

Nuovi modelli di business con il supporto delle ICT

Progetto finanziato da

**Unioncamere
Emilia-Romagna**



Unione delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna



**Forlì
12-04-2012**

Sommario

- **Nuovi modelli di business con il supporto delle ICT**
 - I modelli di business
 - Casi di successo

Modelli di Business ICT

- Nel senso più elementare, un modello di business è il metodo commercializzare prodotti e servizi - che è, in generale, una modalità per generare entrate. Il modello di business - spiega in che modo una società produce profitto specificando dove è posizionato nella catena del valore.
- Alcuni modelli sono abbastanza semplici. Una società produce un bene o un servizio che vende ai propri clienti. Se i ricavi delle vendite superano i costi di produzione la società realizza un profitto. Alcuni modelli sono semplici mentre altri possono essere più complessi.

Michael Rappa, Ph.D.
Director of Institute for Advanced Analytics
North Carolina State University

Categorie di base dei modelli di business

- Brokerage
- Advertising
- Infomediary
- Merchant
- Manufacturer (Direct)
- Affiliate
- Community
- Subscription
- Utility

BROKERAGE MODEL

- I brokers sono dei veri e propri market-makers, in quanto aggregano domanda e offerta facilitando le transazioni, che possono essere di tipo B2B, B2C oppure C2C; il BM si finanzia con il pagamento di una commissione a carico dei compratori/venditori per ogni transazione effettuata.
- La formula può variare da caso a caso. I Brokerage Models includono i Marketplace Exchange che offrono una gamma completa di servizi che coprono il processo di transazione, dalla valutazione del mercato passando per la negoziazione e arrivando all'accordo finale.

BROKERAGE MODEL: esempio

- Orbitz è una delle principali società di viaggi online che consente ai viaggiatori di ricercare e acquistare una vasta gamma di prodotti da viaggio, compresi i biglietti aerei, alloggi, noleggio auto, crociere e pacchetti vacanza.

Dal lancio del proprio sito web al grande pubblico nel 2001, Orbitz è diventato il terzo più grande sito di viaggi online in considerazione delle entrate derivanti dalle prenotazioni dei viaggi. Su Orbitz, i consumatori possono ricercare più compagnie aeree, decine di migliaia di alloggi in tutto il mondo e società di noleggio auto.

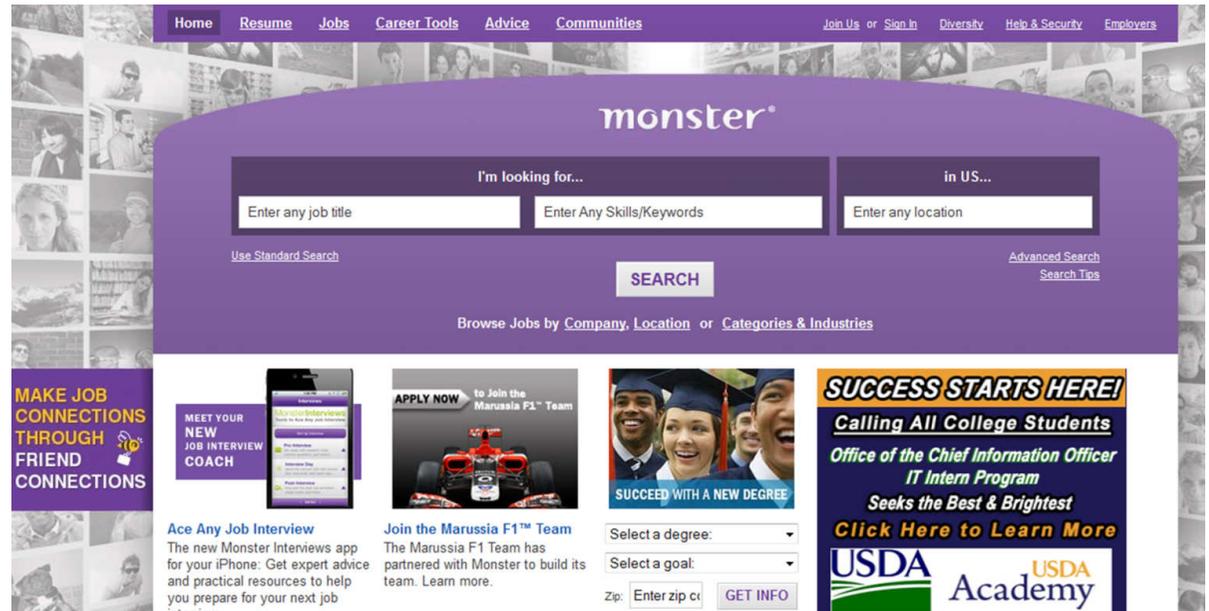
The screenshot shows the Orbitz website interface. At the top, there is a navigation bar with the Orbitz logo, a 'NO FEES' badge, and links for 'My Trips', 'My Account', 'Traveler Update', and 'Customer Support'. Below this is a secondary navigation bar with 'Quick Search', 'Vacation Packages', 'Hotels', 'Flights', 'Cars', 'Cruises', 'Activities', and 'Deals'. The main content area features a search form on the left with options for 'Flight only', 'Hotel only', 'Car only', 'Activities', 'Cruises', 'Flight + Hotel', 'Flight + Car', 'Hotel + Car', and 'Flight + Hotel + Car'. It also includes search criteria for 'Where', 'Check-in', 'Check-out', 'Nights', 'Room 1' (Adult and Child counts), and 'Star rating'. A large banner on the right promotes a 'SPRING HOTEL SALE Save up to 40%' with a 'Learn more' link. Below the banner are sections for 'Top Destinations' (Caribbean, Florida, Hawaii, Las Vegas), 'Top Hotels' (Disney®, Intercontinental, Marriott Hotels, MGM Las Vegas), and 'Top Interests' (All-inclusive, Beach, Last-Minute, Romance).

ADVERTISING MODEL

- È un'estensione nello spazio virtuale del modello tradizionale del broadcasting, in cui i media tradizionali sono sostituiti da siti web che forniscono contenuti (gratuiti o a pagamento) ed un insieme di servizi (email, chat, forum) insieme a messaggi pubblicitari in forma di banner, che possono essere la principale o anche l'unica fonte di sostentamento. Ovviamente, la redditività di questo BM è legata al numero di visitatori, che deve essere molto alto o molto specializzato

ADVERTISING MODEL: esempio

Fondata nel 1967, Monster Worldwide, Inc. (Ex TMP Worldwide Inc), è il leader mondiale del reclutamento on-line. Monster Worldwide è anche la società madre di TMP Worldwide Advertising & Communications, una delle più grandi reti di agenzie pubblicitarie per le assunzioni, e di TMP Worldwide Directional Marketing, la più grande agenzia pubblicitaria di pagine gialle e fornitrice di servizi di marketing diretto.



Con sede a New York e circa 4500 dipendenti in 19 paesi, i clienti della società sono più di 90 delle aziende Fortune 100 e più di 490 delle aziende Fortune 500.

INFOMEDIARY MODEL

- Questo Business Model deve la sua fortuna all'importanza assunta dalle informazioni sugli utenti e dalle abitudini d'acquisto degli stessi nell'era di Internet. Le informazioni, che saranno poi vendute ad aziende interessate ad effettuare campagne di marketing mirate, possono essere raccolte tramite l'offerta di servizi di vario genere, non ultimo l'accesso gratuito a Internet, che prevedano almeno una registrazione di base.

INFOMEDIARY MODEL: esempio

DoubleClick è il fornitore leader di soluzioni per le agenzie di pubblicità, di marketing e di Web publisher per pianificare, eseguire e analizzare i loro programmi di marketing.



Le soluzioni di marketing di DoubleClick - pubblicità online, search engine marketing, marketing affiliato e marketing via e-mail, - aiutano i clienti ad ottenere il più alto profitto sui loro investimenti. Nel 2005, DoubleClick è stata acquisita dalla Click Holding Corp, una consociata di fondi di investimento di private equity affiliata a Hellman & Friedman LLC e JMI Equity.

Powering Digital Advertising Globally

DoubleClick is the ad management and ad serving technology foundation for the world's buyers, creators and sellers of digital media.



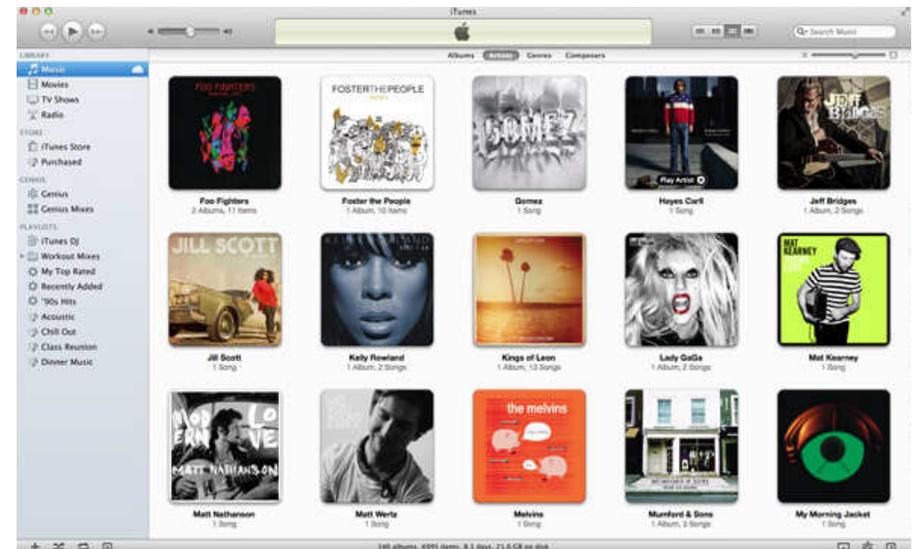
MERCHANT

- Trasposizione virtuale del BM adottato da grossisti e rivenditori; le vendite possono basarsi su un catalogo con prezzi di listino o su aste e i prodotti/servizi possono o meno avere un corrispondente nei negozi tradizionali.
- Virtual Merchant: o (or e-taller), è un commerciante al dettaglio che opera esclusivamente attraverso il web. [Amazon.com]
- Catalog Merchant: vendita per corrispondenza con un catalogo presente sul web. Consente di ordinare per posta, per telefono e on-line.

MERCHANT: esempio

Il Music Store di Apple Computer consente agli utenti di PC e Mac di scoprire, acquistare e scaricare legalmente musica on-line. Dispone di più di un milione di canzoni dalle principali società di musica e 600 etichette di registrazione indipendenti, oltre 9000 audiolibri, buoni regalo per acquisti e musica esclusiva non reperibile altrimenti on-line. Sin dai suoi esordi, i clienti di Apple hanno acquistato e scaricato oltre 250 milioni di canzoni, da iTunes Music Store

Gli utenti di iTunes scaricano oggi oltre un milione di canzoni al giorno, quasi mezzo miliardo di canzoni all'anno. L'iTunes Music Store è ora disponibile in quindici paesi, che insieme rappresentano oltre il 70% del mercato globale di musica.



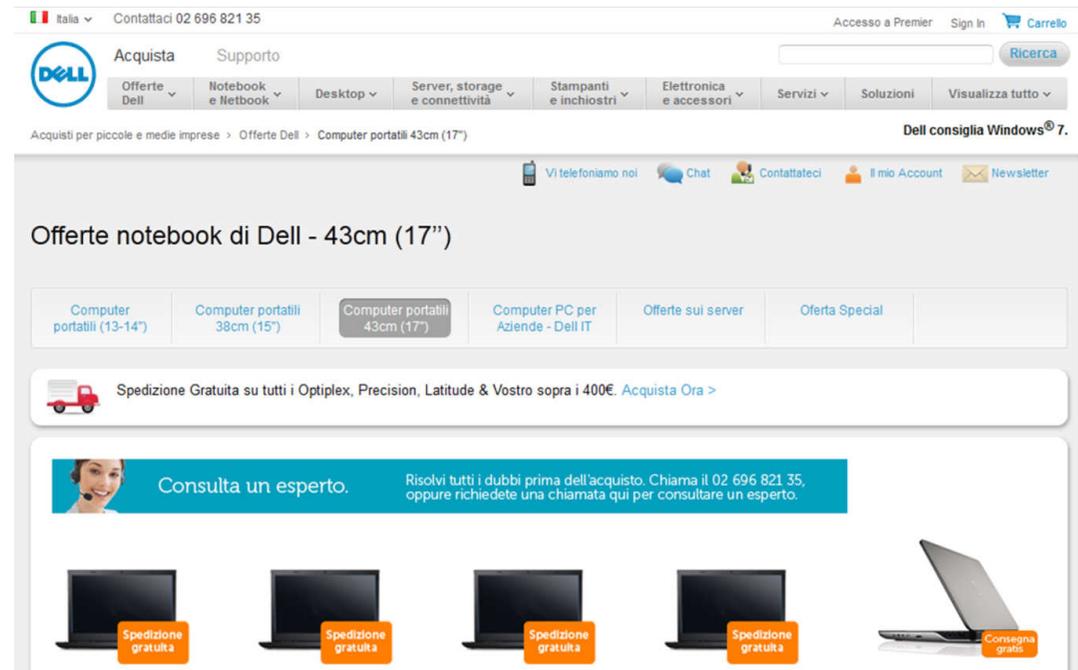
MANUFACTURER MODEL

- Questo business model nasce con l'obiettivo di comprimere il canale distributivo, consentendo ai produttori di beni e servizi di raggiungere senza alcuna intermediazione i propri clienti; esso si caratterizza per una maggiore efficienza, un miglior livello di servizio ed una migliore comprensione delle esigenze ed aspettative dei clienti.

MANUFACTURER MODEL: esempio

Dell Computer è il più importante fornitore di prodotti e servizi richiesti dai clienti di tutto il mondo per costruire le loro tecnologie dell'informazione e le infrastrutture Internet.

Dell, attraverso il suo modello di business diretto, progetta, produce e personalizza prodotti e servizi per le esigenze dei clienti, e offre una vasta gamma di software e periferiche. Purchase: la vendita di un prodotto in cui il diritto di proprietà è trasferito all'acquirente.

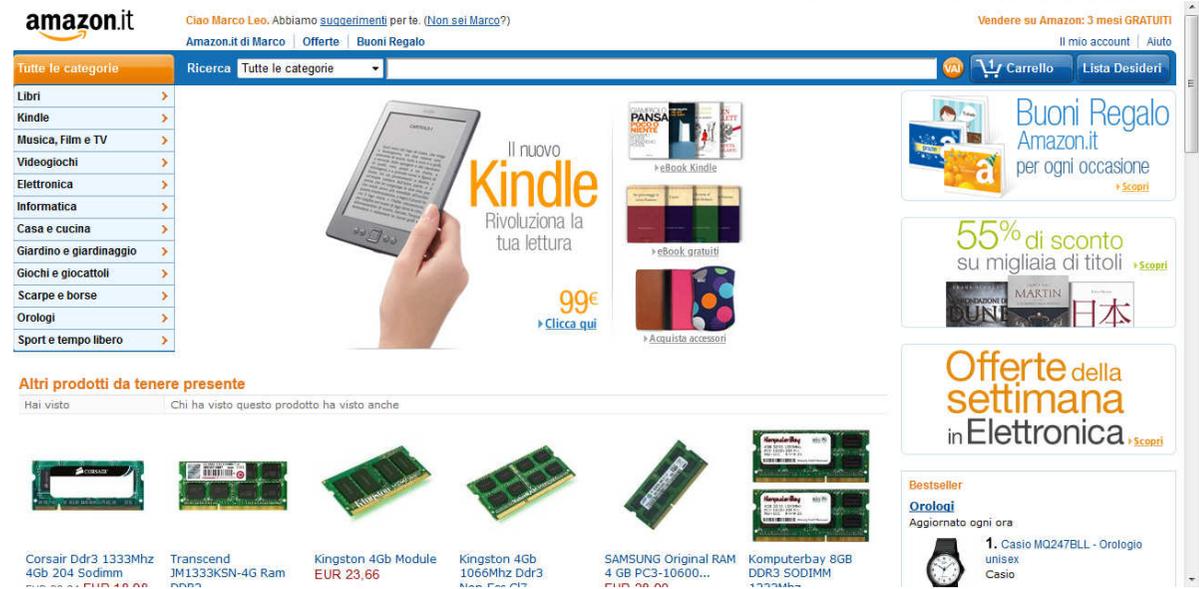


AFFILIATE MODEL

- È un business model tipo pay-for-performance che nasce in contrapposizione al modello “portale” il cui obiettivo è concentrare un alto volume di traffico verso un unico sito: questo business model funziona in sinergia con il business model "Merchant" offrendo agli utenti occasioni d'acquisto ovunque si trovino sulla rete. Si auto-finanziano tramite percentuali sulle entrate dei siti principali ai quali sono collegati oppure grazie a forme innovative quali banner-exchange o pay-per-click.

AFFILIATE MODEL: esempio

- Banner Exchange: vende il posizionamento della pubblicità tra una rete di siti affiliati.
- Pay-per-click: sito che paga gli affiliati per ogni click dell'utente.
- Revenue Sharing: offre una provvigione percentuale sulle vendite basata sul click dell'utente che in seguito acquista un prodotto.



Esempi: [Barnes & Noble](#), [Amazon.com](#)

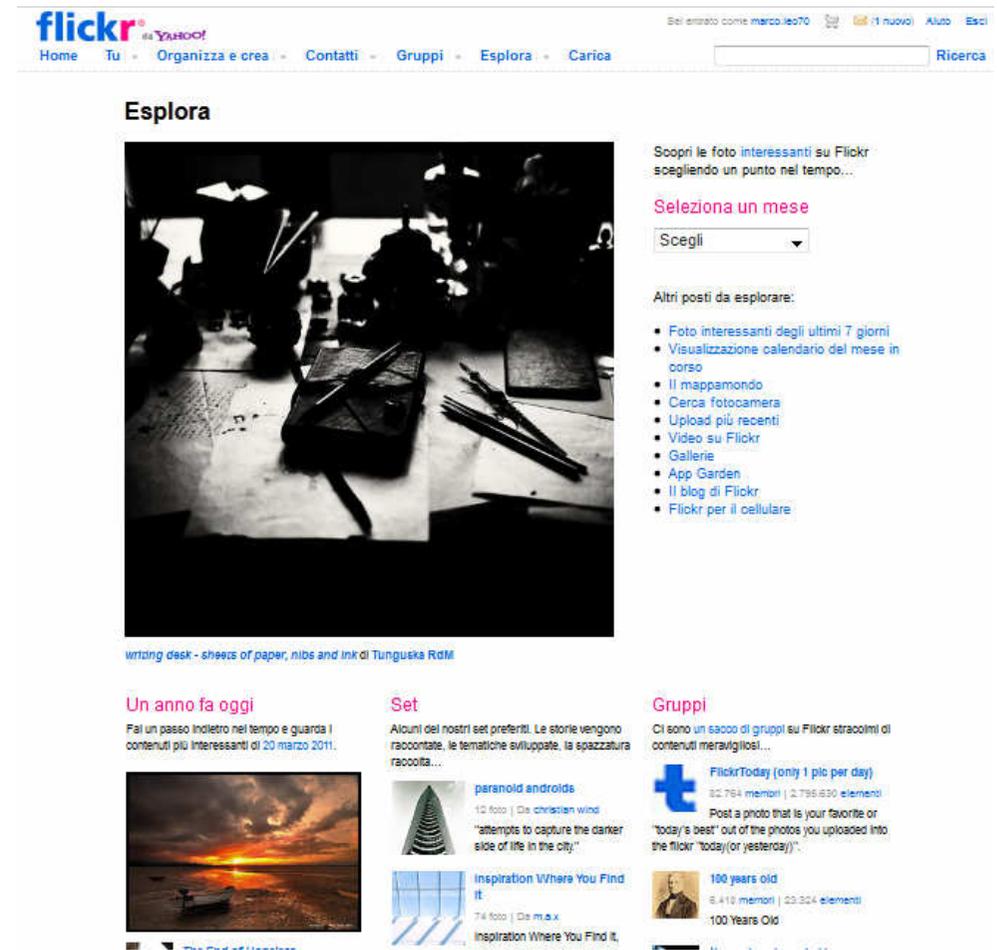
COMMUNITY MODEL

- La capacità di generare profitti di questo business è legata più che al numero degli utenti alla loro fedeltà ed è caratterizzata da un investimento di tempo e risorse (anche finanziarie) che spesso si trasforma in un reale contributo in termini di contenuti. Sebbene per i servizi premium possa essere stabilito il pagamento di un contributo, questo business model genera profitti grazie alla base dei contenuti generate dagli utenti che possono essere messe a disposizione di altre categorie di business model (advertising, informediary, etc...).

COMMUNITY MODEL: esempio

- Flickr è un sito web di gestione e condivisione foto, con oltre 200000 membri, consente agli utenti di caricare le foto e mettere insieme album fotografici che possono essere annotati con "tags" e condivisi. Fondata nel 2002 da Caterina Fake e Stewart Butterfield a Vancouver, in Canada, Flickr è stato acquistato da Yahoo! nel

marzo 2005



SUBSCRIPTION MODEL

- Questo business si caratterizza per l'offerta di contenuti ad alto valore aggiunto che però sono resi accessibili all'utente previo pagamento di una commissione per la registrazione al sito. Tale strategia contrasta con la risaputa resistenza al pagamento per avere accesso ai contenuti disponibili sul web, ed è per questo che spesso vengono offerti anche contenuti free per invogliare gli utenti a sottoscrivere il modulo di registrazione.

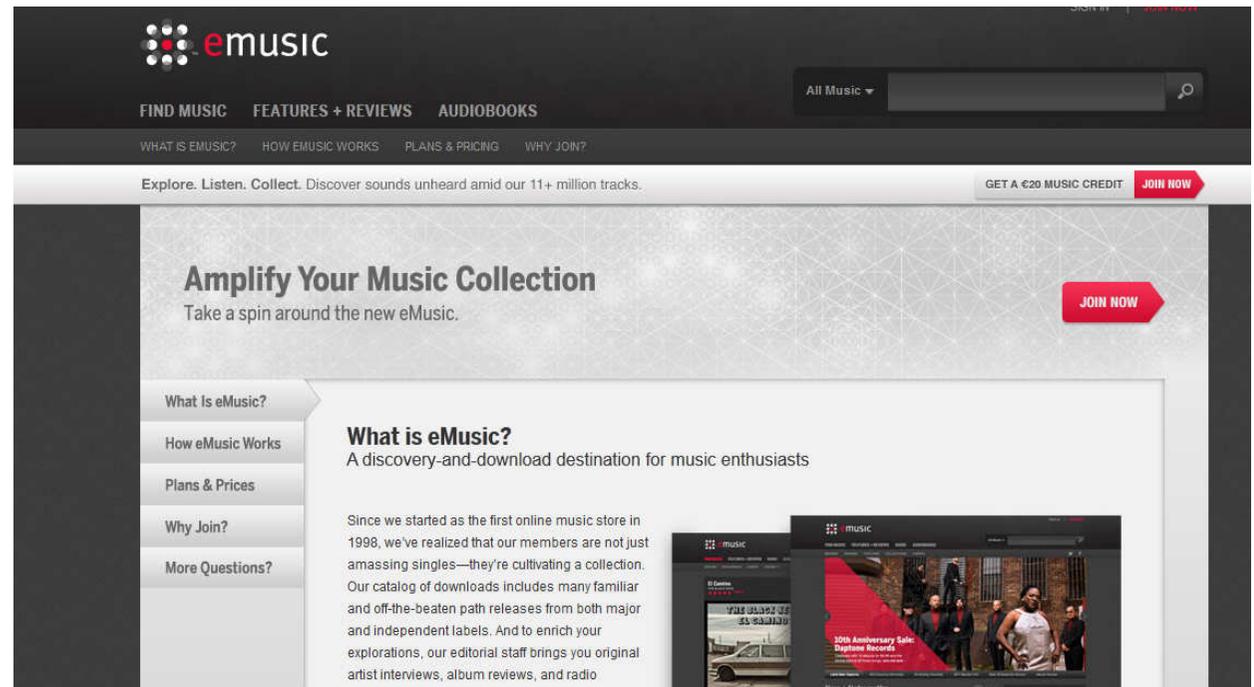
The screenshot shows the Netflix homepage with a dark red background. At the top left is the 'NETFLIX' logo, and at the top right is a 'Member Sign In' button. The main headline reads: 'Watch unlimited movies & TV episodes over the Internet! For one low monthly price.' Below this are two checkmarks: 'Watch right on your TV or computer' and 'Cancel online anytime'. A central image shows a family sitting on a couch watching a TV displaying the Netflix interface. To the right of the image is a sign-in form with the heading 'Sorry, Netflix is not available in your country... yet'. The form asks for 'First Name', 'Last Name', 'Email', and 'Confirm Email', with a 'Let me know' button. Below the form is a 'Secure Server' notice. At the bottom, a yellow banner says 'Press play and watch in seconds via the Internet. Watch what you want, when you want. Unlimited!'. Below this are three columns with icons and text: 'Watch online on your computer', 'Watch online on your TV; connect your laptop directly to your TV', and 'Watch online on your TV; connect your game consoles to your Netflix account'.

SUBSCRIPTION MODEL: esempio

- Netflix è il servizio on-line di noleggio film più grande al mondo: fornendo a più di tre milioni di abbonati accesso a più di 50000 titoli in DVD. Con il programma più economico dell'azienda, per \$ 17,99 al mese, gli abbonati Netflix affittano tutti i DVD che vogliono e possono tenerli finché vogliono, con tre film per volta. Non ci sono scadenze, nessuna mora per il ritardo e nessuna spesa di spedizione. I DVD sono forniti gratuitamente dalla spedizione USPS dai centri di spedizione regionali situati negli Stati Uniti. Netflix può raggiungere per la consegna oltre il 90% dei suoi abbonati generalmente in un giorno. Netflix film offre consigli personalizzati per i suoi membri e ha più di 500 milioni di valutazioni dei film. Netflix permette anche ai membri di condividere e consigliare film ad altri attraverso il suo profilo Friends™.

UTILITY MODEL

- È un business la cui redditività dipende dalla capacità di associare un valore ai singoli byte, inclusi micropagamenti (ovvero tali da non giustificare la commissione per il pagamento con carta di credito).
- Metered Usage: valuta ed elenca gli utenti sulla base dell'effettivo utilizzo di un servizio.
- Metered Subscriptions: permette agli abbonati di acquistare l'accesso ai contenuti in porzioni misurate (es, numero di pagine visitate).



UTILITY MODEL: esempio

- eMusic invece, attivo già dal 2000, offre per 10 sterline al mese un servizio di download in formato MP3 senza DRM da un catalogo di oltre 4 milioni di brani provenienti da 27 mila etichette indipendenti, l'offerta però non è illimitata, l'utente può scaricare solo 30 brani al mese. Tale piattaforma si è specializzata su generi di nicchia poiché la mancanza di restrizioni l'aveva resa poco appetibile per le "quattro grandi".
- Il sito britannico Datz Music Lounge offre, al prezzo di 100 sterline l'anno, una chiavetta Usb e l'accesso illimitato al catalogo del sito di brani MP3 senza restrizioni ma per il momento ha raggiunto un accordo solo con Emi e Warner per cui probabilmente la tariffa è destinata ad aumentare non appena Sony e Universal si aggiungeranno all'offerta.