

# Skype conf con Dennis Crowley co-fondatore di Foursquare

*testo integrale, EN - IT*

Prima Conferenza dei  
Sindaci di Foursquare

Bologna – 17 luglio 2010



**Domanda:** We're all very curious about Foursquare (4sq) here in Italy. The first thing we want to ask you is: how is the 4sq user base distributed throughout the world, and specifically what do you know about the users in Italy?

*Siamo tutti molto curiosi di questo nuovo fenomeno, Foursquare (d'ora in poi: 4sq). La prima domanda è: come sono distribuiti gli utenti di 4sq nel mondo? E puoi dirci qualcosa riguardo agli utenti in Italia?*

**Risposta:** At our last count, about 60% of the users were in the US, while about 40% of both users and usage is international. That was a lot higher than we expected. Overall about 20% of usage comes from Europe. We're still working on breaking down specific per-country statistics. We've had other priorities, but it is something we're planning to work out in the near future.

One of the most surprising things is that we see pockets of use in different areas around the world. Not surprisingly, usage is concentrated in European cities. But also there are pockets in Kuala Lumpur, Indonesia, there's a big community in Tokyo. We don't really know how these things gets started.

*Ultimamente abbiamo osservato che il 60% degli utenti proveniva dagli Stati Uniti e circa il 40%, sia di utenti che di utilizzo, dall'estero. È un dato molto più alto di quanto ci aspettassimo. Nel complesso, circa il 20% dell'utilizzo totale viene dall'Europa. Stiamo ancora cercando di analizzare con più precisione le statistiche specifiche per ogni paese. Abbiamo avuto altre priorità, ma è tra i nostri piani per il futuro. Una delle cose più sorprendenti che abbiamo scoperto è che ci sono delle aree precise di utilizzo in diverse zone del mondo. Non è singolare che l'utilizzo si concentri nelle città europee; ma abbiamo visto sviluppi notevoli anche a Kuala Lumpur (Indonesia) e c'è una grande comunità a Tokyo. Non sappiamo esattamente come nascono questi fenomeni.*

**Domanda:** What is the growth rate in these different areas, in the US and abroad?

*Qual è la percentuale di crescita, negli Stati Uniti e all'estero?*

**Risposta:** We haven't been breaking it up into international vs. growth in the US; we just see it as growth in general. It's still pretty aggressive. It seems to be about 40% month by month. Just look at the numbers for this week, we're picking up 20-25,000 users per week, which is abnormal for us – usually we have about 15,000 for us – so we had a big spike over the last couple of days. We usually have about 100,000 users in ten days, but it's getting to the



point that we have as many users in fewer days. So it's still growing very quickly in terms of users, while in terms of usage, we're getting more than a million check-ins a day, which is kind of crazy, but one of our lead engineers told me we were doing 16 check-ins a second on Friday, whereas 3 months ago we were doing 1 per second.

*Non raccogliamo i dati specifici dell'utilizzo all'estero rispetto agli Stati Uniti; misuriamo la crescita in generale. Ed è ancora piuttosto "aggressiva", pari a circa + 40% ogni mese. Basta guardare i numeri di questa settimana: stiamo registrando 20-25mila nuovi utenti e questo non è normale per noi - di solito ne abbiamo circa 15mila -, abbiamo avuto un bel picco negli ultimi due giorni. Di solito abbiamo circa 100.000 utenti in 10 giorni, ma ora raggiungiamo lo stesso numero di utenti in meno giorni. Quindi c'è ancora una notevole crescita in termini di utenti, mentre per quanto riguarda l'utilizzo siamo a un milione di check-in al giorno, il che è pazzesco. Uno dei nostri capi-programmatore mi ha detto che venerdì scorso ci sono stati 16 check-in al secondo, mentre tre mesi fa ce n'era uno.*

**Domanda:** Have you seen any differences in how the service is being used in different countries around the world?

*Avete notato delle differenze su come viene usato il servizio nei diversi paesi?*

**Risposta:** Not really. The usage patterns are pretty similar. If you look at the average number of check-ins per day per user, it's about 3.2, meaning people usually check-in at coffee or lunch or dinner or drinks. So that usage pattern is pretty consistent. And the types of places they check-in is also consistent: coffee shops, restaurants, bars and museums and some cases where people are checking in at highway traffic or their offices, but the types of places are pretty consistent. It's surprising that even though there is adoption all over the world, the patterns remain consistent.

*Veramente no; i modelli di utilizzo sono piuttosto simili. La media dei check-in per persona è circa 3.2 al giorno, coerentemente in tutto il mondo. Un modello che si ritrova in tutto il mondo è la tipologia di locali dove si fanno i check-in: i bar dove si prende il caffè, i ristoranti, i locali, i musei; in alcuni casi la gente fa il check-in in mezzo al traffico in autostrada, oppure nel proprio ufficio, ma le tipologie dei posti sono molto coerenti tra loro. Ci ha sorpreso che, anche se l'adozione avviene in tutto il mondo, i modelli di utilizzo restano gli stessi.*



**Domanda:** What is the profile of a typical user?

*Qual è il profilo dell'utente tipico?*

**Risposta:** Generally it's pretty well-defined: between about 21 and 35. We built this up for ourselves to use, so if it works for us, we find that other people want to use it, too. So we're not surprised to see that a lot of users are in our same kind of bracket. What is surprising is that we are starting to see usage patterns emerge in demographics below us like college kids and high school students, and above us: parent with children using it to communicate. It's inspiring for us because we suddenly see that it's not just for us, but for a many different types of communities.

*In genere è ben definito: più o meno tra i 21 e i 35 anni. Abbiamo costruito 4sq per noi stessi, quindi se funziona per noi, ci accorgiamo che altre persone vogliono usarlo. Dunque non siamo sorpresi di vedere che molti degli utenti sono della nostra stessa età. Quello che invece ci stupisce è cominciare a vedere modelli di utilizzo da parte di persone più giovani, studenti del college e delle scuole superiori, ma anche da parte di persone meno giovani: genitori con bambini, che lo usano per comunicare. Per noi è stimolante, perché improvvisamente scopriamo che non è più soltanto una cosa solo per noi, ma per diversi tipi di community.*

**Domanda:** Are there any patterns in the kinds of business requests you receive?

*Quali sono le tipologie delle richieste "business"? Ci sono dei modelli inerenti a queste richieste?*

**Risposta:** The offers are from all over the place. We envisioned the use by cafés, restaurants and bars, but we've even seen bookshops and gas stations. My sister's boyfriend just texted me to tell me he was able to get a free roll of hockey tape for checking into a hockey store in Boston. And I thought, that's interesting because it's not what we anticipated, but it's still good because people are excited about getting the offers and it's provided some value. It's tricky for us, because in order for a business to make an offer through us, we try to verify them, so it's not like I can pretend to be a "Starbucks" and give away free coffee – it's a hard problem that we are working aggressively on solving. Over 10,000 venues around the world are currently experimenting with Special Offers.



*Le offerte sono molto variegata. Avevamo previsto l'uso da parte di bar e ristoranti, ma ci sono stati pure librerie e anche benzinai. Il fidanzato di mia sorella mi ha appena mandato un sms dicendomi che ha ricevuto un rullo di nastro da hockey perché ha fatto check-in in un negozio di Boston che vendeva questo tipo di materiale. È interessante, perché non era quello che ci aspettavamo, ma va benissimo perché gli utenti sono contenti di approfittare degli sconti e questi tipi di offerte stanno dando valore al servizio. Per noi è difficile, perché se qualcuno vuole fare un'offerta attraverso 4sq, cerchiamo di verificarle tutte. Altrimenti chiunque potrebbe fingere di essere Starbucks e regalare caffè gratis a tutti. È un problema difficile che stiamo cercando di risolvere. Attualmente oltre 10.000 imprese e esercizi di tutto il mondo stanno sperimentando le offerte speciali.*

**Domanda:** What are you doing to solve this problem?

*Cosa state facendo per risolvere questo problema?*

**Risposta:** The worst thing that can happen is some random user pretending to be a local coffee shop and making a fake offer that people take advantage of. So we would rather take it slow and steady than rush into it because otherwise the venues won't trust us. Verifying merchants is tricky: Google and Yahoo struggled with this, and so are we. But we are building tools to allow people to authenticate venues through the phone: you enter the business's phone number, it checks to make sure it actually is the number, we call the business to authenticate the call to the website. Once you do that, it makes it easy. Now we've got interns helping us out, but we need to remove them from the process entirely and make it self-service. We have a couple of guys working on this full-time. We didn't anticipate growing so quickly. When we started we thought, oh, there will be about a couple hundred people who want to claim their venues; we didn't expect 20,000. When you talk to people about start-ups and their problems, they always say, "Oh, those are good problems to have!", but they are extremely difficult problems to solve.

*La cosa peggiore che potrebbe capitare è che un utente qualunque finga di essere una caffetteria locale e inventi un'offerta fasulla che la gente vuole sfruttare. Abbiamo preferito procedere con calma e non di corsa, perché altrimenti le imprese non si fideranno di noi. La verifica dei commercianti è una cosa delicata: Google e Yahoo hanno combattuto con questo, e ora lo facciamo anche noi. Ma stiamo costruendo strumenti per permettere alle persone di autenticare le sedi attraverso il cellulare: inserisci il numero di telefono (dell'azienda, dell'ufficio, del*



*locale...), il sistema controlla che sia davvero il numero di quella sede, e poi telefoniamo per verificare la richiesta. Una volta fatto questo, l'autenticazione è facile. Abbiamo degli stagisti per fare questo lavoro, ma dobbiamo toglierli da quest'attività e rendere il processo totalmente self-service. Abbiamo due persone che ci lavorano a tempo pieno. Non ci aspettavamo una crescita così veloce. Quando abbiamo cominciato pensavamo che ci sarebbero stati duecento locali da verificare – non ce ne aspettavamo 20mila! Quando si parla di start-up e dei loro problemi, tutti dicono: “Magari averne di problemi così!”. Ma sono problemi molto difficili da risolvere.*

**Domanda:** What are your goals for the number of users by the end of 2010?

*Quali sono i vostri obiettivi sul numero di utenti previsti per la fine del 2010?*

**Risposta:** We get this question all the time, but try not to speculate. I didn't think there would have been a million users by the end of the year, but now we are 2 million in the middle of the summer, so I don't know where it's going to go. I like the fact that we're going so quickly, even if it's a pain in the... to keep up with, it's interesting.

*Questa domanda ce la fanno sempre; ma non vogliamo speculare sui numeri. Non pensavo che ci sarebbe stato un milione di utenti entro la fine dell'anno, ma ora siamo già a 2 milioni e siamo solo a metà dell'estate; quindi non so come andrà a finire. Mi piace il fatto che stiamo crescendo così in fretta; anche se è una rottura starci dietro, è interessante.*

**Domanda:** How do you plan to use the investment of \$20,000,000 of venture capital?

*Come intendete utilizzare il finanziamento di 20 milioni di dollari ricevuto dall'ultimo investimento di venture capital?*

**Risposta:** It's all about hiring people. If you've seen the pictures of our office space, you see that there's no place left for anyone to sit. So people say: “Why don't you hire me?” and we have to answer, “Because literally there is no seat for you”.

The first thing we did with the money was acquire new office space and buy new desks, the glass walls for the conference rooms should come in the next couple of days, we're hiring a director of marketing, about 10 engineers, some customer support people, business development people, who can



reach out to local business to get rid of that queue. There's no shortage of people that we need to hire. When we open an Italian office, I'll let you know – all of you.

We've gone from 6 people in the office in January to 27 and it's really hard to make sure everyone's on the same page and still working together. We don't want to grow too fast, but at the same time you've got to grow because you've got to get the stuff built.

*I soldi serviranno soprattutto per assumere persone. Non so se avete visto le foto, ma nei nostri uffici non c'è un posto per far sedere una persona. La gente ci chiede: "perché non mi assumete?", e noi dobbiamo rispondere: "perché letteralmente non c'è posto per te!".*

*La prima cosa che abbiamo fatto con i soldi è stata comprare nuovi uffici e scrivanie. I vetri per le sale riunioni dovrebbero essere consegnate nei prossimi giorni e stiamo assumendo un nuovo Direttore Marketing, circa 10 programmatori, alcune persone di supporto ai clienti, commerciali che possono entrare in contatto con i business locali per sbarazzarci della coda di richieste da verificare. Le persone da assumere non mancano. Quando apriamo un ufficio in Italia, ve lo faccio sapere – a tutti!*

*In gennaio eravamo in 6 in ufficio, ora siamo in 27 ed è davvero difficile fare in modo che possano lavorare insieme. Non vogliamo crescere troppo in fretta, eppure dobbiamo crescere perché dobbiamo costruire nuovi strumenti.*

**Domanda:** What do you think is the success factor of 4sq as compared to Gowalla?

*Qual è secondo te il fattore di successo di 4sq rispetto a Gowalla?*

**Risposta:** A couple of things. I think what they are doing is really interesting, and I think the two companies just have a different vision of what they want to do.

We are really excited about the idea of turning life into a game and that's our core idea. They have come to see that that's interesting in a way that their initial stuff was not, and now you see a lot of people start to pivot and copy us. We were on to it first, and that's what we are most passionate about and we keep hammering away at that: let's make life into a game and cities easier to use. We try to keep executing on top of our vision, which keeps us focused and the stuff we are building really great. And since our approach is a bit different, we realize that we can't do it all ourselves, so let's open it up for the API and let everyone use it and play with it.



We didn't want to just build an app, but a platform for others to build on. Now there are a couple of thousand developers experimenting with the API.

*Un paio di cose. Penso che stiano facendo delle cose interessanti ma credo anche che le due aziende abbiano una visione diversa su quello che vogliono fare.*

*Siamo davvero contenti dell'idea di trasformare la vita in un gioco, ed è questa la nostra idea di fondo. Gowalla è arrivata con il tempo a pensare che questo aspetto sia interessante, mentre il loro approccio iniziale non era così, e ora vediamo diverse persone fare marcia indietro e copiare noi. Noi l'abbiamo capito prima, ed è quello di cui siamo più convinti e continueremo a martellare su questo punto: facciamo diventare la vita un gioco, e le città saranno più facili da vivere.*

*Cerchiamo di continuare a lavorare a partire da questa nostra visione, e questo ci mantiene concentrati su quello che stiamo costruendo davvero alla grande. E siccome il nostro approccio è un po' diverso, ci rendiamo conto che non possiamo fare tutto da soli e diamo accesso alle API, lasciando che tutti le usino e ci giochino.*

*Non intendevamo creare solo un'app, ma una piattaforma sulla quale altri potessero costruire. Ora ci sono circa 2.000 sviluppatori che stanno sperimentando con le API.*

**Domanda:** Will you be activating enterprise B2B services with an enterprise back end control panel?

*Avete in programma di sviluppare servizi di Enterprise B2B con un pannello di controllo back end?*

**Risposta:** We built a dashboard for venues, for business, so they can see who's checking in and who are the best customers and potential customers, and we plan to build an API for that, too. We want developers to make their own companies to resell 4sq services to local businesses. If our dashboard or iPhone app isn't good enough, they can make their own. We're seeing social media companies saying that they know a way to get local businesses on-line: an eco-system not only for people building apps, but for other companies to resell 4sq services to help promote local business, providing that backend you're talking about.

*Abbiamo sviluppato una dashboard per i locali e le imprese, in modo che possano vedere chi sta facendo check-in e quali sono i migliori clienti e quali i potenziali clienti, e abbiamo anche intenzione di sviluppare API per questo. Vogliamo che gli sviluppatori creino le loro aziende per rivendere i servizi di 4sq agli esercizi locali. Se la nostra*



*dashboard o l'app per iPhone non è sufficiente, possono farne una loro. Sentiamo dire dalle agenzie di social media che conoscono un modo per portare online le imprese locali: un ecosistema non solo per persone che sviluppano applicazioni, ma anche per altre società che rivendono i servizi di 4sq per aiutare a promuovere le attività commerciali locali, fornendo quel back end di cui parli.*

**Domanda:** What are the chances that 4sq will remain independent till the end of 2011?

*Quante probabilità ci sono che 4sq rimanga indipendente fino alla fine del 2011?*

**Risposta:** When we talked about the future of the company, we decided to go for it: to build something as big and sustainable as Twitter or Facebook. So that's why we raised that \$20,000,000. It's a long term bet that we will stay independent for a while and do a good job on our own, grow, hire more people and control what we choose to build for the next 2-2 ½ years.

*Quando abbiamo parlato del futuro della società, abbiamo deciso di fare così: costruire qualcosa di grande e sostenibile come Twitter o Facebook; ecco perché ci siamo procurati quei 20 milioni di dollari. È una scommessa a lungo termine ma credo che rimarremo indipendenti per un po' e faremo un buon lavoro da soli, cresceremo, assumeremo altre persone e decideremo noi cosa costruire nei prossimi 2 anni o 2 anni e mezzo.*

**Domanda:** After your negative experience with Google's purchase of Dodgeball, do you consider them to be a reliable partner? Would you consider selling 4sq to them?

*Dopo la tua esperienza negativa con l'acquisto di Dodgeball da parte di Google, pensi che possano essere un partner affidabile? Prenderesti in considerazione di vendere 4sq a loro?*

**Risposta:** Sure. There's no bad blood between us. The timing for Dodgeball was just wrong, even though we were so excited about it. I still have a lot of good friends at Google and we keep in touch. We talk to their various teams about ways to work together in the future. So I wouldn't rule it out because we have a lot of respect for what they are doing.

*Certo. Non siamo in cattivi rapporti. I tempi per Dodgeball erano semplicemente sbagliati, anche se eravamo tanto entusiasti. Ho ancora*



*un sacco di buoni amici a Google e ci sentiamo spesso. Parliamo con i loro gruppi di lavoro su come lavorare insieme nel futuro. Quindi io non lo escluderei, perché abbiamo un grande rispetto per quello che stanno facendo.*

**Domanda:** Why does the TV network TLC urges people to check-in on 4sq?

*Perché TV network TLC spinge le persone a fare check-in su 4sq?*

**Risposta:** There are two sides of the business we want to cover. The first is local businesses like coffee shops and restaurants, and the second is media companies. When we see what media companies are doing with Twitter and we think they can use 4sq, too. So we try to get TV channels and shows, newspapers, magazines and celebrities to scatter their content around the world – to challenge their viewers to do the things that these media companies are prescribing.

TLC has a program that shows things that represent the TLC brand. They are explaining 4sq to their viewers, encouraging viewers to go out and check into the TLC experience, receive a TLC badge, and the next step is to make those badges worth something. So for example you could get a TLC prize pack, where you get invited to a special party or get a special discount, so you feel like you are seeing the world through the eyes of TLC or the New York Times or Bravo TV or MTV and get a reward for going out and doing those things.

*Ci sono due diversi aspetti di business che vogliamo coprire. Il primo è quello degli esercenti locali, come bar e ristoranti; il secondo è quello delle agenzie di comunicazione. Quando vediamo quello che fanno con Twitter, pensiamo che possano usare anche 4sq. Quindi cerchiamo di far in modo che anche emittenti TV e programmi televisivi, giornali, riviste e celebrità possano diffondere i propri contenuti in tutto il mondo – per sfidare gli spettatori a fare le cose che queste agenzie consigliano. TLC ha un programma centrato sul proprio marchio. Spiegano 4sq ai loro spettatori, incoraggiandoli a uscire, a provare l'esperienza di TLC e a ricevere un badge di TLC; il prossimo passo è dare un qualche valore a quei badge. Per esempio si potrebbe ricevere un pacchetto premio di TLC, con l'invito a una particolare festa, oppure con un'offerta speciale, così ci si sente come se si vedesse il mondo con gli occhi di TLC o del New York Times o di Bravo TV o MTV, ottenendo una ricompensa per quello che si è fatto.*

**Domanda:** Dennis can you see your audience? There are about 60 people here.



*Riesci a vedere il tuo pubblico? Ci sono circa 60 persone qui.*

**Risposta:** Yeah, it's interesting that you are interested in focusing on what we are going to do in the future especially with merchants and businesses, but you have to remember that we built this stuff first and foremost for ourselves, for the users. So there are going to be some big changes over the next couple of months, especially regarding how the end-user deals with the product. And then you'll see that we are changing some of the stuff we're launching so that media companies, brands, businesses and venues can use it, too. But it all starts with the user.

*Si, è interessante che voi vi concentrate su quello che faremo nel futuro, specialmente con commercianti e imprese, ma dovete ricordarvi che abbiamo costruito tutto questo prima e soprattutto per noi stessi, per gli utenti. Quindi ci saranno alcuni grandi cambiamenti nei prossimi mesi, specialmente per quanto riguarda i modi con cui l'utente finale potrà fare affari con il prodotto. E poi vedrete che stiamo cambiando un po' delle cose che stiamo lanciando, in modo che le agenzie di comunicazione, i brand, i business e gli esercizi locali possano usarlo anche loro. Ma tutto parte dall'utente.*

