



Pressemappe
September, 2015



1. Visione & motivazione

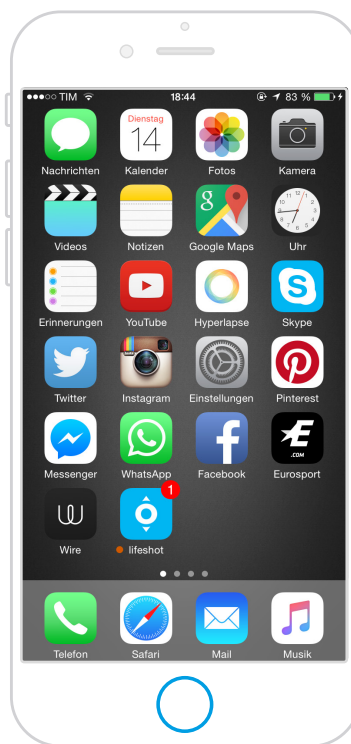
La nostra visione è quella di catturare momenti vissuti dagli esseri umani in certi precisi istanti della loro vita e di renderli visibili con le relative emozioni connesse.

Noi di lifeshot siamo della ferma convinzione che ogni essere umano vive ogni singolo giorno innumerevoli momenti unici. Purtroppo se ne rende conto raramente.

Lifeshot vorrebbe fotograficamente questi momenti perché crediamo che in ogni momento vissuto ci sia qualcosa di bello – indifferentemente per i momenti divertenti, tristi, noiosi o pieni di successo.

Ogni momento è particolare e ci regala emozioni. Queste emozioni rendono la nostra vita degna di essere vissuta.

[lifeshot - capturing life as it is.](#)





2. Il nostro prodotto

Il nostro prodotto

lifeshot è un'applicazione per smartphone, che offre la possibilità di registrare fotograficamente momenti diversi. Lifeshot offre all'utente la possibilità di fare una foto soltanto in un momento definito e di condividerla con altri tramite caricamento nella galleria fotografica. Il momento nel quale vengono invitati gli utenti, viene determinato dall'applicazione. Questo significa che tutti gli utenti vengono "sorpresi" e non possono preparare le loro foto in anticipo. Tramite l'inserimento di una c.d. "shotstory" (commento), l'utente può arricchire la propria foto con una storia personale ed esprimere così ulteriori emozioni. Il principio fondamentale di lifeshot è la rappresentazione della realtà. Per questo motivo le foto non possono essere elaborate tramite filtri e non possono essere caricate dalla galleria personale dell'utente.

Lifeshot rende possibile agli utenti la partecipazione ad eventi lifeshot. Si distinguono tra: eventi lifeshot pubblici ("public lifeshots") e segreti ("secret lifeshots").

Public lifeshot

sono eventi che vengono lanciati da parte dell'applicazione. In linea di massima questi avvengono una volta al giorno. Nessun utente viene informato preventivamente circa il momento d'inizio dell'evento. Gli utenti ne prendono coscienza tramite "push notification" sui propri smartphone e possono quindi decidere se partecipare o meno all'evento. Da quel momento in poi hanno a disposizione soltanto cinque minuti per scattare una foto del proprio momento speciale. Queste foto, come spiegato all'inizio, non possono essere adattate tramite filtri e non possono essere caricate dalla galleria fotografica dello smartphone. I momenti catturati fotograficamente possono essere visualizzati, commentati e può essere cliccato mi piace da tutti gli utenti. I public lifeshot vengono salvati nel profilo dell'autore.

Secret lifeshot

questo genere di eventi può essere organizzato soltanto tra amici. Per questo deve sussistere un rapporto di amicizia tra l'utente (come in facebook o altri social network) ed altre persone all'interno dell'applicazione. Un utente può eseguire un secret lifeshot, definendo un tema specifico, l'orario di partenza, così come scegliere gli amici da invitare. Questi, così come negli eventi public lifeshots, vengono sorpresi e vengono a conoscenza dell'evento soltanto nel momento di inizio. Anche in questo caso i partecipanti hanno a disposizione soltanto cinque minuti per scattare una foto. Le foto caricate sono segrete e sono visibili soltanto a coloro che erano stati invitati all'evento. Queste foto non compaiono nel profilo dell'autore. Tramite questo effetto sorpresa vengono scattate foto molto divertenti, emozionali e soprattutto veritiere.

Non da ultimo lifeshot si concentra anche su manifestazioni culturali, sportive o di intrattenimento. Per esempio può essere effettuato un lifeshot alle ore 11 all'Expo di Milano. Questo significherebbe che soltanto persone che in quel preciso istante si trovano in quella zona vengono invitate a scattare una foto. Decorsi i cinque minuti tutte le foto vengono pubblicate nella galleria e rese visibili a tutti gli utenti.



3. Utenti

Nostro gruppo target

I bisogni di ammirazione, comprensione e riconoscimento sono bisogni essenziali degli esseri umani. Per questo motivo social network come Facebook e Twitter hanno così tanto successo. In modo particolare gli utenti vogliono soddisfare questi bisogni velocemente ed in modo semplice: l'obiettivo è di avere più "likes" (mi piace) e/o tanti follower il più velocemente possibile. Questo fatto dà all'utente la sensazione di riconoscimento e comprensione per la propria situazione. Per il soddisfacimento di questi bisogni gli utenti si allontanano dalla realtà e la sfalsano. Spesso vengono condivise anche foto scattate in passato modificate con diverse applicazioni per l'elaborazione di foto. La realtà viene modificata e distorta per ottenere più attenzione che viene espressa tramite i "mi piace" e seguaci. Sembra che la vita degli altri sia molto più bella, divertente ed emozionante della propria. La realtà però spesso è diversa.

Noi di lifeshot catturiamo il momento veramente vissuto in uno specifico istante e rappresentiamo la realtà così com'è, dando all'utente la possibilità di condividere questi momenti con altri per soddisfare i propri bisogni di curiosità, comprensione e riconoscimento. Capturing life as it is.





4. Esempio

New York, ore 7:05: Martin, 23, celibe, che da un po' di tempo gestisce il proprio bar e che anche oggi ha già dato il benvenuto ai primi ospiti.

Milano, ore 13:05: Alex, 20, studente di economia, sta pranzando in un bistrot, dopo aver partecipato ad una lezione impegnativa di statistica.

Singapore, ore 19:05: Sophia, 24, lavora da pochi mesi nell'ambasciata francese, si sta preparando in gioiosa attesa alla sua prima cena di gala.

Le persone si trovano in orari diversi, in località diverse, e pure tutti e tre hanno una cosa in comune: vivono nello stesso istante momenti unici e diversi. Le loro emozioni, desideri ed aspettative li inducono in quel preciso momento a rendere partecipi altre persone alla propria vita.

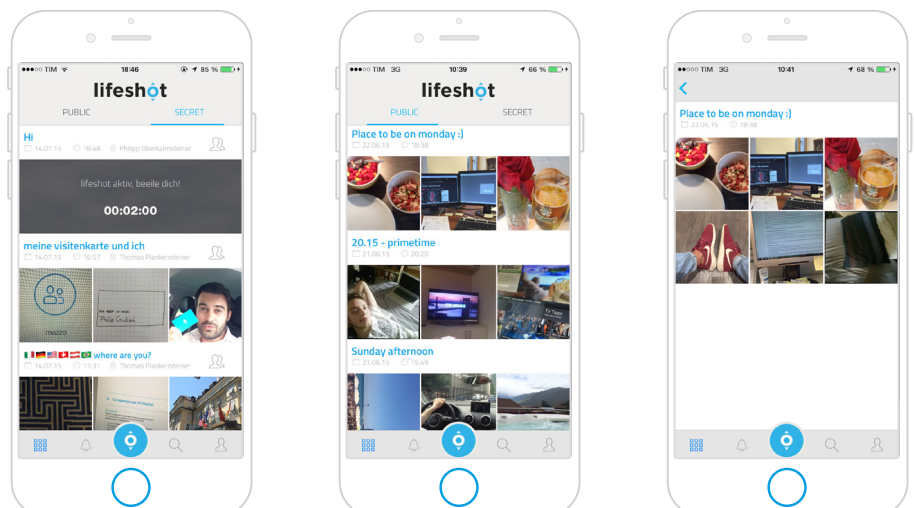
Esattamente nel momento in cui Martin si arrabbia con un cliente, Alex si sta gustando la sua pasta bolognese e Sophia sta provando il suo abito per il gala, i loro smartphone iniziano a vibrare: „how you feel right now?“, lampeggia sui loro schermi. Velocemente sbloccano i loro cellulari e registrano i loro momenti.

Martin scatta un selfie con espressione distorta e scrive: „A certi ospiti vorrei servire un caffè freddo“.

Alex fotografa il menu del bistrot e commenta: „Suggerimenti per il dolce?“

Sophia invece sta in piedi davanti allo specchio in modo che si possa vedere tutto l'abito sulla foto: „Speriamo che non sia troppo sexy.“ Allo scadere dei 5 minuti tutti possono vedere i contenuti caricati in una galleria e possono vivere i momenti degli altri. Hanno una certezza: Tutte le foto sono state appena scattate e non sono state modificate.

Martin, Alex e Sophia possono essere denominate come la nuova cosiddetta generazione facebook. Nati negli anni 90 non possono neanche immaginare una vita senza computer e media digitali. Smartphones sono diventati parte essenziale della loro vita quotidiana. Tramite Facebook, Twitter, Instagram o WhatsApp vengono pubblicati avvenimenti personali, cliccato mi piace e condivisi momenti privati con la famiglia, amici o conoscenti. lifeshot offre alle persone una piattaforma per condividere gli unici momenti quotidiani in modo totalmente nuovo.





5. lifeshot Team

Thomas Plankensteiner

Thomas Plankensteiner è il promotore del progetto e responsabile per lo sviluppo. Nato nel 1985 a Brunico ha vissuto lì fino all'inizio dei suoi studi all'università Cattolica di Milano. Durante i suoi primi anni lavorativi ha collaborato presso l'azienda di famiglia che opera nel settore del commercio di legnami. Dopo quattro anni ha intrapreso una nuova sfida ed è diventato assistente della direzione di una lavanderia industriale. Oggi Thomas è amministratore delegato di lifeshot Srl e responsabile per lo sviluppo del prodotto e del marketing.

Philipp Oberkalmsteiner

Philipp Oberkalmsteiner è nato nel 1981 a Bolzano. Ha svolto i propri studi a Innsbruck e St. Gallen. Philipp iniziò la sua carriera come consulente aziendale presso una società di consulenza internazionale prima di diventare responsabile per il controlling e la strategia presso una lavanderia industriale. Proprio qui Philipp e Thomas si sono conosciuti e lavorando a stretto contatto, hanno sviluppato una grande amicizia. Oggi Philipp è responsabile per il reparto finanza e strategia di lifeshot.

Matthias Widmann

Matthias Widmann nato nel 1987 a Bolzano ha studiato a Monaco mediadesign. Dopo la laurea Matthias ha lavorato per qualche anno in un'agenzia di marketing dove si è specializzato su applicazioni mobili. Dopo essere tornato a Bolzano ha conosciuto Thomas e ha iniziato a collaborare al progetto lifeshot. Oggi Matthias è responsabile della tecnologia e del design.

Bernhard Schönhuber

Bernhard Schönhuber è nato nel 1984 a Bolzano e ha vissuto a Brunico fino all'università. Dopo aver conseguito la laurea in economia all'università di Innsbruck ha collaborato con diversi studi tributari. Grazie al tempo trascorso assieme a Thomas a Milano è nata una stretta amicizia che ha fatto in modo che oggi Bernhard sia diventato il primo membro del team lifeshot. Bernhard oggi è responsabile per l'amministrazione e le vendite.



6. Indice delle foto

allegato 1

lifeshot Team da sinistra: Bernhard Schönhuber,
Thomas Plankensteiner, Philipp Oberkalmsteiner, Matthias Widmann

allegato 2

Icon

allegato 3

Logo

allegato 4

Come funziona il nostro prodotto



lifeshot

capturing life as it is.

lifeshot GmbH | srl
Siemensstraße 23 Via Siemens
39100 Bozen | Bolzano
P.I./C.F. 02869280210