

Modelli di business per il Commercio Elettronico



Moreno Marzolla
Dipartimento di Informatica
Università Ca' Foscari di Venezia
marzolla@dsi.unive.it
<http://www.dsi.unive.it/~marzolla>

Ringraziamenti

- prof. Francesco Dalla Libera
 - Corso di *Commercio Elettronico*, Dipartimento di Informatica, Università Ca' Foscari di Venezia.

Modelli di business

- Nel suo significato di base, un modello di business è il modo per fare affari attraverso il quale una organizzazione può sostenersi da sola
 - Cioè guadagnare
- Il modello di business illustra come l'organizzazione fa denaro, acquista fette di mercato e si sviluppa

Un esempio molto semplice

- Un'azienda produce un bene o un servizio e lo vende ai clienti
- Se tutto va per il meglio, i ricavi dalle vendite superano i costi complessivi e l'azienda realizza un profitto

Definizione di modello di business

- Una descrizione di:
 - Attori e loro rispettivi ruoli
 - Chi fa cosa
 - Potenziali benefici per i vari attori
 - Perché lo fanno
 - Fonti di guadagno
 - Ovvio

Analizziamo / 1

- Un'architettura che definisce i flussi dei prodotti, dei servizi ed informativi e che include una descrizione dei vari attori e dei loro ruoli
 - questa è una fase estremamente impegnativa e delicata visto che da essa dipende la riuscita o il fallimento di un'azienda. Maggiore è il grado di precisione adottato, maggiore è la probabilità che la strategia scelta riesca a portare i risultati attesi

Analizziamo / 2

- Una descrizione dei benefici potenziali per i diversi attori
 - la scelta di un modello piuttosto che un altro dipende proprio dall'identificazione dei benefici che possono essere ottenuti dalle diverse parti chiamate in gioco

Analizziamo / 3

- Una descrizione delle fonti di guadagno
 - indispensabile perché un modello di business, oltre che essere corretto dal punto di vista teorico, porti alla realizzazione di vantaggi economici tangibili per le aziende che lo adottano

Perché sono importanti

- I diversi modelli di business sono importanti perché portano benefici diversi tenendo in considerazione situazioni di mercato diverse
- Quindi adottare un determinato modello di business in un contesto non adatto *non* porta alcun beneficio
 - ...e rende inutile e dannoso adottare il Commercio Elettronico

Approfondiamo

- Un modello di business è la struttura e le azioni attraverso cui una organizzazione opera all'interno del mercato
 - è la rappresentazione delle attività di una azienda
- Tre aspetti da esaminare:
 - Modelli di Attività - cosa fa un business
 - Modelli di Processo - come un business conduce ciò che fa
 - Modelli dei Dati - descrive la struttura informativa di un business

Esempio: amazon.com

- Raccoglie informazioni sugli utenti, derivandole dalle interazioni dirette
 - Dati anagrafici, dati sugli acquisti, dati sulle navigazioni, ...
- Promuove la vendita di Libri su web, ottenendo transazioni economiche
 - Simili ad una vendita faccia a faccia
- Distribuisce libri usando il sistema postale
- amazon.com genera ricavi da transazioni di vendita o da informazioni sugli utenti

Passi da considerare nello sviluppo di un modello di business



Benefici di un modello di business basato su E-Commerce / 1

- Distribuzione
 - L'uso di Web come canale di distribuzione riduce i costi di distribuzione
 - Attività editoriali, servizi informativi o categorie di prodotti digitali possono essere consegnati immediatamente
 - Può portare a fenomeni massicci di disintermediazione o, anche, alla eventuale scomparsa degli intermediari
 - Acquirenti e venditori possono contattarsi l'un l'altro direttamente, eliminando così alcuni costi e vincoli come telefono, fax, lettere.

Benefici di un modello di business basato su E-Commerce / 2

- Vendita
 - Molte funzioni di vendita sono nelle mani dei clienti, attraverso l'ordine on-line e l'uso di moduli (form) da riempire.
 - Questo fatto consente anche la cattura di informazioni sui clienti.
 - Le aziende possono entrare "in dialogo" o comunicazione con gli acquirenti.

Benefici di un modello di business basato su E-Commerce / 3

- Analisi del mercato
 - La tecnologia Web consente di effettuare analisi di mercato e di monitorare le scelte dei clienti attraverso le preferenze passate dei clienti rilevate nelle attività di browsing e di acquisto

Perché le aziende italiane vendono online

- 1) Raggiungere nuovi clienti/mercati (44%)
- 2) Strutturare modalità di vendita innovativa (40%)
- 3) Canale adatto attività (16%)
- 4) Politica aziendale (12%)
- 5) Migliorare l'assistenza ai clienti (9,3%)
- 6) Restare al passo (9,3%)
- 7) Modalità di vendita poco costosa (6,7%)
- 8) Non sa / non risponde (6,7%)

Alcuni modelli di business

- Esistono molti modelli di business suddivisi in diverse categorie
- Non esiste una singola, completa e accettata tassonomia dei modelli di business per le attività economiche che si trovano su Web
- Prenderemo in esame alcune classificazioni, prima di concentrarci su una catalogazione più ridotta e più tecnologica.
 - Classificazione di Michael Rappa, <http://digitalenterprise.org/models/models.html>

Intermediario / 1 (Broker Model)

- I broker sono intermediari che fanno incontrare compratori e venditori, e facilitano le transazioni
 - business-to-business (B2B), business-to-consumer (B2C), consumer-to-consumer (C2C)
- Un broker guadagna facendo pagare un prezzo su ogni transazione che riesce a completare

Intermediario / 2

- Attori
 - Broker
 - Compratori
 - Venditori
- Benefici per gli attori
 - Viene facilitato l'incontro tra domanda ed offerta
 - Il broker ci guadagna
- Fonti di guadagno
 - Il broker guadagna su ogni affare concluso
 - Venditore e compratore fanno affari

Esempio



Tipi di broker / 1

- **Marketplace Exchange**
 - Offrono una ampia gamma di servizi che coprono tutte le fasi del processo di transazione, dalle ricerche di prodotti sul mercato alla negoziazione e completamento della transazione
 - Orbitz, ChemConnect
- **Buy/Sell fulfillment**
 - Raccogliono ordini di acquisto o vendita dai clienti
 - CarsDirect, Respond.com

Tipi di broker / 2

- **Demand Collection System**
 - I potenziali clienti di un prodotto o un servizio fanno una offerta (vincolante), e il broker cerca di combinare la transazione
 - Priceline.com
- **Auction Broker**
 - Conducono aste per conto del venditore. Il broker impone una commissione al venditore proporzionata al valore della transazione. Diversi tipi di modalità d'asta
 - eBay

Tipi di broker / 3

- **Transaction Broker**
 - Forniscono dei meccanismi di pagamento per conto terzi
 - PayPal, Escrow.com
- **Distributor**
 - Sostanzialmente gestisce dei cataloghi connessi ad un vasto numero di produttori. Il broker facilita le transazioni tra i distributori che gestisce e i loro partner commerciali

Tipi di broker / 4

- **Search Agent**
 - Un "robot" utilizzato per cercare prezzo e disponibilità di un particolare bene o servizio specificato dal compratore; usato anche per trovare informazioni specifiche difficili da individuare
 - MySimon
- **Virtual Marketplace**
 - Negozio virtuale, che fornisce una soluzione "chiavi in mano" per venditori dietro pagamento di canoni mensili o per transazione
 - zShops and Merchant Services at Amazon.com

Pubblicità (Advertising Model)

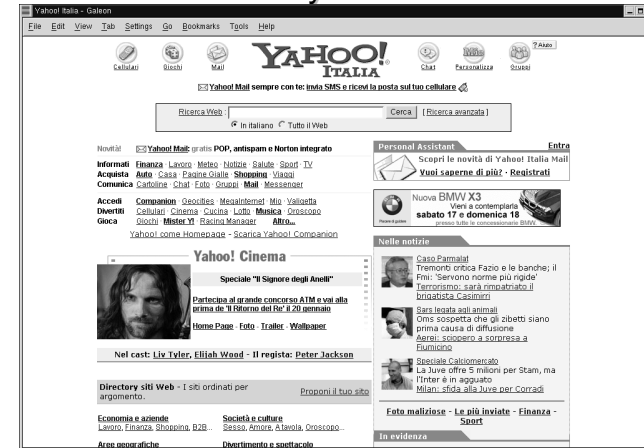
- Un sito WEB fornisce una serie di contenuti e servizi (posta elettronica, chat, aree di discussione) mescolate con messaggi pubblicitari sotto forma di immagini (*banner*)
 - Tale pubblicità può essere la principale o unica fonte di guadagno per il sito WEB
 - Portali generici
- Il modello basato su pubblicità funziona bene se il sito ha molti visitatori, oppure se fornisce contenuti altamente specializzati

Moreno Marzolla

Tecnologie Web

25

Esempio / 1 www.yahoo.it



Moreno Marzolla

Tecnologie Web

26

Esempio / 2 www.virgilio.it



Moreno Marzolla

Tecnologie Web

27

Tipi di pubblicità / 1

- Portal
 - Usually a search engine that may include varied content or services. A high volume of user traffic makes advertising profitable and permits further diversification of site services. A personalized portal allows customization of the interface and content to the user. A niche portal cultivates a well-defined user demographic.
 - Yahoo!

Moreno Marzolla

Tecnologie Web

28

Tipi di pubblicità / 2

- **Classifieds**
 - List items for sale or wanted for purchase. Listing fees are common, but there also may be a membership fee.
 - Monster.com, Match.com
- **User Registration**
 - Content-based sites that are free to access but require users to register and provide demographic data. Registration allows inter-session tracking of user surfing habits and thereby generates data of potential value in targeted advertising campaigns.
 - NYTimes Digital

Tipi di pubblicità / 3

- **Query-based Paid Placement**
 - Sells favorable link positioning (i.e., sponsored links) or advertising keyed to particular search terms in a user query, such as Overture's trademark "pay-for-performance" model.
 - Google, Overture
- **Contextual Advertising**
 - Freeware developers who bundle ads with their product. For example, a browser extension that automates authentication and form fill-ins, also delivers advertising links or pop-ups as the user surfs the web. Contextual advertisers can sell targeted advertising based on an individual user's surfing behavior.
 - Gator, WhenU, eZula

Tipi di pubblicità / 4

- **Content-Targeted Advertising**
 - Pioneered by Google, it extends the precision of search advertising to the rest of the web. Google identifies the meaning of a web page and then automatically delivers relevant ads when a user visits that page.
 - Google, Sprinks (ContentSprinks)
- **Intracommercials**
 - Animated full-screen ads placed at the entry of a site before a user reaches the intended content.
 - CBS MarketWatch

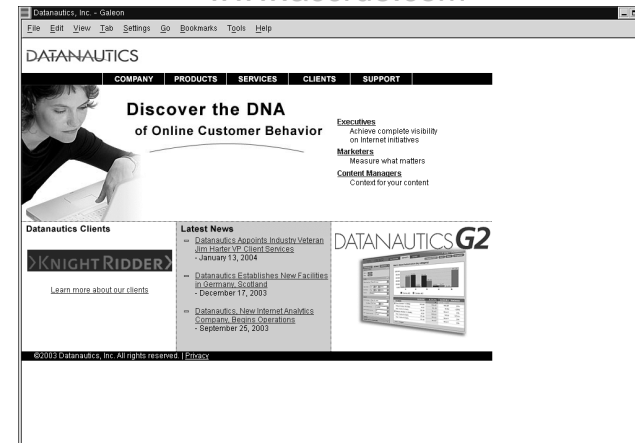
Tipi di pubblicità / 5

- **Ultracommercials**
 - Interactive online ads that require the user to respond intermittently in order to wade through the message before reaching the intended content.
 - Salon in cooperation with Mercedes-Benz

Intermediario di Informazioni (Infomediary Model)

- I dati sui comportamenti e sugli acquisti degli utenti in rete sono molto preziosi
 - Specialmente se sono analizzati e utilizzati per fornire pubblicità su misura o altre attività di marketing personalizzate
- Alcune aziende raccolgono informazioni sui comportamenti degli utenti e le rivendono
 - Spesso forniscono accesso alla rete o PC gratis in cambio dell'autorizzazione a monitorare il comportamento dell'utente

Esempio www.accrue.com



Tipi di infomediari / 1

- Advertising Networks
 - Feed banner ads to a network of member sites, thereby enabling advertisers to deploy large marketing campaigns. Ad networks collect data about web users that can be used to analyze marketing effectiveness.
 - DoubleClick
- Audience Measurement Services
 - Online audience market research agencies.
 - Nielsen//Netratings

Tipi di infomediari / 2

- Incentive Marketing
 - Customer loyalty program that provides incentives to customers such as redeemable points or coupons for making purchases from associated retailers. Data collected about users is sold for targeted advertising.
 - Coolsavings, MyPoints, Greenpoints
- Metamediary
 - Facilitates transactions between buyer and sellers by providing comprehensive information and ancillary services, without being involved in the actual exchange of goods or services between the parties.
 - Edmunds

Mercante (Merchant Model)

- Vendita “classica” di beni o servizi
 - E' presente un catalogo che gli utenti possono consultare
 - I prezzi dei beni possono essere indicati nel catalogo, oppure essere frutto di aste o altre forme di contrattazione
 - Il mercante potrebbe essere specializzato in alcuni prodotti particolari, che vende solo su WEB

Esempio www.leg.it (Libreria Editrice Goriziana)



Tipi di mercante / 1

- Virtual Merchant
 - Or e-tailer, is a retail merchant that operates solely over the web.
 - Amazon.com
- Catalog Merchant
 - Mail-order business with a web-based catalog. Combines mail, telephone and online ordering.
 - Lands' End

Tipi di mercante / 2

- Click and Mortar
 - Traditional brick-and-mortar retail establishment with web storefront.
 - Barnes & Noble
- Bit Vendor
 - A merchant that deals strictly in digital products and services and, in its purest form, conducts both sales and distribution over the web.
 - Apple iTunes Music Store

Produttore (Manufacturer Model)

- Il modello del Produttore sfrutta la potenza del WEB per consentire ad un produttore di vendere direttamente al consumatore
 - Il WEB in questo caso riduce o azzerava la lunghezza della catena di distribuzione
 - Vantaggi:
 - Costi ridotti
 - Miglior servizio ai clienti
 - Miglior consapevolezza delle esigenze dei clienti
 - La vendita di prodotti deperibili (es. fiori freschi) può trarre vantaggio dall'eliminazione degli intermediari

Esempio



Tipi di produttore / 1

- Purchase
 - The sale of a product in which the right of ownership is transferred to the buyer.
- Lease
 - In exchange for a rental fee, the buyer receives the right to use the product under a "terms of use" agreement. The product is returned to the seller upon expiration or default of the lease agreement. One type of agreement may include a right of purchase upon expiration of the lease.

Tipi di produttore / 2

- License
 - The sale of a product that involves only the transfer of usage rights to the buyer, in accordance with a "terms of use" agreement. Ownership rights remain with the manufacturer (e.g., with software licensing).
- Brand Integrated Content
 - In contrast to the sponsored-content approach (i.e., the advertising model), brand-integrated content is created by the manufacturer itself for the sole basis of product placement.
 - bmwfilms

Comunità (Community Model)

- E' basato sulla *lealtà* degli utenti, piuttosto che sull'alto volume di traffico
- Gli utenti di solito investono molto tempo e si appassionano visitando il sito
 - Gli utenti possono essere anche i principali fornitori di contenuti
 - Avere un bacino di utenza fedele offre ad eventuali inserzionisti pubblicitari (*advertising model*) e *infomediari* opportunità particolarmente ghiotte

Esempio www.playstation.com



Tipi di comunità / 1

- Open Source
 - Software developed voluntarily by a global community of programmers who share code openly. Instead of licensing code for a fee, open source relies on revenue generated from related services like systems integration, product support, tutorials and user documentation.
 - Red Hat

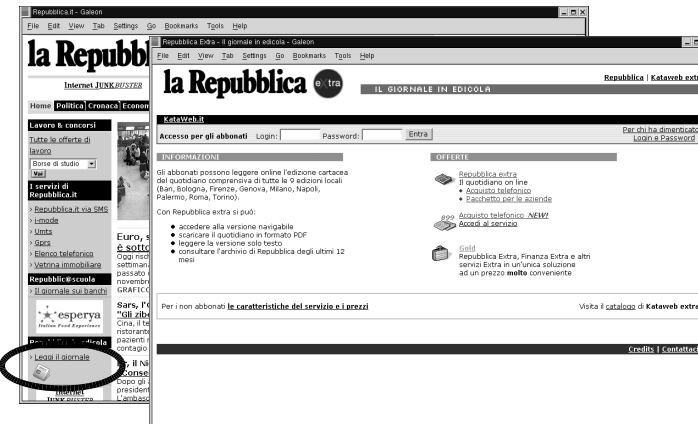
Tipi di comunità / 2

- Public Broadcasting
 - User contributor model used by not-for-profit radio and television broadcasting extended to the web. The model is based on the creation of a community of users who support the site through voluntary donations.
 - The Classical Station (WCPE.org)
- Knowledge Networks
 - Discussion sites that provide a source of information based on the sharing of expertise among professionals.
 - AllExperts

Sottoscrizione (Subscription model)

- Gli utenti pagano per accedere ai contenuti del sito. E' importante che le informazioni sul sito abbiano elevata qualità e specializzazione
 - Es. informazioni sui mercati finanziari
- Questo modello non funziona molto bene per i quotidiani non specializzati
 - In certi casi, i siti dei quotidiani possono fornire libero accesso ad alcune informazioni, e un accesso *premium* a contenuti aggiuntivi a pagamento

Esempio www.repubblica.it



Tipi di sottoscrizione / 1

- Content Services
 - Provide text, audio, or video content to users who subscribe for a fee to gain access to the service.
 - Listen.com, Netflix
- Person-to-Person Networking Services
 - Are conduits for the distribution of user-submitted information, such as individuals searching for former schoolmates.
 - Classmates

Tipi di sottoscrizione / 2

- Trust Services
 - Come in the form of membership associations that abide by an explicit code of conduct, and in which members pay a subscription fee.
 - Truste
- Internet Services Providers
 - Offer network connectivity and related services on a monthly subscription.
 - America Online