

# Il partner verticale nelle tecnologie per l'e-Commerce



Un'azienda giovane, ma che sta crescendo in fretta. È la **Hevelop**, e si occupa di eCommerce e tecnologie per il commercio elettronico. Ormai è una delle più grandi tech company italiane per numero di sviluppatori e ha una mission molto chiara: aiutare chi vende online a crescere, con il supporto di un'assistenza di livello premium. Ne abbiamo parlato con l'amministratore  **Davide Barlassina**



**Hevelop è un'azienda giovane, che però è cresciuta rapidamente. Come è nata, e con quale missione?**

Hevelop è nata nel 2015 a Padova, e si occupa di eCommerce e tecnologie per il commercio elettronico. Sin dall'inizio abbiamo colto le opportunità crescenti nel settore del commercio digitale e nella verticalità delle competenze, costruendo così una realtà che ha avuto una crescita realmente esponenziale: siamo oggi una delle più grandi tech company italiane per numero di svi-

“Avere una capacità tecnica di oltre 30 sviluppatori che sono verticalmente concentrati sul mondo eCommerce ci permette di affrontare qualsiasi tipo di necessità”

luppatori (che sono oltre 30) e contiamo 45 dipendenti totali a metà settembre 2021. Abbiamo oltre 50 clienti attivi e le nostre revenues – dal 2017 al 2020 – sono cresciute del 200%, si tratta di numeri importanti. La

nostra mission è chiara: aiutare i merchant (chi vende online) a crescere, supportandoli con la soluzione tecnologica più adatta alle loro necessità e offrendo un'assistenza di livello premium.

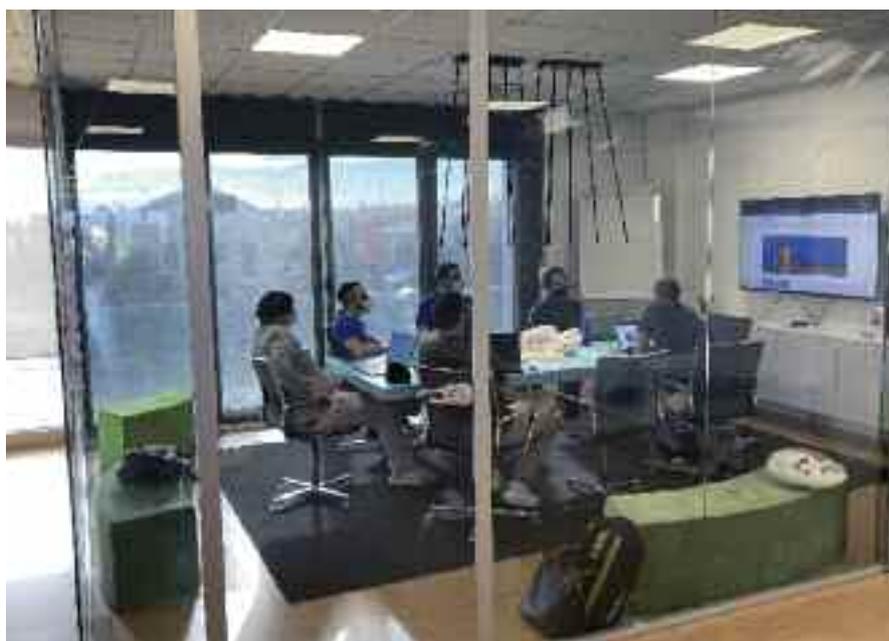
**Ricerca e innovazione sono elementi di punta in un mercato sempre più competitivo. Quan-**



### to contano questi elementi nel vostro lavoro?

L'ambito ricerca e sviluppo è un tema centrale nel nostro mondo ed è diventato un perno della Hevelop. Il nostro punto di vista è quello di essere sempre "al giorno uno" e di andare alla ricerca continua delle migliori soluzioni tecnologiche sul mercato per essere sempre innovativi.

Questo si realizza anche attraverso meeting periodici nei quali tutti i dipendenti (o solo alcuni nuclei divisi per ruolo) si allineano tra di loro mostrando che cosa è davvero nuovo e cosa non lo è: li chiamiamo CIM - Continuous Innovation Meetings. Abbiamo fatto nostro anche l'approccio Kaizen, ripreso dalla Toyota, per avere un miglioramento continuo che coinvolga direttamente ciascuna





persona all'interno dell'azienda.

**Un'azienda vi chiama per avere il vostro supporto. Come iniziate ad approntare la vostra strategia?**

Un'azienda che ci contatta per il nostro supporto ha sicuramente bisogno di un eCommerce o di migliorare le performance e la situazione dello store digitale che si trova ad avere. Il primo passo per noi è fare un "tech assessment" (cioè una valutazione dello stato dell'arte dello store nel momento in cui il cliente ci chiede una consulenza).

Grazie a questa valutazione possiamo quantificare l'entità degli interventi da fare, le ottimizzazioni e il lavoro eventuale (non è detto che si debba ricostruire da zero, anzi spesso prendiamo in carico siti costruiti da agenzie terze e sistemiamo i difetti che ci sono - in modo da migliorare costi e performance).

Avere una capacità tecnica di oltre 30 sviluppatori che sono verticalmente concentrati sul mondo eCommerce ci permette di affrontare qualsiasi tipo di necessità e soprattutto ci permette di eseguire progetti in un tempo medio che solitamente si attesta dal 50% al 70% in meno rispetto ai competitor.

Terminato il "tech assessment" il cliente può decidere o meno se procedere con noi, in caso affermativo si darà origine ad un "project charter" (documento di progetto) che fornirà tempistiche chiare e affidabili.

**Come è cambiato il mondo dell'e-commerce in questo periodo eccezionale di pandemia?**

Nella prima parte del 2020 c'è stata una grande incertezza generale (soprattutto durante il lockdown) e gli investimenti hanno subito una leggera flessione negativa.

Già da maggio/giugno 2020 la maggior parte delle aziende italiane (di qualsiasi dimensione) ha compreso che la vera forza degli anni a venire sarebbe stata nel mercato elettronico e c'è stato un vero e proprio boom. Attenzione, perché questo boom è coinciso con la nascita di moltissime agenzie digitali (o sedicenti tali) che vendono a bassissimo prezzo progetti che non sono sostenibili né nel lungo né nel medio periodo. Avere una strategia strutturata è la prima mossa per costruire un progetto eCommerce che sia profittevole.

**Quanto è importante il vostro rapporto con una Banca territoriale come la BCC di Roma?**

Il rapporto con una banca territoriale

come la BCC di Roma è molto importante per la nostra azienda. Da un lato siamo stati supportati con investimenti per la crescita futura, mentre dall'altro siamo riusciti ad ottenere convenzioni molto vantaggiose per i nostri dipendenti sia in termini di conto corrente che di linee di credito, il tutto grazie ad un dialogo con il direttore di filiale che ha permesso di valorizzare le risorse di un'azienda fortemente legata al territorio come la nostra. Anche se siamo abituati a lavorare nel mondo digitale, dove tutto spesso viene smaterializzato, avere un rapporto diretto con persone in carne ed ossa che rimangono nel tempo ci ha dato un supporto importante come impresa.

**Giuliano Polidori**

**Hevelop**

Via Ampezzon, 4  
35010 Villanova  
di Camposampiero (PD)  
Tel. 049 838 0017  
Hevelop.com