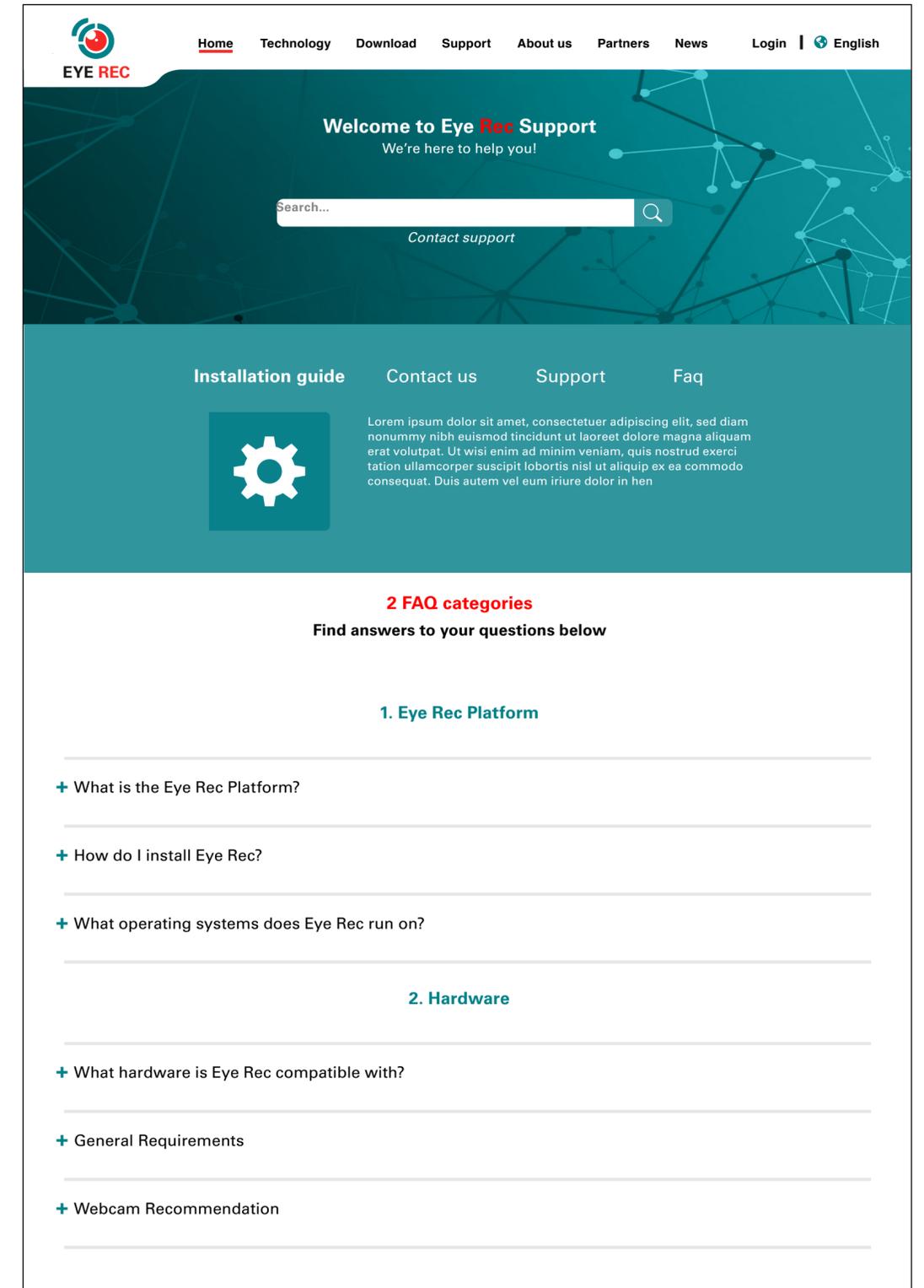
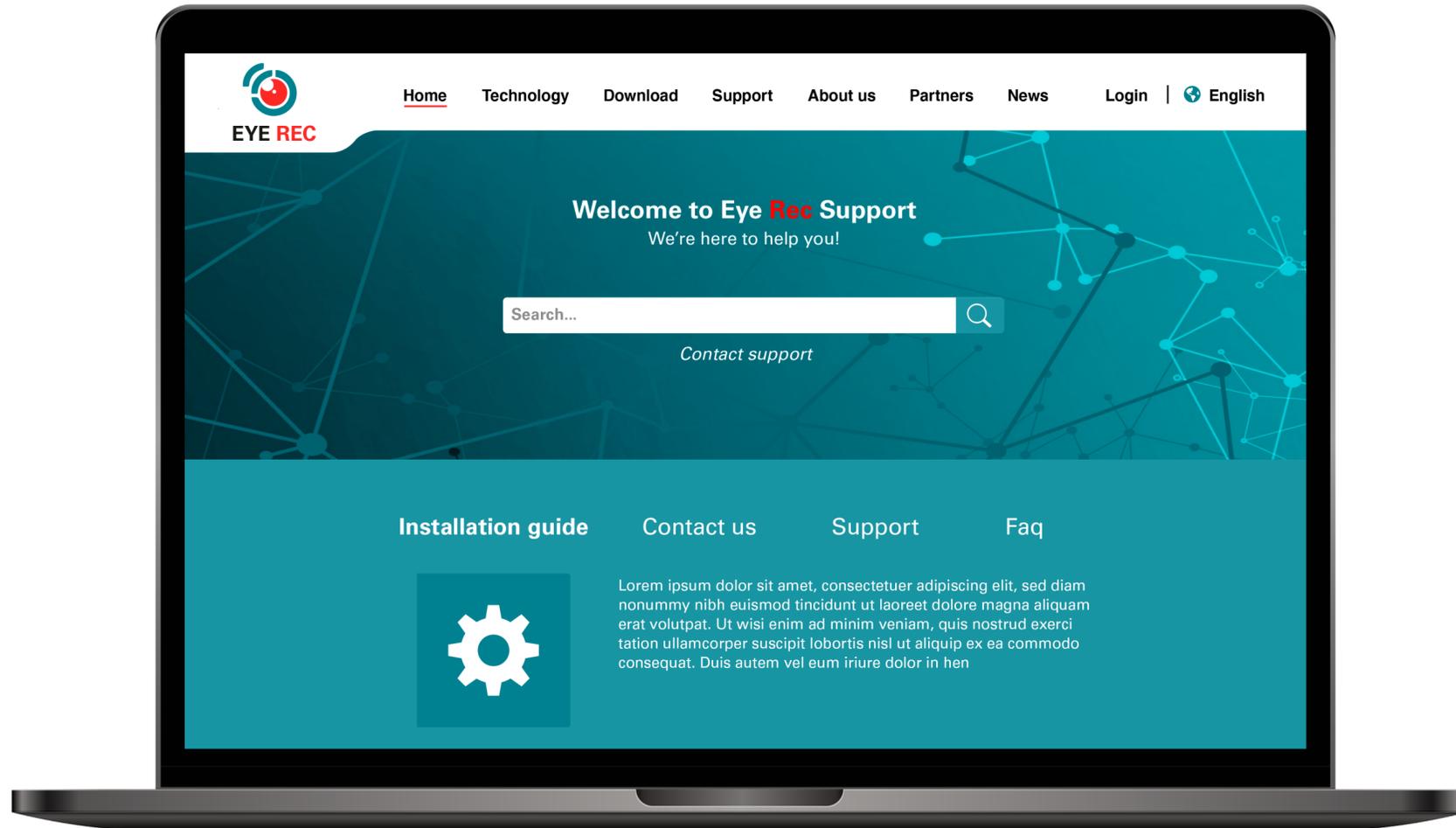
SITO WEB

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



SITO WEB

(Versione fissa, Pagina di supporto tecnico e Faq)



Welcome to Eye Rec Support
We're here to help you!

[Contact support](#)

[Installation guide](#)

[Contact us](#)

[Support](#)

[Faq](#)



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hen

2 FAQ categories

Find answers to your questions below

1. Eye Rec Platform

+ What is the Eye Rec Platform?

+ How do I install Eye Rec?

+ What operating systems does Eye Rec run on?

2. Hardware

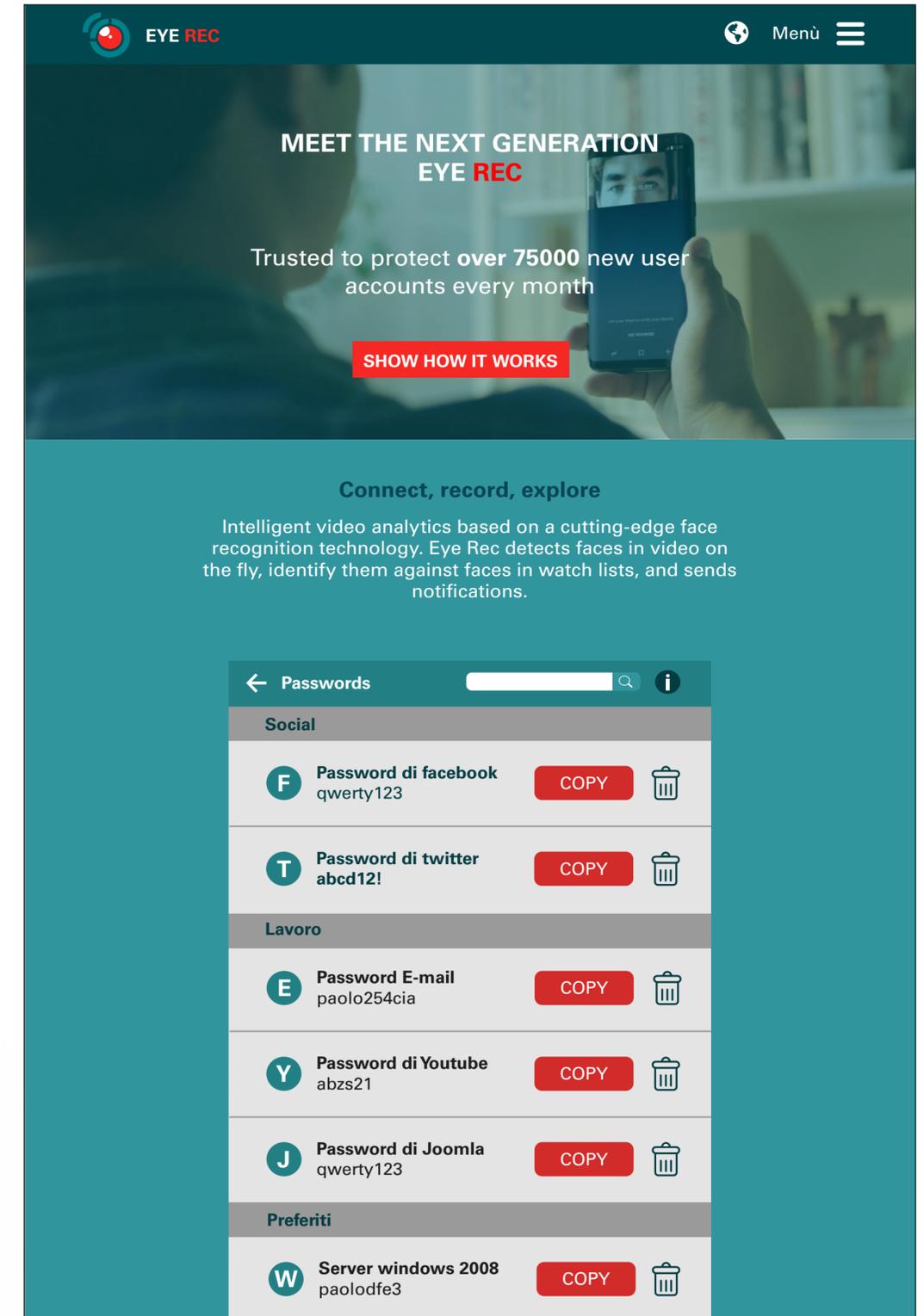
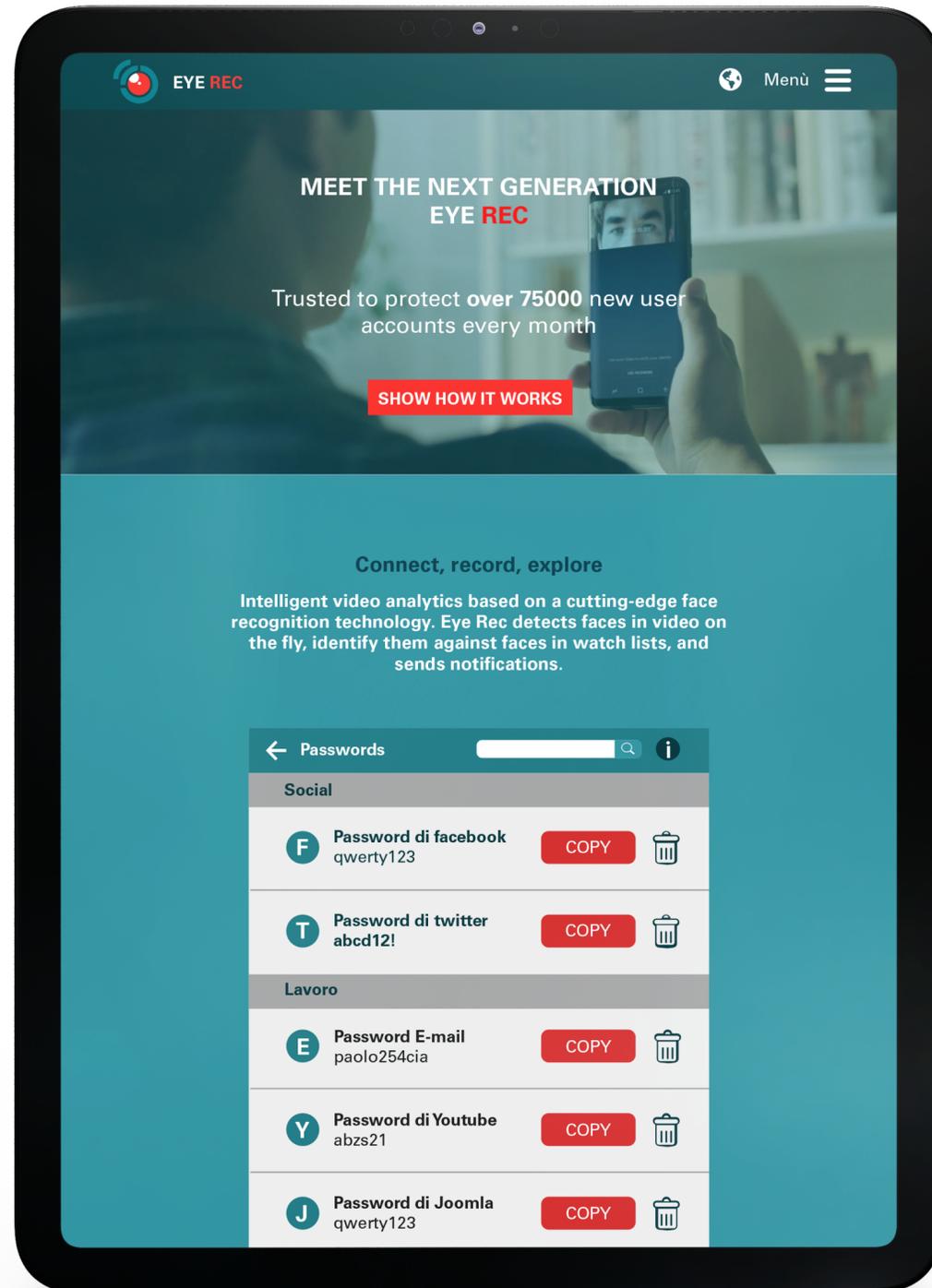
+ What hardware is Eye Rec compatible with?

+ General Requirements

+ Webcam Recommendation

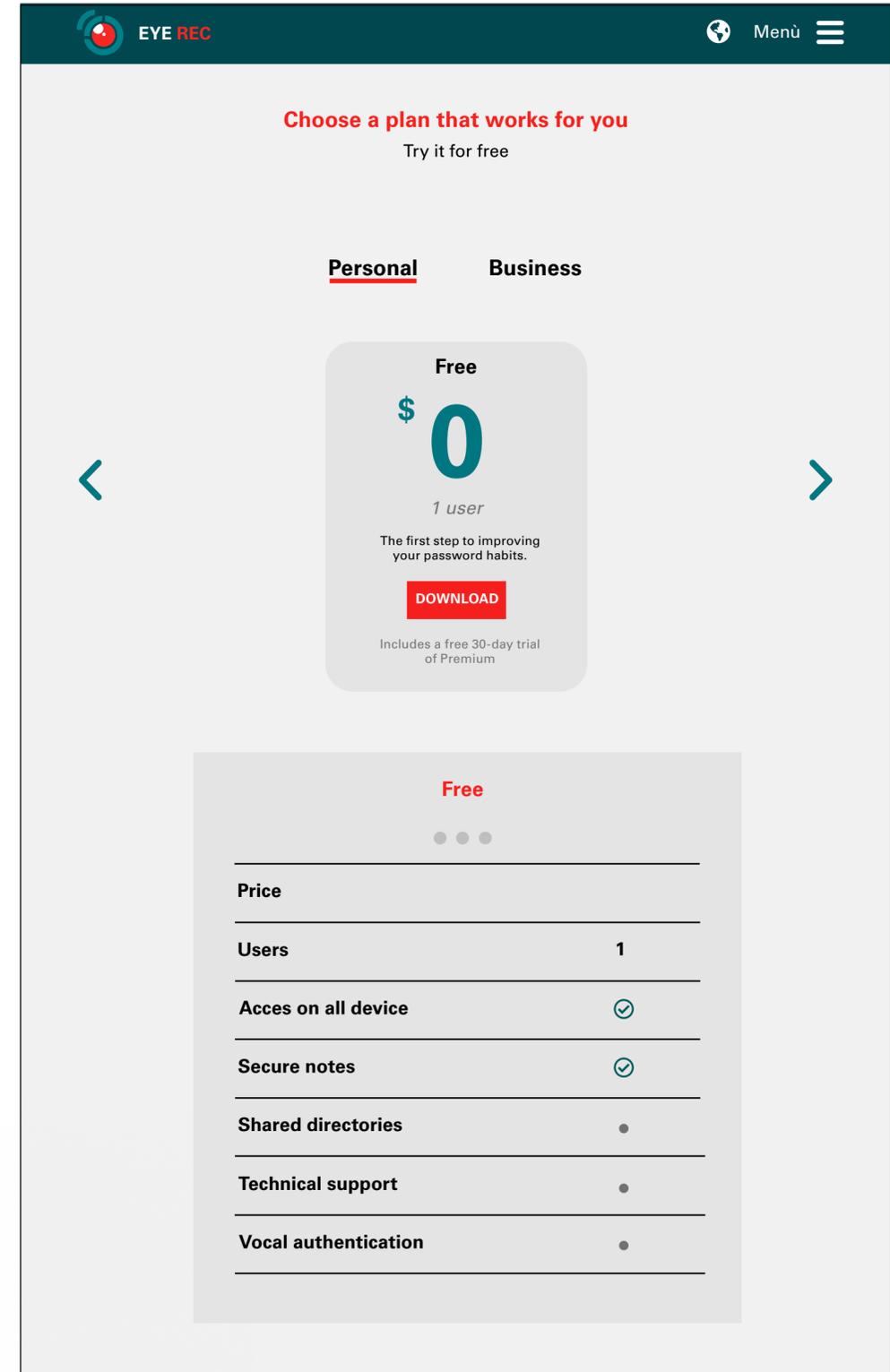
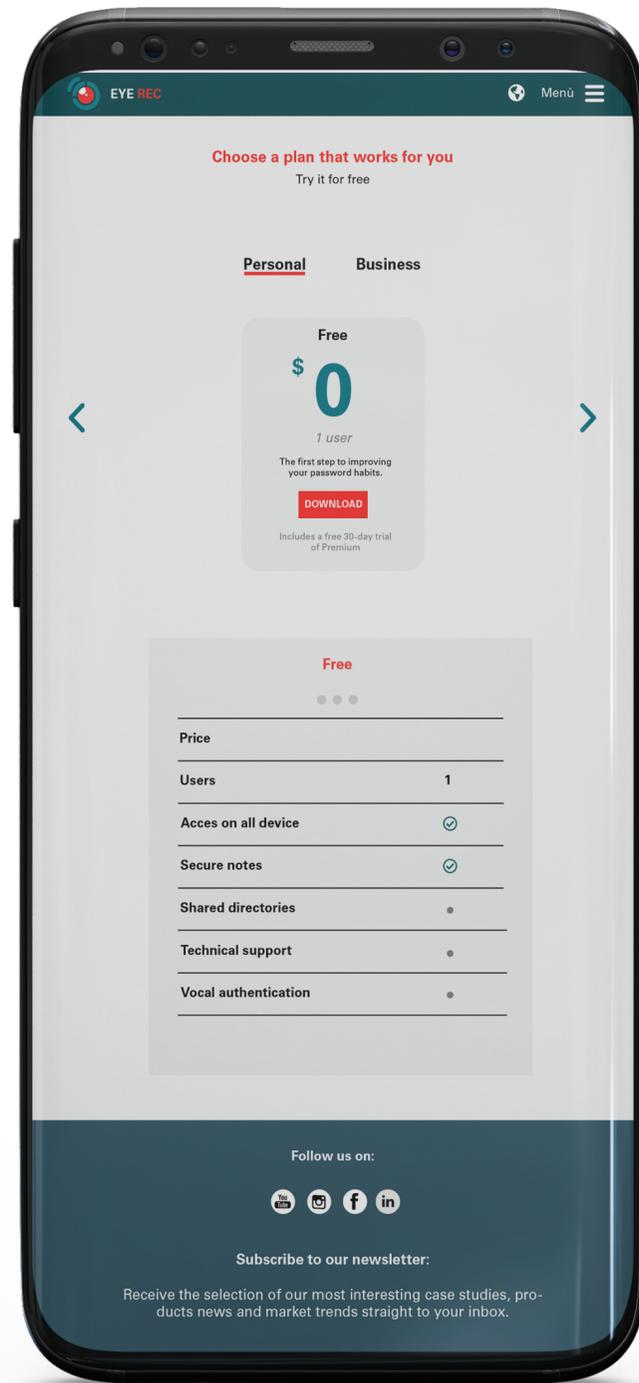
SITO WEB

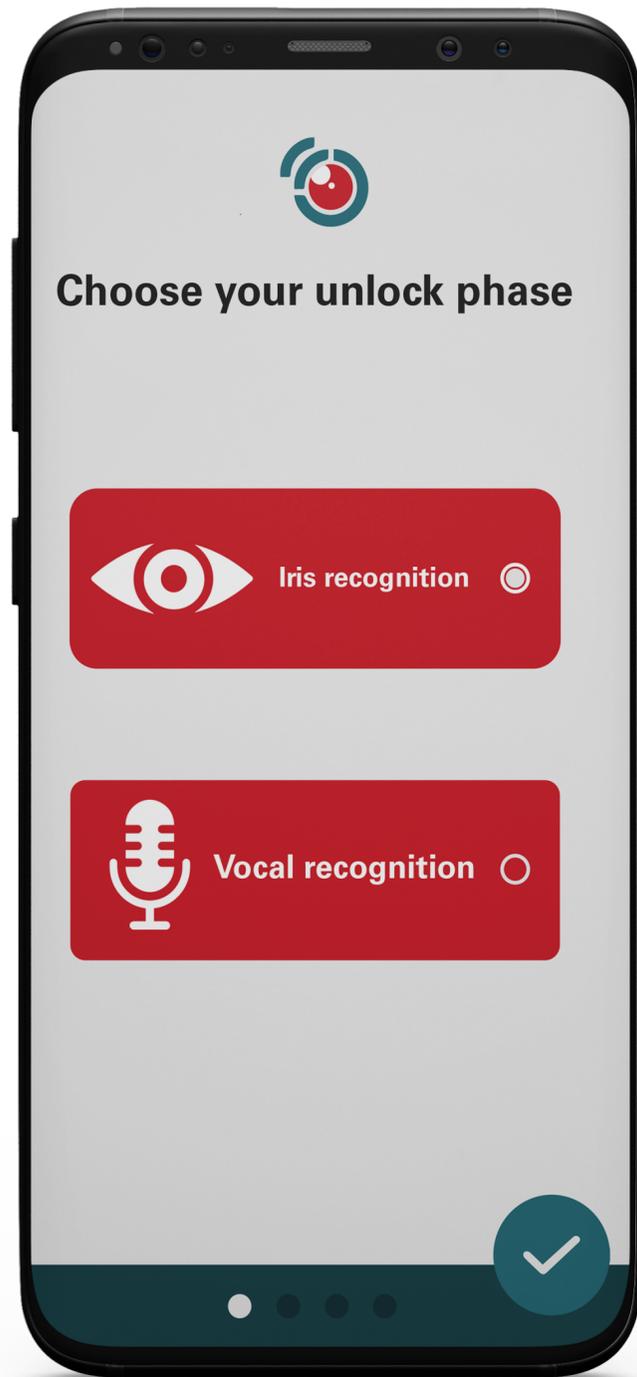
(Versione mobile, Pagina di presentazione prodotto)



SITO WEB

(Versione fissa, Pagina di supporto tecnico e Faq)



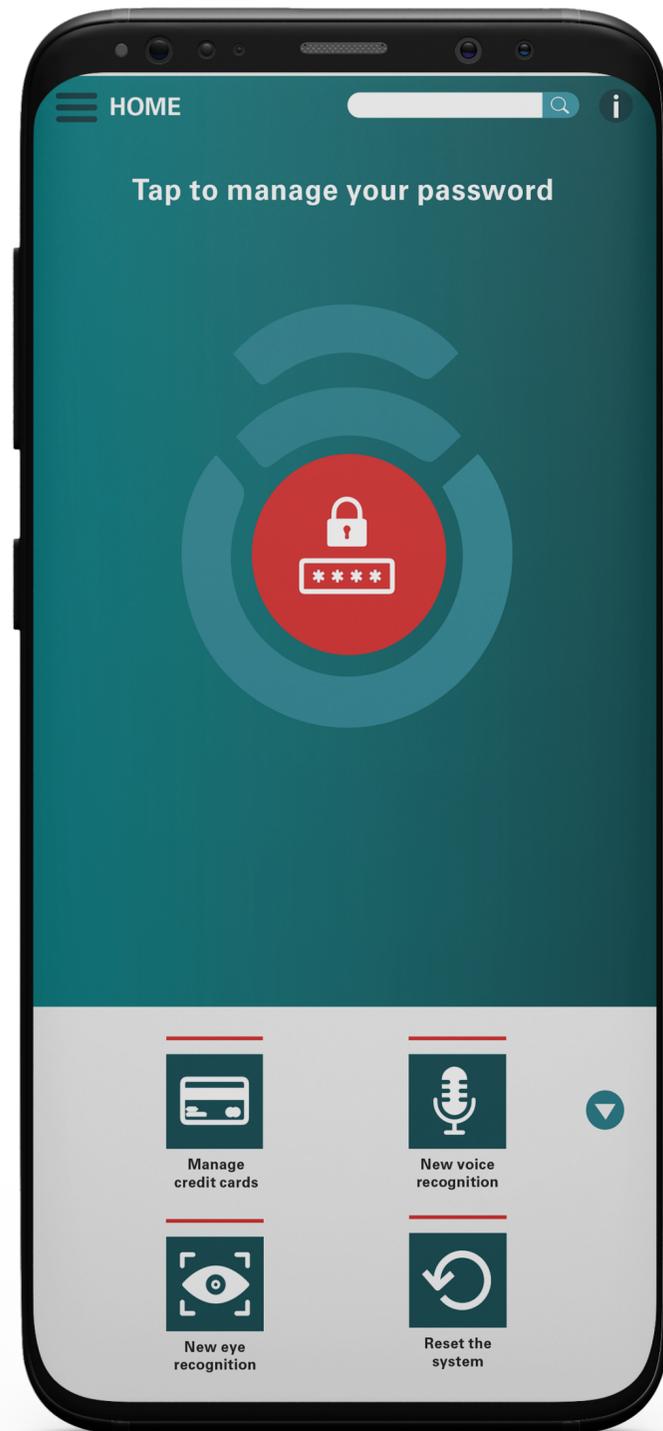


APPLICAZIONE:

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.



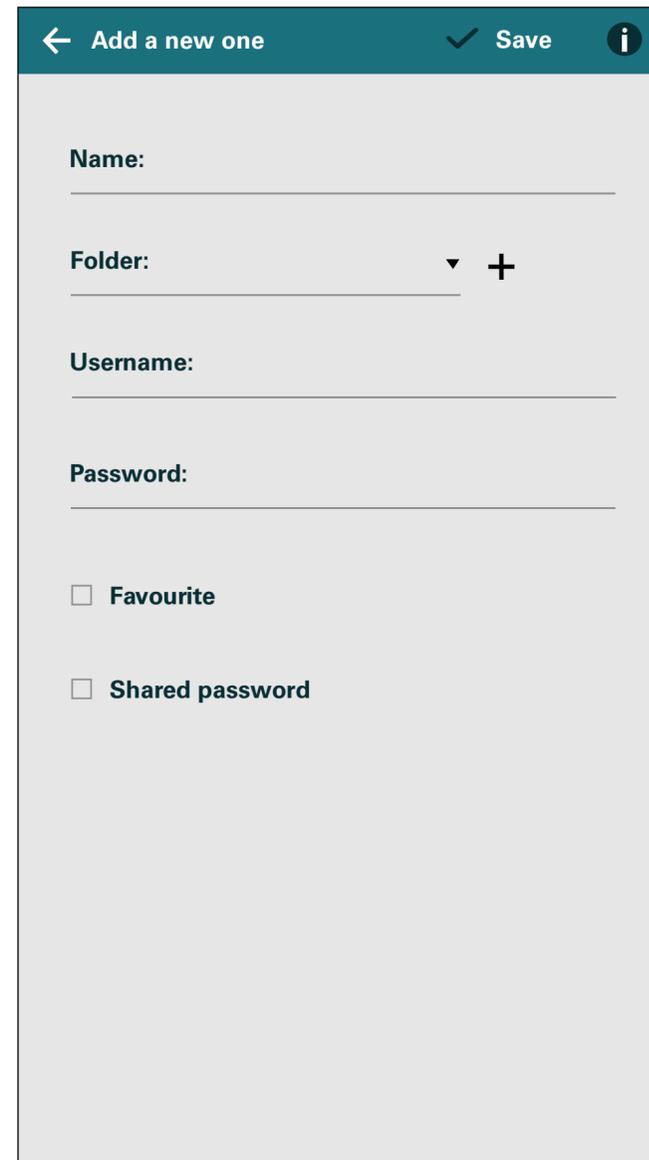
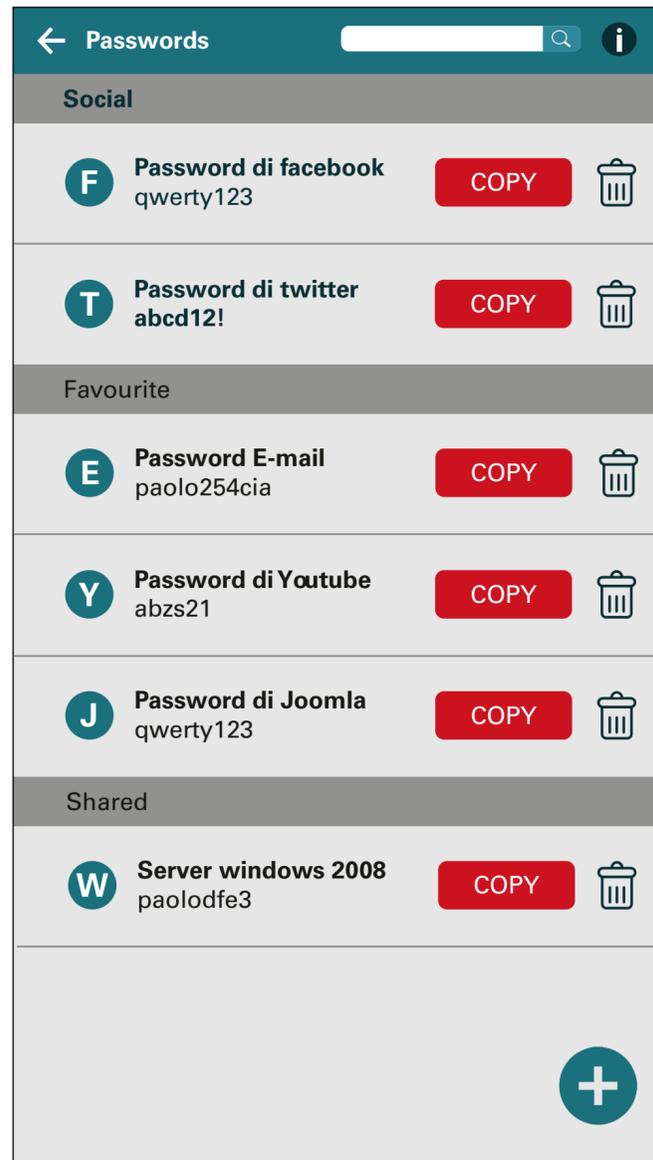
APPLICAZIONE:

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

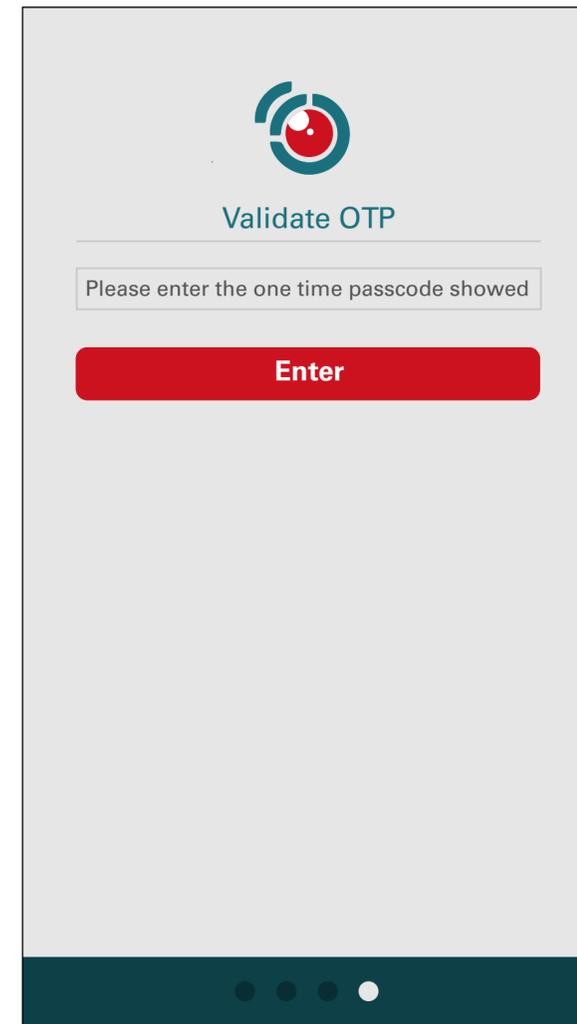
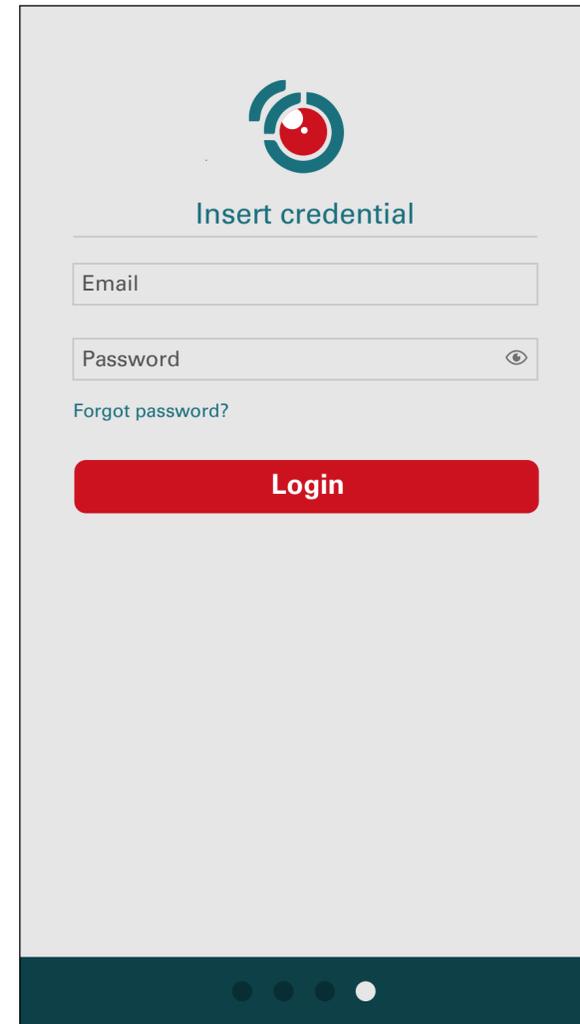
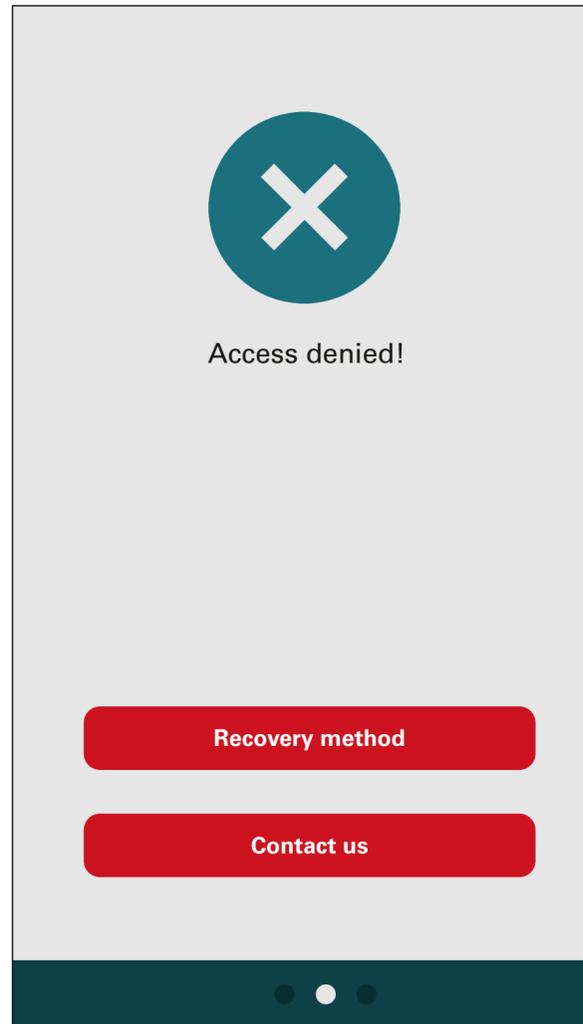
(Versione mobile, Pagina di presentazione prodotto)



- 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)

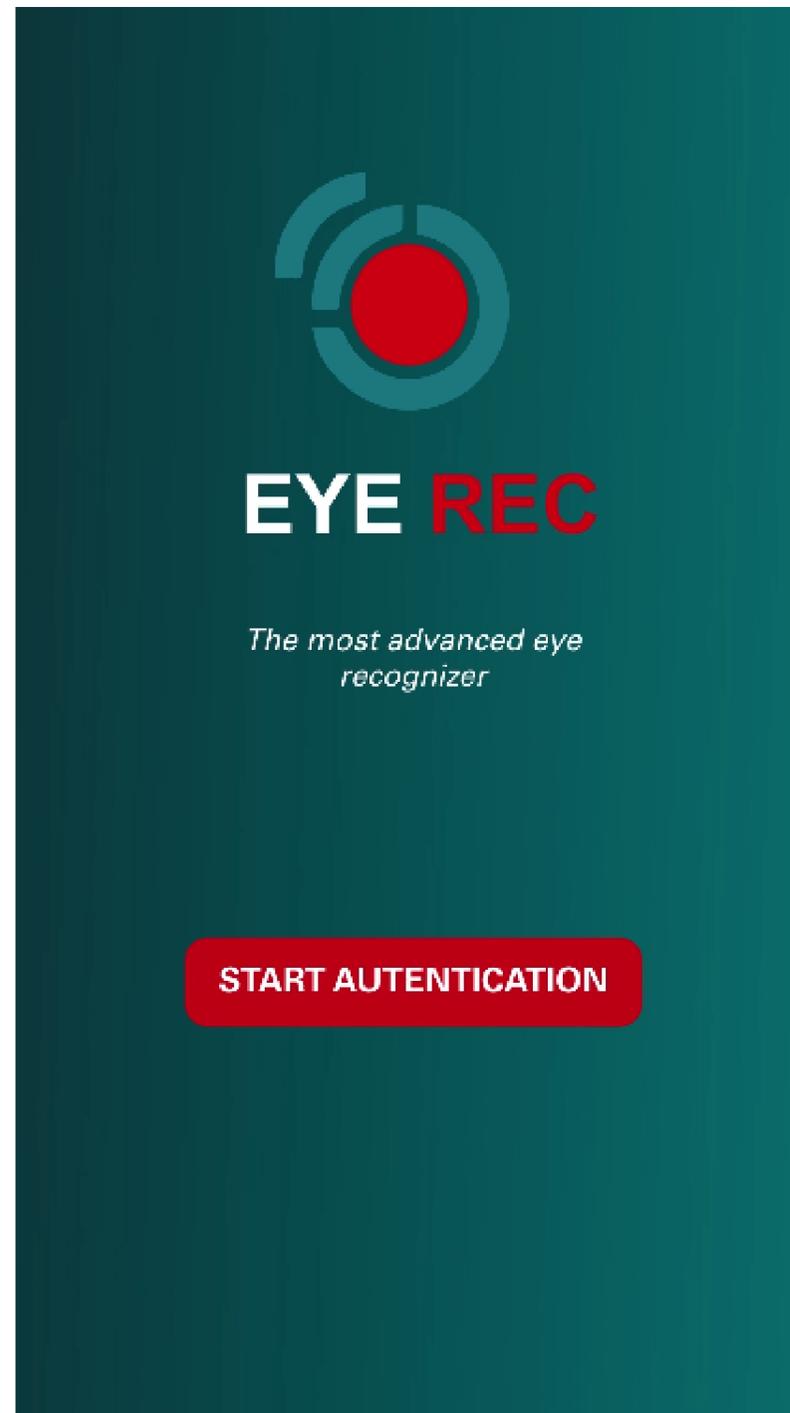


Recovery mode:

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

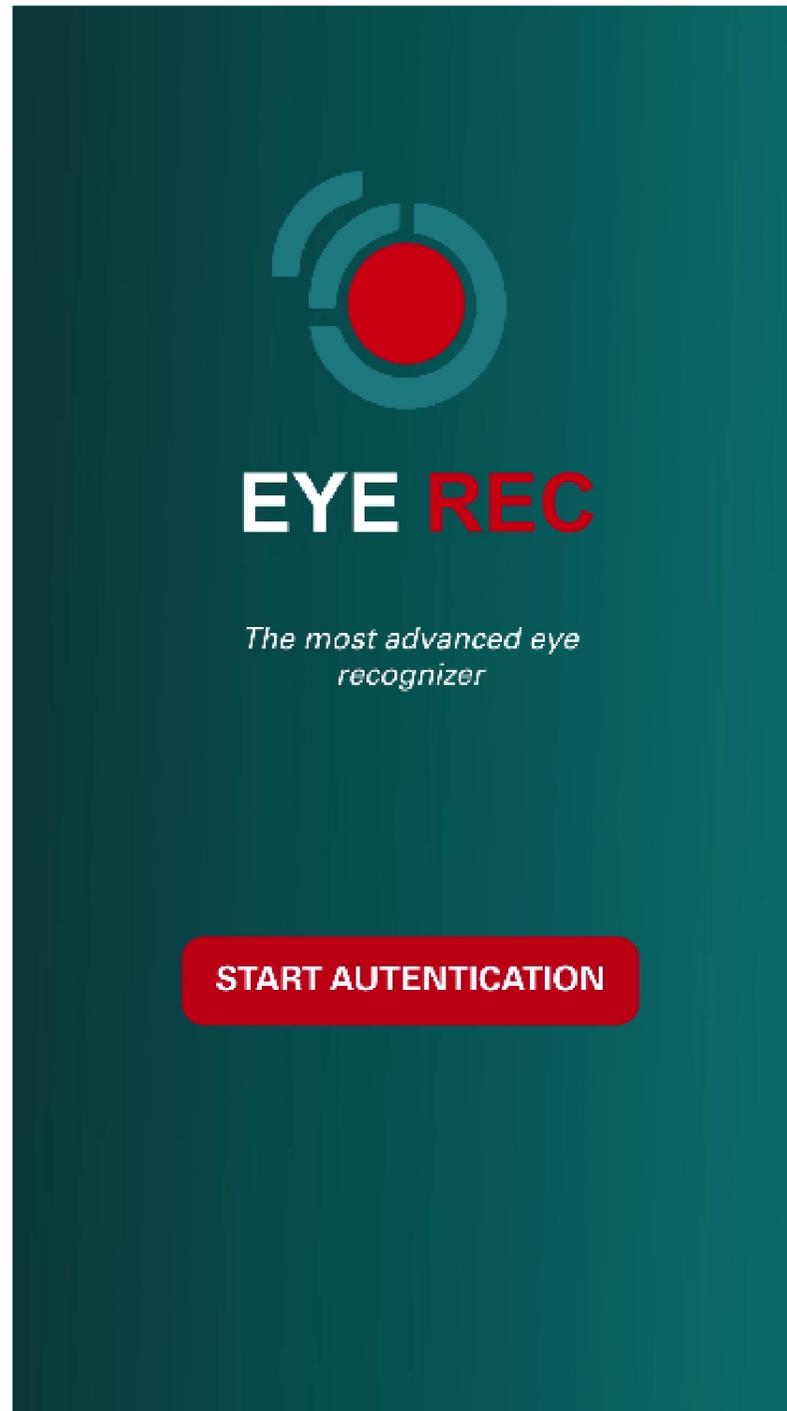
(Versione mobile, Video illustrativo)



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

APPLICAZIONE

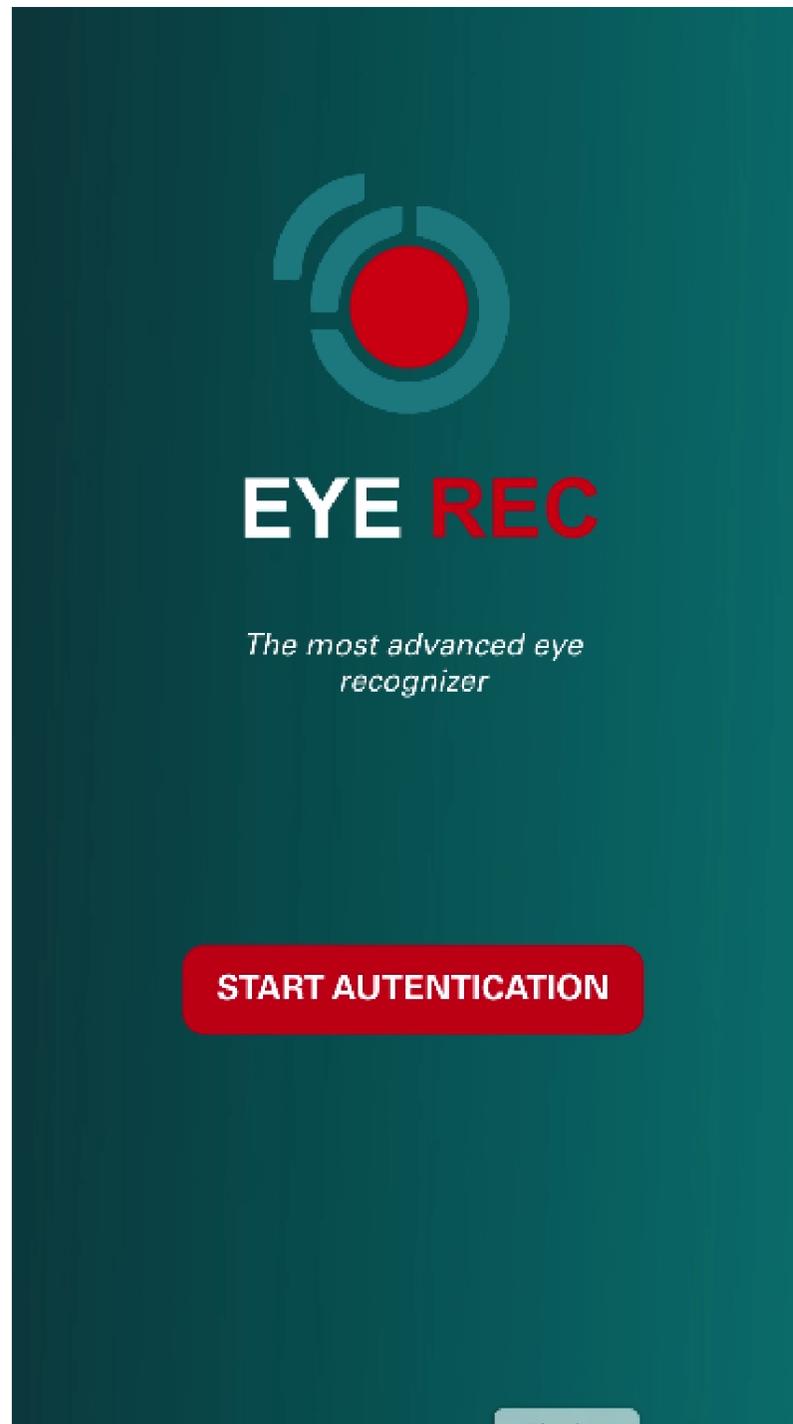
(Versione mobile, Video illustrativo)



**FASE DI AGGIUNTA
PASSWORD:**

APPLICAZIONE

(Versione mobile, Video illustrativo)



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



SOCIAL MEDIA: Facebook



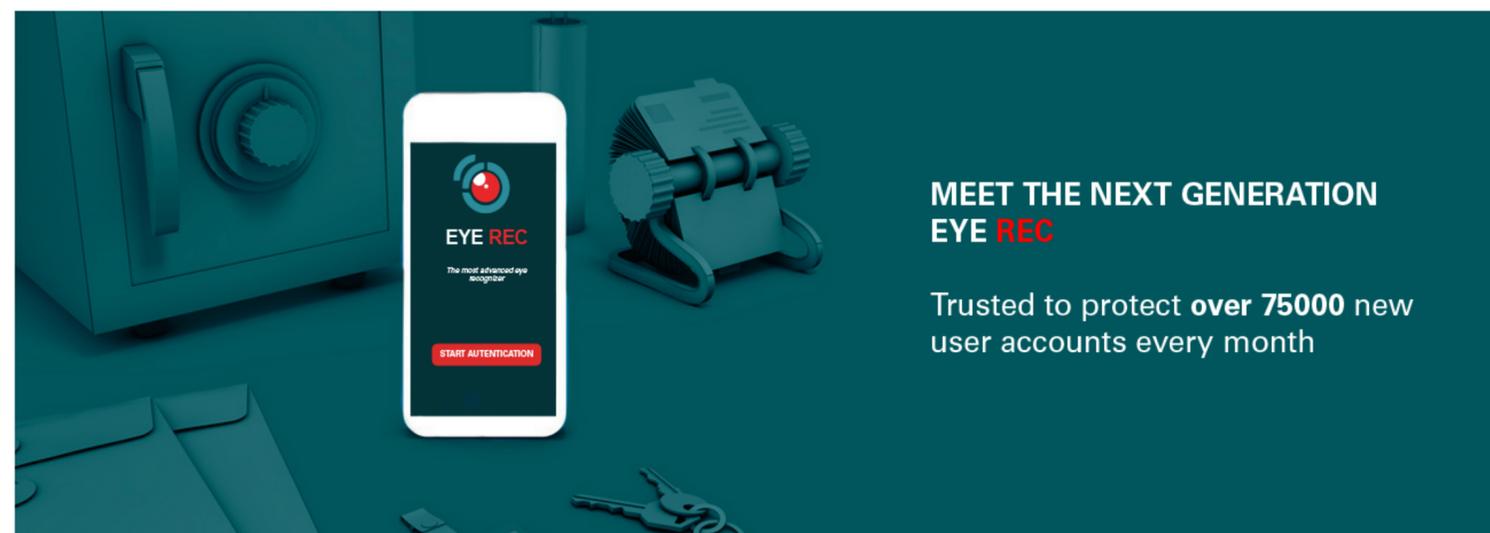
- Pubblicazione di contenuti interattivi, utilizzo di grafiche motion e link a video youtube, appartenenti al proprio canale.



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



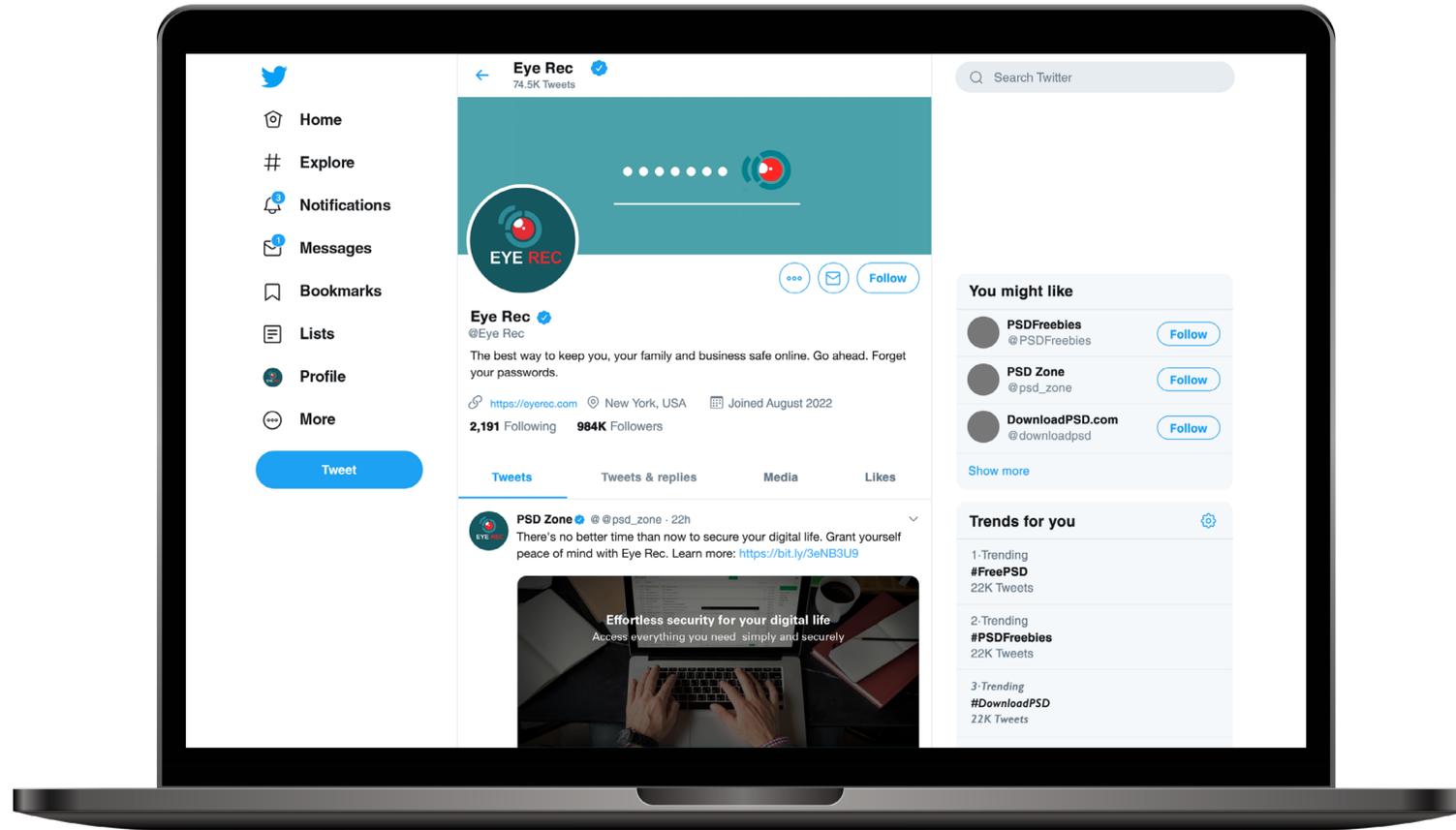
- Utilizzo di Facebook ads per arrivare a nuovi potenziali clienti.



2

SOCIAL MEDIA: Twitter

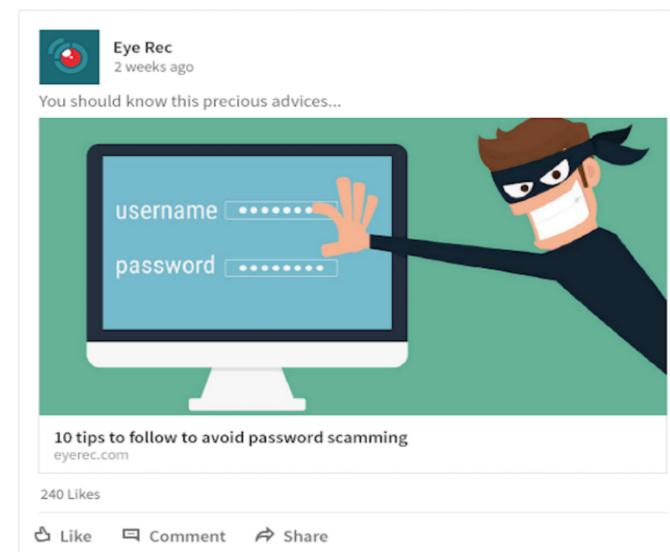
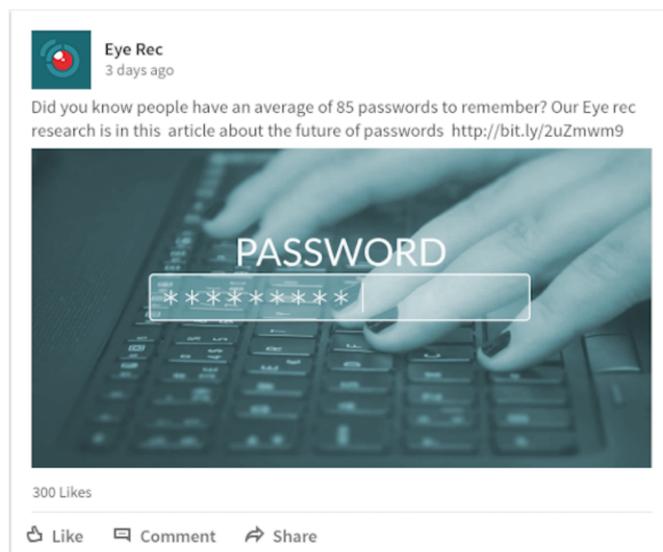
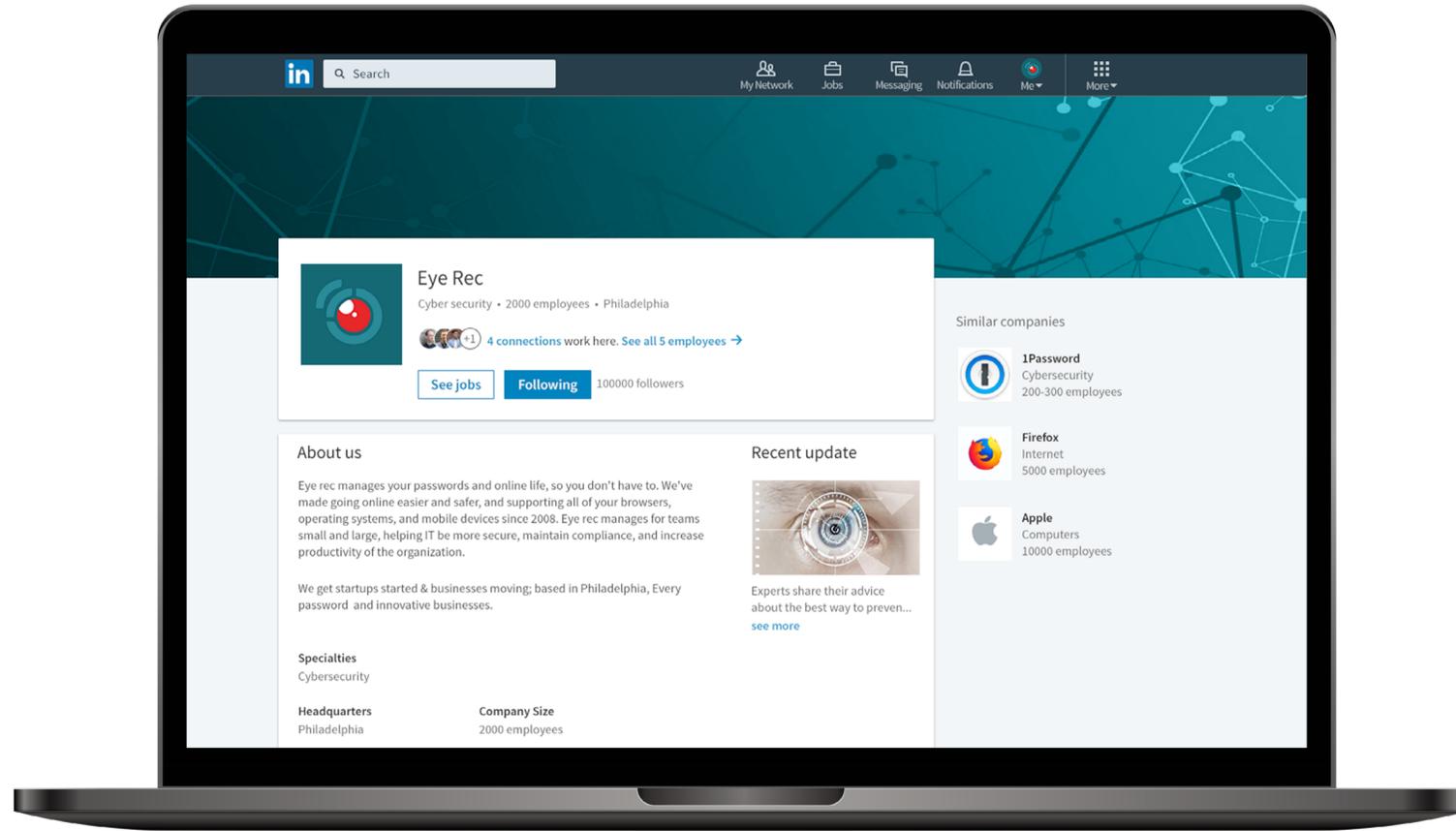
- Pubblicazioni inerenti alla propria azienda (es: traguardi, novità).
- Comunicazioni e notizie dal mondo tech-security. Con link al proprio blog o sito web.

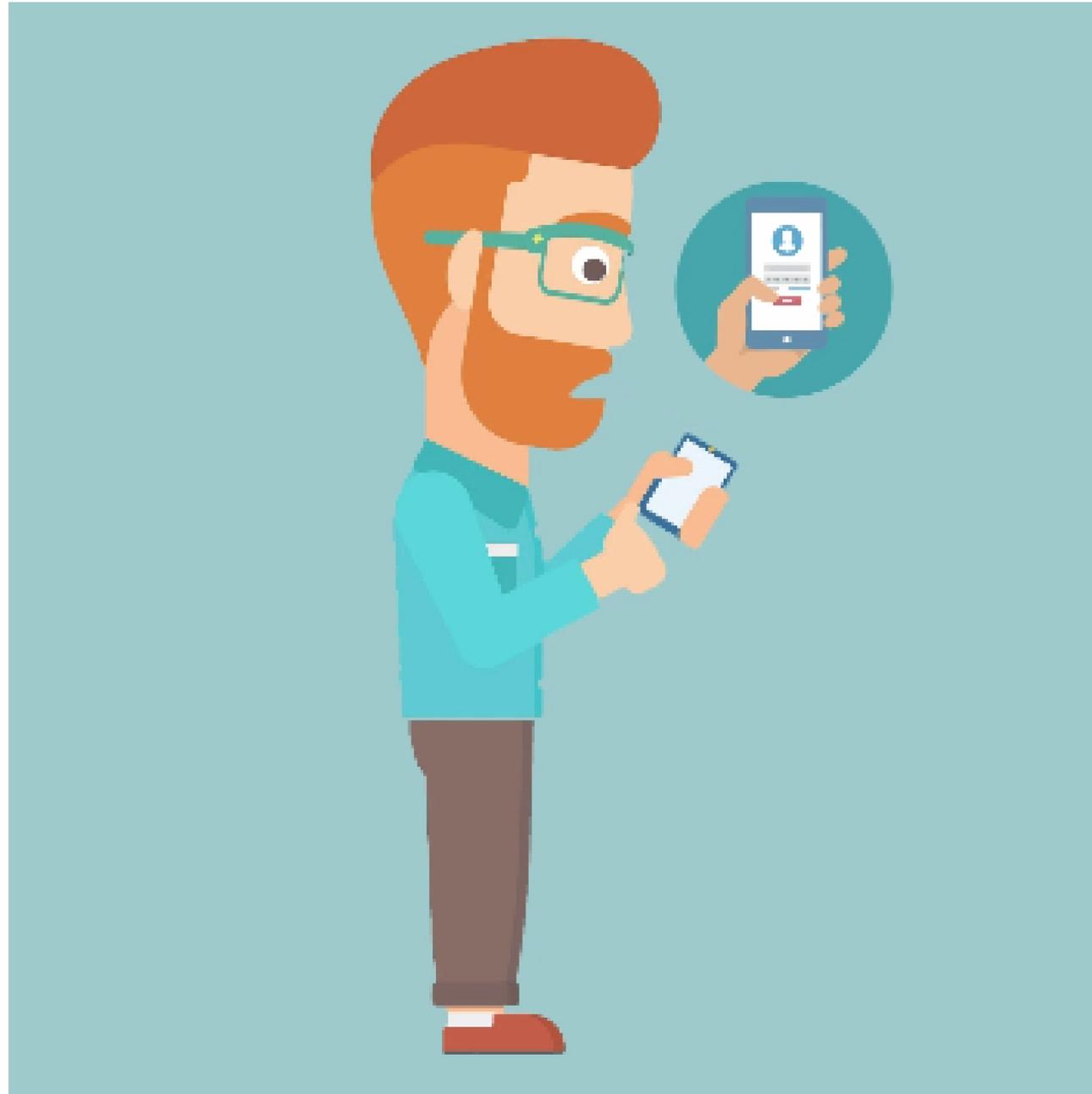


3

SOCIAL MEDIA: Linkedin

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

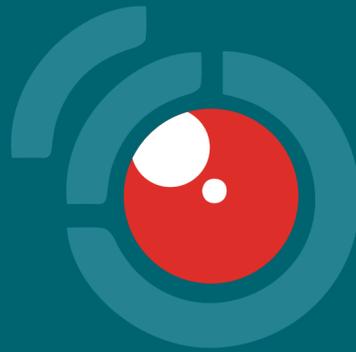




SOCIAL MEDIA:

Video da bacheca

- Adatto per Instagram o Facebook.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE