



Progetto MercatinoLibri.it

26 Luglio 2011

Sommario

Il documento contiene i risultati del progetto di analisi dei possibili business model per il servizio online MercatinoLibri.it, analizzati durante il corso di Sviluppo e Gestione di Progetti, nonché la documentazione sulla pianificazione e la gestione del progetto stesso.

Informazioni documento

Nome file: MercatinoLibri.pdf

Distribuzione: Prof. Filippo Ghiraldo
Diego Giorgini
Ivan Belluco
Giacomo Quadrio
Alberto Maragno



Indice

Ideazione e concezione

[Cos'è MercatinoLibri.it](#)

[Necessità di esplorare nuovi business model](#)

[Richiesta di avvio progetto da parte del committente](#)

Pianificazione del progetto

[Descrizione del progetto](#)

[Risorse necessarie](#)

[Figure professionali](#)

[Informazioni](#)

[Strumenti](#)

[Organizzazione delle risorse disponibili](#)

[Pianificazione dell'occupazione delle risorse](#)

[Pianificazione oraria e dei costi delle risorse](#)

Analisi del servizio MercatinoLibri.it

[Storia del servizio](#)

[Business Model del servizio](#)

[Funzionalità disponibili](#)

[Novità e vantaggi del servizio](#)

[Risultati del primo anno di attività](#)

[Strade esplorate nell'anno 2011](#)

[Materiale pubblicitario \(A.S. 2010/2011\)](#)

[Volantino pubblicitario per gli studenti](#)

[Volantino pubblicitario per le scuole](#)

Analisi del mercato

[Analisi del mercato dei libri scolastici usati](#)

[Dati statistici sulla scuola italiana](#)

[Analisi del bisogno e altri attori del mercato](#)

Concorrenza

[Negozi fisici](#)

[Biblioteche](#)

[Compra-vendita al minuto e annunci scolastici](#)

[Siti online](#)

[Analisi dei concorrenti](#)

[Conclusioni sui dati raccolti](#)

[Approfondimento](#)

[ilLibrousato.it](#)

[Conclusioni generali](#)

Studio degli utenti di MercatinoLibri.it

[Sondaggio tra gli utenti attuali](#)

Proposte di business model

[BM1 - Vendita libri nuovi da librerie convenzionate](#)

[BM2a - Vendita spazi pubblicitari e copertura nazionale tramite catalogo AIE](#)

[BM2b - Vendita spazi pubblicitari e copertura nazionale tramite coinvolgimento utenti](#)

[BM3 - Piattaforma web per le librerie](#)

[Considerazioni sui business model individuati](#)



[Analisi business model 2B](#)

[Motivi della scelta](#)

[Descrizione dettagliata del nuovo servizio](#)

[Modello di monetizzazione e analisi dei guadagni](#)

[Analisi delle operazioni tecniche richieste](#)

[Marketing](#)

[Promozione del servizio negli istituti scolastici](#)

[Promozione del servizio su riviste a tiratura nazionale](#)

[Promozione del servizio sul web attraverso banner pubblicitari](#)

[Promozione del servizio sul web attraverso i social network](#)

[Promozione del servizio sul web attraverso altre metodologie](#)

[Pianificazione della campagna di marketing](#)

[Prospetto riassuntivo business model](#)

[Costi iniziali](#)

[Costi fissi](#)

[Costi variabili](#)

[Guadagni](#)

[Utenti previsti](#)

[Punto di pareggio](#)

[Consuntivo e valutazione dei costi e tempi di progetto](#)



Ideazione e concezione

Cos'è MercatinoLibri.it

MercatinoLibri.it è un servizio online pensato per gli studenti che rende estremamente facile e veloce lo scambio dei testi scolastici usati.

The screenshot shows the homepage of MercatinoLibri.it. At the top, there is a navigation bar with links for "Home", "Scuola", "Istruttore", "Venditore", "Acquirente", "Registrazione", and "Accesso". Below the navigation is a search bar with the placeholder "cerca un libro per titolo, autore, ISBN...". To the right of the search bar are fields for "ricordami su questo computer" (remember me) and "login" (with links for "non hai ancora un account? registrati!" and "o forse hai dimenticato la password?"). A large orange banner at the top features the text "Il mercatino dei testi scolastici usati". On the left side of the main content area, there is a section titled "COME ISCRIVERE LA TUA SCUOLA" with a button that says "clicca se sei un Preside o fa parte di un Comitato Genitori". Below this, there is a note about the service being an opportunity for schools and a link to "i numeri del primo anno di MercatinoLibri.it e iscriviti la tua Scuola!". On the right side, there is a registration form with fields for "Nome", "Cognome", "Email", "Password", and "Conferma password". Below the registration form, there is a note about the service having saved over 16,000 euros for families and 5 schools. There is also a note for school staff or parents to register their school. At the bottom of the page, there is a footer with links for "fruktarbo.com © 2011 | [Termini & Privacy](#) | [Auto](#) | [Servizi a supporto@mercatinolibri.it](#) | Problemi di visualizzazione? [Prova firefox](#)" and "Un progetto di [fruktarbo.com](#)".

Su MercatinoLibri.it gli studenti infatti possono trovare una piattaforma dedicata allo scambio di libri che li guida nella vendita dei loro volumi usati e nella ricerca dei libri di testo per il nuovo anno scolastico.

Scopo di MercatinoLibri.it è quello di mettere in contatto la domanda e l'offerta tramite un catalogo online che consente di superare i limiti dei singoli istituti o delle conoscenze personali.

Gli annunci presenti sul servizio sono ricercabili attraverso comode funzioni di ricerca ma soprattutto vengono presentati agli studenti attraverso l'elenco ufficiale dei libri in adozione nel loro istituto per la loro specifica classe. Proprio questa funzionalità e la collaborazione degli istituti e dei comitati genitori partecipanti permettono allo strumento di offrire un servizio innovativo per semplicità e immediatezza d'uso.

MercatinoLibri.it permette l'incontro tra Venditore e Acquirente, una volta che gli studenti si sono accordati per la vendita o l'acquisto di un libro, la transazione commerciale avviene



esternamente al servizio online.

Necessità di esplorare nuovi business model

Nonostante l'indubbia utilità del servizio, dimostrata dall'alto tasso di partecipazione degli studenti ottenuta durante il primo anno di vita, il team che ha realizzato il servizio online non è stato in grado di individuare un modello di business che permettesse un ritorno economico tale da poter assicurare un continuo sviluppo al servizio stesso.

Alla strategia commerciale è mancata una analisi approfondita resa difficile dal background commerciale inadeguato degli sviluppatori in possesso di capacità principalmente tecniche.

Si è così individuata la necessità di coinvolgere figure professionali con specifiche capacità di analisi della situazione di mercato e di marketing di prodotti web.

Data la natura del lavoro da svolgere che prevede l'impiego di attività e processi non ordinari, come l'ideazione di nuove possibilità di business o l'analisi di scenari di mercato, si è deciso di procedere alla stesura di un **progetto** che sarà svolto secondo le modalità individuate dal team di persone coinvolte.

Richiesta di avvio progetto da parte del committente

Il team fruktarbo.com che ha ideato e sviluppato il servizio online MercatinoLibri.it, riscontrata la necessità di un approccio sistematico alla ricerca di nuovi modelli di business, ha deciso di commissionare il progetto in oggetto al gruppo di lavoro composto da:

- Giacomo Quadrio - Ivan Belluco - Diego Giorgini - Alberto Maragno

Il referente del team fruktarbo.com per il progetto è **Andrea Pigato**, studente magistrale di Fisica e responsabile del progetto MercatinoLibri.it

I risultati che il committente si aspetta di raggiungere sono:

1. disporre di una analisi del mercato del libro usato online nella realtà italiana
2. disporre di una analisi sul gradimento e sulle aree di miglioramento del servizio
3. un elenco di possibili modelli di business applicabili al servizio
4. una indicazione sul modello di business ritenuto di maggiore successo
5. una analisi sulla fattibilità e sui possibili risultati di questo ultimo modello di business

Primo anno in numeri

- 5 Scuole
- 500 libri
- 1200 utenti
- 4000 annunci
- 3000 messaggi
- 2000 scambi
- 16 000 € risparmiati



Pianificazione del progetto

Descrizione del progetto

Il progetto rientra nelle attività proposte dal corso di Sviluppo e Gestione di Progetti e dal corso prende gran parte della sua impostazione.

In particolare l’obiettivo del gruppo di lavoro è quello di riuscire a gestire una pianificazione e un controllo sul progetto stesso raggiungendo nel frattempo i risultati richiesti dal committente rispettando delle scadenze che il gruppo di lavoro si è fissato.

Con questo progetto gli obiettivi del gruppo sono quindi duplici:

1. Svolgere un’approfondita analisi del mercato del libro usato in Italia, dei possibili modelli di business correlati da partner e attori principali e delle possibili evoluzioni che potrà avere il servizio MercatinoLibri.it
2. Approfondire gli strumenti e le metodologie di pianificazione e gestione dei progetti

Risorse necessarie

Le risorse necessarie per portare a termine con successo il progetto si possono suddividere in competenze, informazioni e strumenti.

Figure professionali

Le figure professionali richieste dal progetto sono diverse e possiamo identificarle nelle seguenti risorse:

- **Un capo progetto** con competenze di pianificazione e organizzazione di progetti e gestione dei rapporti con il committente e con possibili futuri partner commerciali
- **Un esperto di analisi di mercato e modelli di business**
- **Un tecnico informatico** per valutare la complessità di interventi tecnici
- **Un esperto di marketing e comunicazione** per valutare la soddisfazione degli utenti e predisporre nuove campagne di comunicazione



Informazioni

Diverse saranno le informazioni che ciascun componente del gruppo di lavoro dovrà ricercare e studiare per svolgere la propria parte di lavoro. Di seguito elenchiamo i principali documenti necessari per iniziare il progetto.

- Descrizione dei rapporti commerciali correnti di MercatinoLibri.it con altre entità
- Rapporto sui risultati conseguiti da MercatinoLibri.it negli anni precedenti
- Analisi del mercato del libro usato in Italia
- Analisi dei concorrenti conosciuti
- Possibilità di contattare gli utilizzatori di MercatinoLibri.it per somministrare loro dei questionari

Strumenti

Al fine di orchestrare il lavoro di tutto il team è necessario concordare l'utilizzo di strumenti condivisi. Questa necessità è ancora più forte dal momento che a causa di impegni universitari (stage e esami pendenti) il team ha ridotte capacità di incontrarsi fisicamente e dovrà quindi lavorare in sedi fisicamente lontane organizzando periodicamente dei meeting per aggiornarsi sull'avanzamento dei lavori.

Gli strumenti scelti dal team sono i seguenti:

- **Google Documents** per la redazione dei documenti. Questo strumento è stato scelto in particolare per la possibilità di modifica concorrente dei documenti.
- **Skype** per le video chat quando non è possibile incontrarsi fisicamente.
- **Mailchimp** per l'invio dei questionari ad un grande numero di indirizzi email (>1300)
- **Google Forms** per la realizzazione dei questionari e la raccolta dati
- **Microsoft Office Excel e OpenOffice Calc** per la creazione di grafici più dettagliati di quelli forniti utilizzando Google Documents.

Organizzazione delle risorse disponibili

Come evidenziato in precedenza, le figure professionali richieste dal progetto sono:

- un capo progetto
- un esperto di analisi del mercato e modelli di business
- un tecnico informatico
- un esperto di marketing e comunicazione

Questi quattro soggetti si occuperanno ciascuno di un diverso ambito del progetto, confrontandosi tra loro durante lo svolgimento dell'attività.



Capo progetto. Si occupa della supervisione generale del progetto, controlla il lavoro delle altre tre figure professionali coinvolte e coordina le loro decisioni in modo da garantire un risultato coerente ed uniforme rispetto agli obiettivi prefissati.

Esperto del mercato e modelli di business. Si occupa dell'analisi del mercato di riferimento e degli eventuali modelli di business da adottare. È il soggetto che deve effettuare ricerche per valutare i rischi e vantaggi legati all'immissione nel mercato di riferimento, in particolare determinare se esistono competitori diretti, constatare il grado di pericolo dei competitori indiretti e le necessità dei potenziali clienti.

Una volta determinati questi elementi, si dovrà quindi procedere alla stesura sintetica di possibili business model da adottare. Una volta scelto il business model in accordo con gli altri soggetti coinvolti nel progetto, sarà necessaria una stesura più approfondita e dettagliata dell'alternativa scelta, delineando ogni punto che dovrà essere sviluppato ed implementato.

Tecnico informatico. Si occupa della parte tecnica del progetto, nonché dello studio di fattibilità a livello pratico dell'eventuale business model adottato. È il soggetto che deve valutare la struttura attuale di MercatinoLibri.it ed i servizi offerti attualmente ed occuparsi successivamente di valutare la fattibilità delle ipotetiche nuove caratteristiche che il progetto dovrà implementare in relazione all'adozione di uno o dell'altro business model. Il dialogo con l'esperto del mercato sarà quindi fondamentale in quanto è il soggetto che dovrà occuparsi materialmente delle nuove caratteristiche di MercatinoLibri.it. Una volta stabiliti poi i punti chiave da sviluppare, sarà compito del tecnico informatico apportare le dovute modifiche ed implementare le eventuali nuove funzioni richieste.

Esperto di marketing e comunicazione. Si occupa della promozione del progetto e delle pubbliche relazioni. È il soggetto che deve valutare in fase di stesura del business model quale migliore tipo di promozione sarà necessario adottare per pubblicizzare MercatinoLibri.it e renderlo monetizzabile. Il lavoro con l'esperto del mercato sarà, anche in questo caso, fondamentale in quanto anche una buona campagna pubblicitaria è un elemento importante di un buon business model. Inoltre si deve curare delle pubbliche relazioni con i potenziali clienti, pubblicitari e fruitori del servizio.

Queste figure professionali non sono state assegnate come ruoli fissi ai componenti del gruppo ma ciascun membro ricoprirà in diverse occasioni un ruolo differente.

Questa decisione è stata presa per permettere a tutti i componenti del gruppo di lavorare alle molte mansioni previste da ciascun ruolo.

Nonostante ciò tutta la pianificazione è stata pensata come se si avesse a disposizione 4 persone distinte per coprire la necessità delle diverse figure professionali.



Pianificazione dell'occupazione delle risorse

Per gestire il lavoro del gruppo il capo progetto ha stilato una pianificazione dell'occupazione delle risorse. Questa pianificazione si trova nei documenti allegati [Pianificazione1.pdf](#) e [Pianificazione2.pdf](#).

Nel documento si è previsto un lavoro continuativo dal lunedì al venerdì.

Ciascuna attività prevista nel programma allegato prevede al suo termine la produzione di uno dei capitoli presenti nella continuazione di questo documento, che sarà poi revisionato prima di essere consegnato ai committenti.

Resource Name	May '11					06 Jun '11					13 Jun '11					20 Jun '11					27 Jun '11						
	S	M	T	W	F	S	S	M	T	W	F	S	S	M	T	W	F	S	S	M	T	W	T	F	S		
Capo progetto			Ideazione e concezione					Pianificazione del progetto		Analisi di MercatinoLibri.it																	
Esperto analisi di mercato e modelli di business											Analisi di MercatinoLibri.it		Raccolta ed elaborazione dati Miur		Analisi del bisogno	Concorrenza indiretta									Concorrenza diretta		
Tecnico informatico												Creazioni es															
Esperto di marketing e comunicazione											Creazioni es									Analisi dati							
04 Jul '11					11 Jul '11					18 Jul '11					25 Jul '11					01 Aug '11					08 Aug '11		
Co ncl usi oni	Identific azione e valutazi one alte							Valutazi one costi e tempo	Revisione finale																		
Co ncl usi oni	Identific azione e valutazi one alte	De scri zio ne						Valutazi one costi e tempo	Revisione finale																		
	Identific azione e valutazi one alte		Analisi implem tazione					Valutazi one costi e tempo	Revisione finale																		
	Identific azione e valutazi one alte	De scri zio ne	Analisi implem tazione					Valutazi one costi e tempo	Revisione finale																		

Per maggiore chiarezza vengono di seguito elencati i compiti assegnati a ciascun ruolo:

Capo progetto	<ul style="list-style-type: none">Ideazione e concezionePianificazione del progetto
---------------	--



	<ul style="list-style-type: none">● Analisi di MercatinoLibri.it● Conclusioni sull'analisi della concorrenza● Identificazione e valutazione alternative● Valutazione costi e tempo● Revisione finale
Esperto analisi di mercato e modelli di business	<ul style="list-style-type: none">● Analisi di MercatinoLibri.it● Raccolta ed elaborazione dati Miur● Analisi del bisogno● Concorrenza indiretta● Concorrenza diretta● Conclusioni sull'analisi della concorrenza● Identificazione e valutazione alternative● Descrizione del business model scelto● Valutazione costi e tempo● Revisione finale
Tecnico informatico	<ul style="list-style-type: none">● Creazione sondaggio● Identificazione e valutazione alternative● Analisi implementazione● Valutazione costi e tempo● Revisione finale
Esperto di marketing e comunicazione	<ul style="list-style-type: none">● Creazione sondaggio● Analisi dati sondaggio● Identificazione e valutazione alternative● Descrizione del business model scelto● Analisi implementazione● Valutazione costi e tempo● Revisione finale



Pianificazione oraria e dei costi delle risorse

Di seguito sarà ora riportato un preventivo comprendente il quantitativo orario che ogni risorsa si ipotizza dovrà dedicare al progetto, l'indicazione del compenso orario ed un prospetto indicante i costi totali per aree di progetto. Questi dati saranno utili per fornire un'idea approssimativa del lavoro che dovrà quindi essere svolto e di quanto questo costerà ai committenti. Tali dati sarà poi doveroso confrontarli con l'effettivo quantitativo orario svolto e spese sostenute.

Corrispettivo orario delle singole figure professionali

Figura professionale	Corrispettivo orario
Capo progetto	€ 50,00
Esperto mercato	€ 30,00
Esperto marketing	€ 25,00
Tecnico informatico	€ 30,00

Il presente schema illustra i costo orario delle varie figure professionali coinvolte nel progetto.

Spese totali previste per singola figura professionale

Figura professionale	Ore previste	Costo totale
Capo progetto	95 (19 giorni, 5h/giorno)	€ 4.750,00
Esperto mercato	130 (26 giorni, 5h/giorno)	€ 3.900,00
Esperto marketing	84 (14 giorni, 6h/giorno)	€ 2.100,00
Tecnico informatico	84 (12 giorni, 7h/giorno)	€ 2.520,00
TOTALE	393	€ 13.270,00

Il presente schema illustra invece le ore previste per ogni figura professionale coinvolta ed i costi che si devono sostenere per ognuna di esse. Il maggior quantitativo di ore è stato affidato all'esperto di mercato poiché l'obiettivo del progetto consiste principalmente nell'analisi di mercato e nello studio di nuovi business model. L'esperto marketing e il tecnico informatico aiuteranno l'esperto di mercato a svolgere le indagini e a quantificare i costi necessari per realizzare le diverse evoluzione del servizio.



Spese totali previste per aree di progetto

Area di progetto	Costi sostenuti
Fase preliminare	€ 2.950,00
Indagine sugli utenti attuali di MercatinoLibri.it	€ 510,00
Analisi di mercato	€ 900,00
Analisi concorrenza	€ 1.450,00
Analisi business model	€ 4.420,00
Revisione finale	€ 3.040,00
TOTALE	€ 13.270,00

Il presente schema illustra infine i costi previsti suddivisi per aree di progetto. Le fasi di ideazione del nuovo business model e tecnologie ed innovazioni sono quelle più onerose in quanto è qui che si concentra la maggior parte del lavoro da svolgere: la prima svolge un ruolo cruciale nella determinazione della tipologia di servizio in cui MercatinoLibri.it deve evolversi, la seconda mira invece ad attuare le decisioni prese tramite la modifica e l'implementazione delle nuove funzioni ideate.



Analisi del servizio MercatinoLibri.it

Storia del servizio

MercatinoLibri.it nasce da un'idea di Diego Giorgini e Andrea Pigato, due giovani studenti dell'Università degli Studi di Padova che, dopo un'attenta analisi della realtà dei libri scolastici usati, hanno deciso creare un servizio che permetesse agli studenti delle scuole medie e superiori di poter scambiare i propri libri di testo usati in maniera pratica e veloce e priva di intermediari.

Il servizio è stato lanciato ufficialmente nel giugno del 2010, pochi giorni dopo il termine dell'anno scolastico, ottenendo sin da subito un notevole successo grazie ai numerosi utenti iscritti e alla grande quantità di annunci pubblicati.

Attualmente MercatinoLibri.it ha stipulato accordi con cinque scuole della provincia di Vicenza ed ha permesso un notevole risparmio alle famiglie degli studenti. Le difficoltà riscontrate nell'ampliare il bacino d'utenza del servizio hanno evidenziato la necessità di rivedere il modello di business finora utilizzato in previsione del nuovo Anno Scolastico.

Business Model del servizio

Il primo modello di business che i creatori del servizio hanno pensato è stato quello di offrire l'utilizzo del sito web gratuitamente agli studenti, richiedendo però un pagamento ai comitati genitori che volessero pubblicare gli elenchi delle adozioni della propria scuola sul sito abilitandone di fatto l'utilizzo completo agli studenti del proprio istituto.

Il costo previsto per ciascun istituto è stato posto a 25€ per classe cercando di bilanciare la semplicità di contabilizzazione dei costi per il fornitore del servizio e la quota ideale di 1€ a studente per facilitare i comitati genitori a partecipare e raccogliere i fondi.

Questo modello è stato scelto per i seguenti motivi:

1. Ogni istituto superiore deve avere un comitato genitori per legge
2. I genitori sono i più interessati al servizio
3. I comitati genitori hanno possibilità di pubblicizzare il servizio all'interno del proprio istituto

Non ultimo i contatti diretti con i primi 6 istituti hanno avuto un grande riscontro e ben 5 comitati genitori si sono attivati per avviare una collaborazione con MercatinoLibri.it

Purtroppo il modello di business adottato non si è rivelato efficace per la difficoltà nel contattare uno ad uno gli istituti scolastici e per la burocraticità con cui i comitati genitori lavorano.

La decisione di partecipare all'iniziativa infatti deve essere una decisione collegiale presa attraverso diverse riunioni e successive raccolte fondi.



Funzionalità disponibili

La maggior parte delle funzionalità offerte da MercatinoLibri.it sono riservate agli utenti registrati. A coloro che non dispongono di un account è consentito solamente visualizzare le scuole convenzionate con il servizio e i libri scolastici adottati da tali istituti. Al contrario, gli utenti registrati hanno pieno accesso a ogni tipo di informazione in merito agli annunci e agli utenti che li hanno pubblicati.

Dopo la registrazione e la prima autenticazione, a ogni utente è richiesto l'inserimento di alcune informazioni aggiuntive: la scuola frequentata, l'indirizzo di studi, la classe, il numero di telefono e l'indirizzo di residenza. Tutte queste informazioni sono utilizzate dal servizio allo scopo di permettere agli utenti di rintracciare l'autore di un annuncio cui hanno risposto.

Gli utenti possono effettuare ricerche attraverso una barra apposita, in cui è possibile inserire il titolo, l'autore o l'ISBN¹ di un libro: il sistema restituirà tutti i risultati in relazione ai parametri di ricerca inseriti nella barra. Per facilitare le operazioni di ricerca, è fornita anche una lista esaustiva delle scuole convenzionate, utile nel caso in cui si desideri consultare il catalogo dei libri di testo adottati dalla propria scuola. Selezionando un particolare libro nella lista degli annunci, è possibile conoscere la locazione dell'autore di tale annuncio.

¹ L'ISBN (acronimo di *International Standard Book Number*) è un codice numerico che identifica in maniera univoca e a livello internazionale un libro o una edizione di un libro di un determinato editore.



mercatinolibri.it

Creazione annuncio

ITINERARIO NELL'ARTE - Dalla Preistoria all'Età Gotica - 3ed.

ISBN: 9788808046031

Titolo: ITINERARIO NELL'ARTE - Dalla Preistoria all'Età Gotica - 3ed.

Autore: CRICCO - DI TEODORO

Editore: ZANICHELLI

Volume: 1

Prezzo: 29,00 €

Non è il libro che volevi vendere? [Torna indietro](#) oppure alla [home](#)

Dati annuncio

Indica lo stato: molto usurato o scarabocchiato
 molti appunti/sottolineature in penna o evidenziatore
 molti appunti/sottolineature in matita
 tenuto molto bene, pochi appunti/sottolineature
 perfetto, praticamente nuovo.

reset

Prezzo: €

Aggiungi Annuncio

Stato

Indica in che condizioni si trova il libro facendo click sulla stellina corrispondente.

L'inserimento degli annunci è semplice e veloce, in quanto il sistema richiede di specificare solo il prezzo di vendita e lo stato di conservazione del libro di testo (quest'ultimo è un giudizio soggettivo dell'autore dell'annuncio, che comunque è aiutato nella scelta da una tabella comparativa). Gli utenti, per rispondere all'autore di un annuncio cui sono interessati, possono utilizzare il suo indirizzo email oppure il suo numero di telefono (se tale informazione è disponibile nel suo profilo): a questo punto la trattativa passa nelle mani dei due interessati.

Novità e vantaggi del servizio

MercatinoLibri.it rappresenta una novità nell'ambito della vendita di libri scolastici usati, in quanto sfrutta la naturale inclinazione dei giovani di oggi verso il Web, offrendo loro un servizio che permetta uno scambio semplice e veloce di libri di testo usati senza la necessità di intermediari. L'assenza di quest'ultimi è un elemento cruciale del servizio, in quanto evita una possibile diminuzione del guadagno per il venditore e un possibile aumento di prezzo per l'acquirente (senza contare la maggior rapidità con cui è possibile concludere la vendita).

Un altro punto di forza del servizio sono gli accordi stipulati con i vari istituti: MercatinoLibri.it offre alle scuole interessate la possibilità di convenzionarsi con il servizio, fornendo la lista completa dei libri di testo adottati nelle proprie classi. In questo modo gli utenti sono agevolati nell'inserimento e nella ricerca degli annunci riguardanti i libri in uso nel proprio istituto.



Risultati del primo anno di attività

Nel solo primo anno di attività, MercatinoLibri.it ha permesso agli studenti di risparmiare più di 16.000€ (dato ottenuto dal confronto tra i prezzi di copertina dei libri di testo e i prezzi di vendita degli annunci presenti sul servizio).

Gli istituiti iscritti a MercatinoLibri.it sono 5 (tutti localizzati nella provincia di Vicenza), per un totale di circa 4000 studenti. Gli utenti del servizio sono più di 1200: metà di questi non hanno specificato la provincia di residenza, la scuola frequentata oppure provengono da istituti non convenzionati.

Gli utenti hanno pubblicato più di 4000 annunci. Circa un terzo degli utenti totali ha pubblicato almeno un annuncio; la media è di 10 annunci pubblicati per utente venditore. Le transazioni andate a buon fine sono più di 2000.

Le visite di utenti unici al sito Web sono state più di 7200. Se si considera che il servizio è relativamente nuovo e che, dal punto di vista pubblicitario, non sono state intraprese campagne promozionali di grandi dimensioni, è ragionevole concludere che, nel mercato dei libri scolastici usati, esiste molto interesse per servizi come quello offerto da MercatinoLibri.it



Strade esplorate nell'anno 2011

A partire da gennaio del 2011, gli amministratori del servizio hanno optato per una nuova strategia promozionale, basata sul coinvolgimento di promoter locali, dislocati in varie parti del Veneto, cui spettava il compito di promuovere il servizio negli istituti della loro zona di competenza. Il contratto stipulato con questi promoter garantiva loro una retribuzione pari al 30% del ricavato di ogni singolo accordo da loro stipulato con le scuole (l'accordo prevedeva il pagamento, da parte dell'istituto, di una quota pari a 25€ per ogni classe). La scelta dei promoter ricadeva principalmente su studenti universitari che fossero ancora in contatto con gli istituti superiori da loro frequentati.

La soluzione sopra descritta si è scontrata con le difficoltà dei promoter a trovare tempo e mezzi per muoversi di scuola in scuola e con la diffidenza degli istituti nei confronti del servizio, tanto da spingere gli amministratori di MercatinoLibri.it ad abbandonare tale modello promozionale.



mercatinolibri.it

Materiale pubblicitario (A.S. 2010/2011)

Di seguito è riportato il materiale pubblicitario distribuito agli studenti e alle scuole nell'Anno Scolastico 2010/2011 per illustrare gli obiettivi raggiunti e i vantaggi offerti dal servizio.

Volantino pubblicitario per gli studenti



Compra i libri per il prossimo anno, vendi quelli che non usi più. Cerca fra tantissimi annunci consultando gli elenchi ufficiali della tua scuola. E' comodo, veloce e non costa nulla.

Trova la tua scuola all'indirizzo:

<http://www.mercatinolibri.it>

Mercatinolibri.it favorisce il risparmio delle famiglie quando affrontano la spesa per i libri di testo. È un servizio che ti viene offerto dal Comitato Genitori della tua Scuola.

Dal sito puoi consultare gli elenchi ufficiali dei libri che ti serviranno il prossimo anno e trovare velocemente chi li vende.

Pubblica con pochi click gli annunci per vendere i testi che non ti servono più.

Contatta chi vende, fatti contattare da chi compra: con **Mercatinolibri.it** non ti resta che concludere lo scambio di persona.

In 1 solo anno
1200 utenti hanno
scambiato oltre
2000 libri con un
risparmio maggiore
di 16 000 €

Iscriviti anche se la tua Scuola non aderisce ancora a Mercatinolibri.it, puoi comunque scambiare tutti i libri che sono presenti nel catalogo.
Se ci mandi una segnalazione a scuole@mercatinolibri.it cercheremo di contattare il tuo Istituto per averlo con noi il prossimo anno.

Sei una persona intraprendente? Stiamo cercando ragazzi in gamba per diffondere Mercatinolibri.it nelle Scuole Superiori di tutta Italia, e potrebbe essere la buona occasione che stavi aspettando. Non serve essere studenti delle Superiori! Scrivici a info@mercatinolibri.it


Mercatinolibri.it è un progetto per il
riuso dei testi scolastici usati
realizzato da Fruktarbo
www.fruktarbo.com

Questo volantino è stato distribuito agli studenti per illustrare i risultati conseguiti e i servizi offerti da MercatinoLibri.it.



Volantino pubblicitario per le scuole



Mercatinolibri.it è un servizio online pensato per gli studenti delle Scuole Superiori che rende estremamente facile e veloce lo scambio dei testi scolastici usati.

Viene offerto alle Scuole per mezzo dei Comitati Genitori, gli organi più sensibili al problema della spesa che le famiglie sostengono ogni anno per l'acquisto dei libri di testo.

Il servizio è stato lanciato nel Giugno del 2010, con i primi 5 Istituti Superiori e un catalogo di circa 500 libri. In Settembre, a pochi mesi dalla pubblicazione online, Mercatinolibri.it presentava più di 1000 iscritti da tutta Italia, oltre 4000 annunci pubblicati, quasi 2000 scambi registrati e aveva generato un risparmio per le famiglie che ammonta a più di 16.000 €.

Aderire a Mercatinolibri.it è facile, basta registrarsi all'indirizzo www.mercatinolibri.it/scuole. Un anno di servizio costa 25 € per classe. In questo modo ogni Scuola ha la propria soluzione su misura, proporzionale alle dimensioni.

Le Scuole iscritte hanno a disposizione una pagina personalizzata raggiungibile a un indirizzo abbreviato del tipo www.mercatinolibri.it/home-scuola con logo, recapiti e tutti i corsi di studio con gli elenchi libri ufficiali.

Da un semplice pannello di controllo le segreterie aggiornano il catalogo di Mercatinolibri.it utilizzando il file generato dal sito dell'AIE quando vengono caricati gli elenchi delle adozioni. Questa operazione è prevista dalla legge, pertanto non viene appesantito il lavoro degli uffici scolastici.

Gli studenti possono iscriversi gratuitamente sul sito web e hanno a disposizione gli elenchi libri ufficiali della loro Scuola e un semplicissimo sistema per cercare i libri di cui hanno bisogno e vendere quelli che non usano più. Mercatinolibri.it non è una semplice bacheca, i libri che si possono scambiare sono opportunamente limitati al catalogo dei testi scolastici forniti dalle Scuole.

L'esperienza del primo anno ha mostrato che la presenza su Mercatinolibri.it di più Scuole aumenta la possibilità degli scambi, perché ci sono molti libri comuni a corsi e Istituti diversi.

Per questo motivo ci auguriamo che la vostra Scuola possa iscriversi al più presto per usufruire di questa grande opportunità.

Ottima l'idea di questo sito, finalmente sono riuscita a vendere dei libri senza difficoltà!

Chiara C. (studentessa)

Devo farvi i complimenti per come viene gestito questo sito, soprattutto per la praticità e la velocità dell'uso... Libri inseriti... libri venduti... facendo un minimo sforzo. Ottimo! Ci auguriamo che gli studenti siano sempre di più e conquistino gli Istituti ancora reticenti

Desy T. (genitore)

Complimenti per l'idea e l'ottima realizzazione! Vorrei proporre la mia scuola per essere inserita nel vostro sito. Vista l'inevitabile utilità del servizio, spero che possa aderire al più presto!

Luca (studente)

Ritengo l'iniziativa di grande interesse ed intelligenza. I risultati raggiunti fanno ben sperare, e ci si augura che anche altre scuole aderiscano a questa iniziativa.

Marco G. (genitore)

**registra la tua
scuola su:**

www.mercatinolibri.it/scuole

Per qualsiasi informazione contattateci all'indirizzo info@mercatinolibri.it

Il team di Mercatinolibri.it
www.mercatinolibri.it

Questo volantino è stato distribuito ai presidi di diverse scuole e ai comitati genitori: illustra in dettaglio i vantaggi offerti alle singole famiglie da MercatinoLibri.it.



mercatinolibri.it



Analisi del mercato

Analisi del mercato dei libri scolastici usati

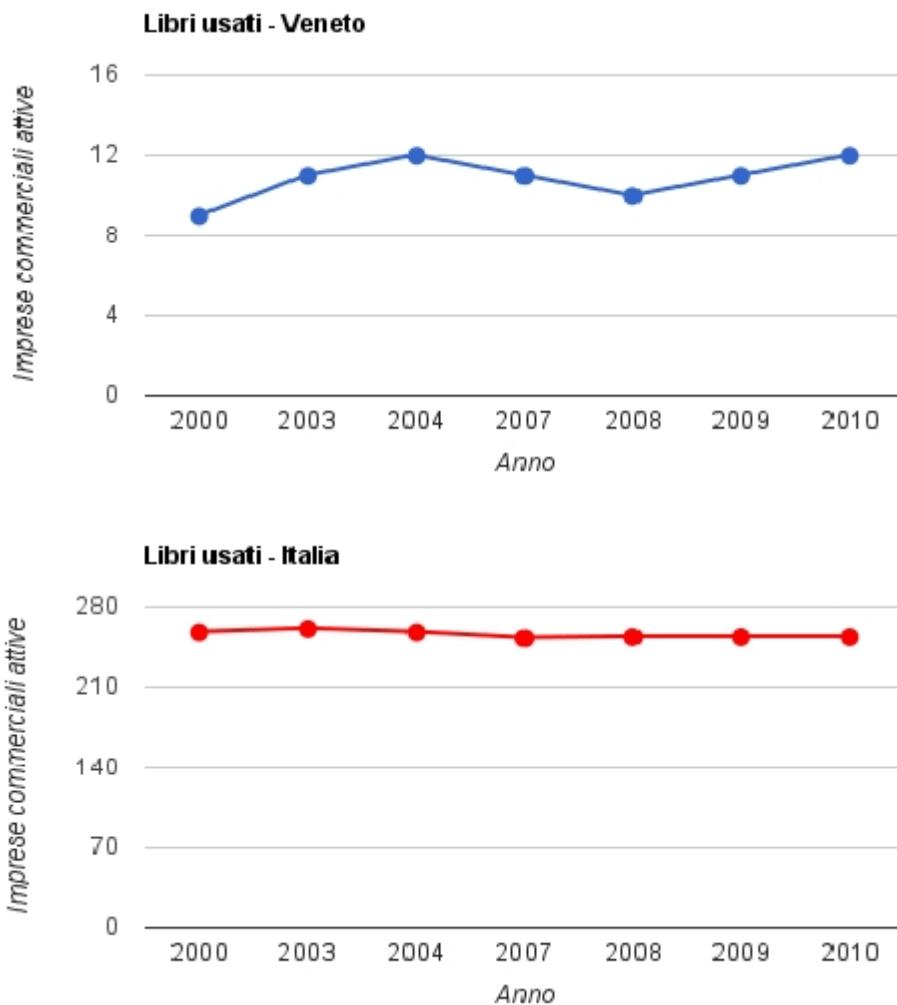
Secondo i dati pubblicati dalla Camera di Commercio di Milano in merito al mercato dei libri usati, questo settore economico si presenta stabile sia nella regione Veneto sia a livello nazionale: nel 2010 le attività commerciali attive nel settore erano 12 nel Veneto e 254 sul suolo nazionale.

Il mercato dei libri scolastici usati rappresenta un sottoinsieme del mercato dei libri usati. Non esistono dati specifici su questo particolare mercato, in quanto la vendita e l'acquisto di libri di testo usati spesso transita attraverso canali non commerciali (come la vendita diretta all'uscita dalle scuole) che non possono essere sondati con un'analisi di tipo economico. Nonostante l'assenza di dati ufficiali, è plausibile supporre che la situazione economica attuale e gli aumenti che negli ultimi anni hanno interessato il costo dei libri di testo adottati dalle scuole favoriscano questo particolare ambito di mercato, offrendo opportunità per coloro che sono in grado di proporre servizi rapidi, efficienti e sicuri (sfruttando in particolare la naturale propensione dei giovani verso il Web e i servizi da esso offerti).

Dati relativi alle imprese commerciali attive nel mercato dei libri usati nel Veneto e sul suolo nazionale secondo le elaborazioni della Camera di Commercio di Milano sui dati del Registro Imprese.

	Imprese commerciali attive (vendita di libri usati)						
	2000	2003	2004	2007	2008	2009	2010
Veneto	9	11	12	11	10	11	12
Italia	258	261	258	253	254	254	254

	Variazioni					
	2000/2003	2003/2004	2004/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Veneto	22.22%	9.09%	-8.33%	-9.09%	10.00%	9.09%
Italia	1.16%	-1.15%	-1.94%	0.40%	0.00%	0.00%



Dati statistici sulla scuola italiana

I seguenti dati sono forniti dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e sono relativi all'Anno Scolastico 2008/2009 (dati più recenti non sono ancora disponibili).

Gli studenti italiani sono divisi in 363.405 classi, le quali sono ripartite in 32.712 istituti scolastici. Per quanto riguarda la regione Veneto, le cifre parlano di 27.754 classi in 2.641 istituti, mentre nel Nord-Est si contano 63.268 classi e 6.010 istituti.

Poiché la scuola primaria non ha una particolare rilevanza nel mercato dei libri di testo usati, i dati su cui basare una eventuale analisi in merito sono i seguenti: 213.060 classi e 14.703 istituti scolastici a livello nazionale, dei quali 15.516 classi e 1.109 istituti nella regione Veneto (per quanto riguarda il Nord-Est, le cifre parlano di 35.672 classi e 2.491 istituti).



Dati ufficiali del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

Scuola primaria

		Veneto	Nord-Est	Italia
Statale	Unità scolastiche	1.437	2.766	15.816
	Classi	11.635	22.997	137.073
Equiparata a statale	Unità scolastiche	-	550	635
	Classi	-	3.271	3.657
Paritaria	Unità scolastiche	89	194	1.499
	Classi	564	1.265	9.365
Non paritaria	Unità scolastiche	6	9	59
	Classi	39	63	250
Totale	Unità scolastiche	1.532	3.519	18.009
	Classi	12.238	27.596	150.345

Scuola secondaria di primo grado

		Veneto	Nord-Est	Italia
Statale	Unità scolastiche	578	1.125	7.064
	Classi	6.019	12.089	77.799
Equiparata a statale	Unità scolastiche	-	156	176
	Classi	-	1.548	1.708
Paritaria	Unità scolastiche	68	135	676
	Classi	339	696	3.230
Non paritaria	Unità scolastiche	1	2	5
	Classi	3	6	14
Totale	Unità scolastiche	647	1.418	7.921
	Classi	6.361	14.339	82.751

Scuola secondaria di secondo grado

		Veneto	Nord-Est	Italia
Statale	Unità scolastiche	351	762	5.102
	Classi	8.515	18.070	118.465
Equiparata a statale	Unità scolastiche	-	104	121
	Classi	-	2.072	2.322
Paritaria	Unità scolastiche	111	205	1.538
	Classi	640	1.187	9.444
Non paritaria	Unità scolastiche	-	2	21
	Classi	-	4	78
Totale	Unità scolastiche	462	1.073	6.782
	Classi	9.155	21.333	130.309



Analisi del bisogno e altri attori del mercato

Il mercato dei libri scolastici usati coinvolge diversi attori, ciascuno con uno specifico grado di interesse.

Il maggior interesse proviene naturalmente dagli studenti e dalle relative famiglie. L'obiettivo è risparmiare sul prezzo d'acquisto dei libri di testo adottati dalle scuole, il cui costo incide in maniera non trascurabile sul bilancio familiare, soprattutto quando più di un figlio frequenta le scuole secondarie di primo o secondo grado (nel caso della scuola primaria, la spesa in libri di testo è sensibilmente inferiore e, ai fini di un'analisi del mercato dei libri scolastici usati, può essere trascurata). Condizione imprescindibile è lo stato di conservazione dei libri: testi non in buone condizioni (sporchi, rovinati, sgualciti oppure eccessivamente sottolineati o evidenziati) sono quasi sempre scartati in favore di altri in migliore stato (senza dimenticare che si tratta comunque di libri di seconda mano). Gli studenti sono ovviamente interessati anche alla vendita dei libri di testo in loro possesso che non utilizzano più. In questo ambito, l'aspetto cruciale è la facilità di vendita: più la transazione è diretta e di rapida conclusione, maggiore è la soddisfazione di entrambe le parti coinvolte (questo è il motivo principale per cui la prima opzione presa in considerazione è tipicamente la vendita diretta all'uscita dalle scuole).

Interesse nei confronti del mercato dei libri scolastici usati è mostrato anche dalle associazioni dei genitori e, più in generale, dalle associazioni dei consumatori. Le prime intravedono in questo mercato una possibilità, per le famiglie degli studenti, di ridurre la spesa che ogni anno devono sostenere per i libri di testo necessari all'istruzione dei propri figli; le seconde inquadrono questi obiettivi in una più generale lotta al caro vita.

Un altro attore da prendere in considerazione sono gli esercizi commerciali, come cartolerie e librerie, che alla vendita tradizionale di libri scolastici nuovi affiancano quella di libri di testo usati. L'obiettivo di questa estensione della propria attività economica è la trasformazione in ulteriore fonte di guadagno di un mercato che altrimenti rappresenterebbe una perdita (in quanto la vendita di libri di testo usati fra gli studenti sottrae potenziali clienti alle imprese che si occupano della vendita di libri scolastici nuovi).

Il Web, con il recente sviluppo del commercio elettronico (e-commerce), offre un ambiente ideale per la vendita e l'acquisto di libri di testo usati, tanto da aver portato alla nascita di diversi servizi online dedicati a questo tipo di commercio. Molti di questi sono comparsi sulla scena dal nulla, mentre altri si sono sviluppati come estensioni di servizi più grandi già presenti sul Web.

Infine è opportuno menzionare i mercatini e le fiere a livello locale, che spesso presentano stand e bancarelle in cui è possibile vendere o acquistare libri di testo usati.

Concorrenza

MercatinoLibri.it opera nel campo della compravendita online tra utenti di libri di testo usati per scuole medie e superiori. I concorrenti indiretti sono rappresentati da tutti quegli attori del mercato che offrono servizi diversi da MercatinoLibri.it ma che hanno un'influenza anche sul mercato di interesse per MercatinoLibri.it.



Si possono distinguere alcune categorie di concorrenti:

1. negozi fisici che offrono l'acquisto e la vendita di libri di testo usati;
2. biblioteche che prevedono il prestito dei testi scolastici;
3. altri servizi Web che svolgono funzioni simili a quelle di MercatinoLibri.it, ma con altre modalità;
4. acquisto/vendita diretta dei libri di testo.

Negozi fisici

I negozi fisici che offrono un servizio di compravendita di libri scolastici usati sono collocabili in due categorie distinte: le catene di negozi e i negozi indipendenti. Sia i negozi appartenenti a una catena sia i negozi indipendenti offrono ai clienti la possibilità di vendere i propri libri di testo usati in cambio di denaro contante e di acquistare libri di testo di seconda mano. I vantaggi di questo sistema sono la grande quantità di testi a disposizione e la facilità con cui è possibile vendere i propri libri di testo. Di contro il prezzo dell'usato è fisso a una percentuale decisa dall'esercente (sia in fase di vendita sia in fase di acquisto) e non dipende dalle condizioni del libro.

Nell'ambito delle catene di negozi troviamo due grandi nomi come "MelBookStore"² e "Libraccio"³. Le due catene offrono anche un servizio Web per l'acquisto di libri di testo usati: quello di MelBookStore è poco accessibile, spartano e non molto intuitivo, mentre quello di Libraccio offre un catalogo suddiviso per generi e piuttosto completo, anche se la quantità di testi disponibili non è elevata.

Biblioteche

Nonostante le informazioni reperibili in rete siano limitate, è possibile affermare che le biblioteche comunali non dispongono quasi mai dei libri di testo in dotazione nelle scuole. Il discorso è diverso per le biblioteche interne degli istituti, le quali offrono la possibilità di prendere in prestito i libri scolastici per un periodo di tempo limitato. La copertura da parte della biblioteca dei libri di testo in adozione nell'istituto è variabile (senza contare che alcune scuole sono addirittura sprovviste di biblioteca).

Compra-vendita al minuto e annunci scolastici

Una tecnica molto utilizzata per i libri di testo usati è la compra-vendita al minuto. All'inizio dell'Anno Scolastico è abitudine, per gli studenti degli anni successivi al primo, andare di classe in classe a vendere i libri di testo da loro non più utilizzati, con prezzi che variano a seconda delle condizioni in cui i libri si trovano (spesso gli studenti affiggono annunci cartacei sulle bacheche scolastiche).

Il punto di forza di questa tecnica di vendita è l'individuazione immediata del potenziale acquirente, agevolata dal fatto che chi vende conosce già i libri di testo in adozione presso le classi del proprio istituto. Altro aspetto chiave è la contrattazione del prezzo in relazione alle

² MelBookStore: www.melbookstore.it

³ Libraccio: www.libraccio.it



condizioni, le quali sono preventivamente verificabili da chi è interessato all'acquisto.

Siti online

La tipologia di negozi online presso cui è possibile vendere o acquistare libri di testo usati è molto variabile: si passa da semplici bacheche per annunci a veri e propri siti di e-commerce.

A livello nazionale, IBS⁴ offre un vastissimo numero di libri di testo per le scuole secondarie di primo e secondo grado, a prezzi inferiori rispetto ai negozi fisici e spesso con degli ulteriori coupon di sconto.

Ebay⁵ è un servizio online che permette la pubblicazione di annunci di merce nuova o usata, sia da parte di privati sia da parte di negozi. È possibile quindi pubblicare annunci di vendita di libri scolastici usati oppure acquistare libri di testo di seconda mano. Il prezzo è deciso dall'offerente, anche se Ebay trattiene una percentuale sulla vendita (solitamente intorno al 10/15%), cosa che spinge molti venditori a imporre prezzi leggermente più alti rispetto ai negozi e agli altri siti Web che offrono servizi analoghi. Ebay mette a disposizione anche un servizio di valutazione dei rivenditori e un sistema di tutela per eventuali truffe o mancato ricevimento della merce.

Amazon.it⁶ offre quasi il medesimo servizio di IBS, ma privo però della possibilità di acquistare o vendere libri di testo usati (come invece permesso da Amazon.co.uk ed Amazon.com, dove sia negozi fisici sia privati possono inserire annunci anche di usato). Anche in questo caso il servizio offre gli strumenti di valutazione del rivenditore e tutela da eventuali truffe o mancati invii della merce.

Analisi dei concorrenti

Trovare una modalità o un luogo (reale o virtuale) in cui sia possibile acquistare o vendere un libro di testo usato non è difficile, in particolare sul Web. Esistono numerosi portali in cui è possibile pubblicare annunci ed effettuare ricerche in base a precisi criteri di scelta, anche se presentano spesso notevoli differenze strutturali.

Gli aspetti principali che differenziano i concorrenti sono:

- Presenza o assenza di un intermediario tra offerente e acquirente
 - Prezzo deciso dall'intermediario
 - Verifica delle condizioni del libro da parte dell'intermediario
 - Catalogo dei libri per cui è possibile inserire un annuncio limitato ad una lista decisa dall'intermediario
 - Trattenuta di parte del ricavato della vendita oppure acquisto del libro dal privato e rivendita a carico dell'intermediario
 - Esistenza di una sede fisica nella quale è possibile visionare e/o acquistare i libri usati oppure venderne di propri

⁴ IBS: www.ibs.it

⁵ eBay: annunci.ebay.it

⁶ Amazon: www.amazon.it



- Servizio gratuito o a pagamento
- Convenzione con istituti scolastici o associazioni nel settore
- Autenticazione per l'inserimento di annunci o per rispondere agli stessi
- Inserimento di dettagli aggiuntivi riguardanti il prodotto (condizione del libro, foto, ecc.)
- Focus su un settore di mercato ristretto (esempio: una città specifica) o dell'intero mercato nazionale/internazionale
- Consegnna del libro effettuata di persona o consegna tramite posta/corriere
- Annunci riguardanti i soli libri scolastici o aperti anche ad altri generi
 - Se presenti libri scolastici, appartengono a fasce differenti (nessuna in particolare, scuole superiori, università...)
- Presenza o assenza di pubblicità (attinente al libro specifico o più generale)

Il mercato del libro usato risulta quindi molto frammentato, soprattutto perché è possibile trovare numerosi siti web, anche piuttosto artigianali e di ridotte dimensioni, che cercano di ritagliarsi una fetta nel settore.

Sono stati analizzati un totale di 16 concorrenti tenendo in riferimento la lista sopra riportata.
Di seguito i servizi analizzati:

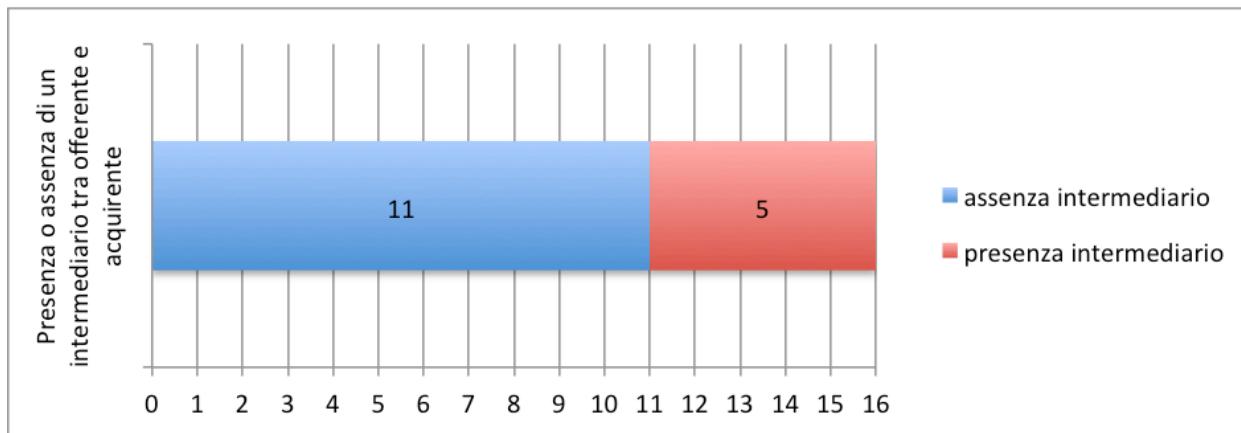
- www.scontalibro.it
- www.unilibro.it
- www.libridea.it
- www.libraccio.it
- www.libriamici.it
- www.testiusati.com
- annunci.studenti.it
- www.trova-libro.it
- www.libri-online.com
- www.delfo.forli-cesena.it/scuoleinrete/mercatino
- www.librus.it
- www.comprovendolibri.it
- www.barattolibri.com
- www.libroscambio.it
- www.illibrousato.it
- www.piazzalibro.it

Il criterio con cui sono stati scelti questi concorrenti è stato quello di selezionare i primi risultati che apparivano nei SERP⁷, usufruendo di motori di ricerca quali Google; inoltre alcuni siti web riportavano, a loro volta, collegamenti ipertestuali ad ulteriori servizi, che sono stati quindi analizzati.

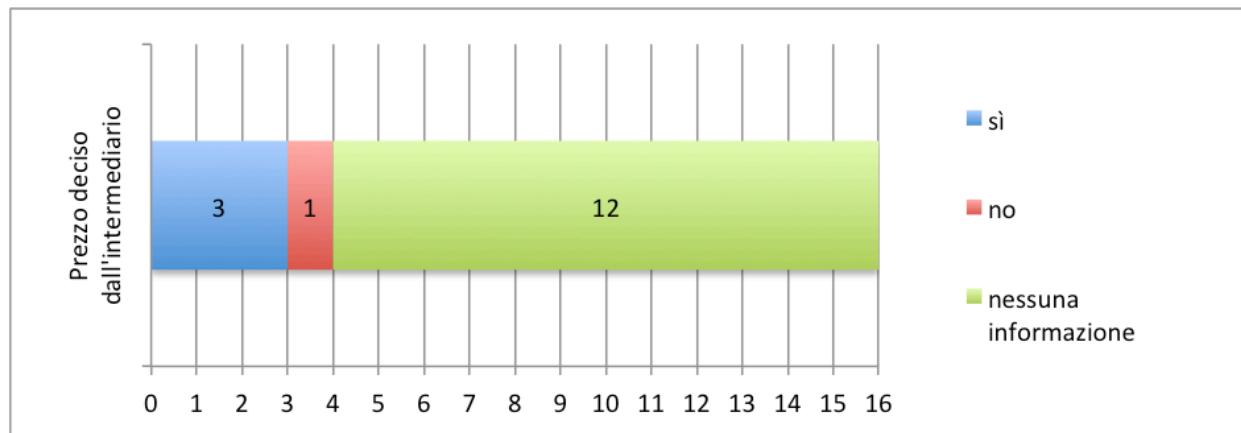
⁷ SERP (acronimo di *Search Engine Results Page*): pagina dei risultati di un motore di ricerca, nella forma di un elenco ordinato.



Conclusioni sui dati raccolti

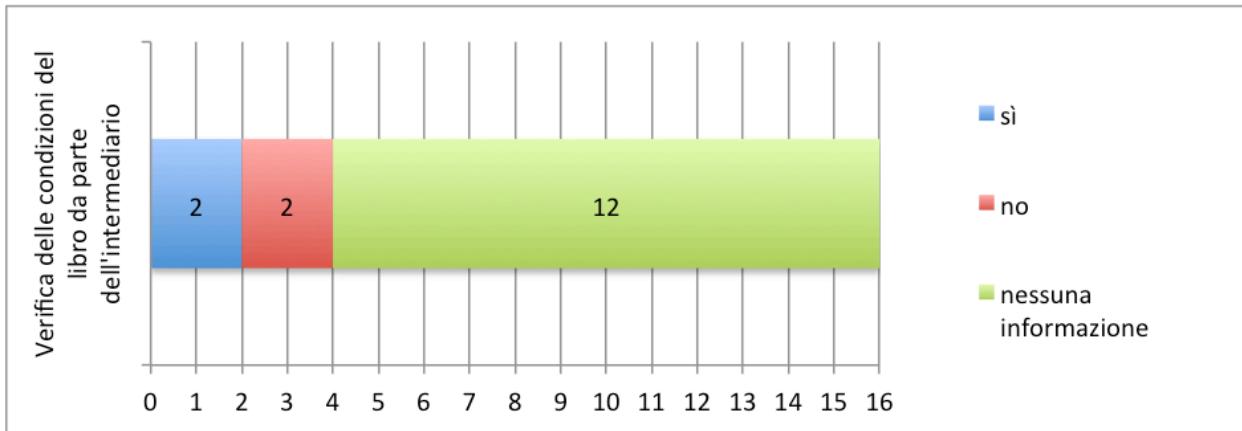


La maggioranza dei servizi analizzati presenta l'assenza di un intermediario tra gli utenti che cercano di scambiare i libri usati, mentre il resto offre servizi che sono differenti da quelli di MercatinoLibri.it, ad esempio effettuando il ritiro dei libri presso la propria sede o vendendo direttamente i libri nuovi per gli studenti.

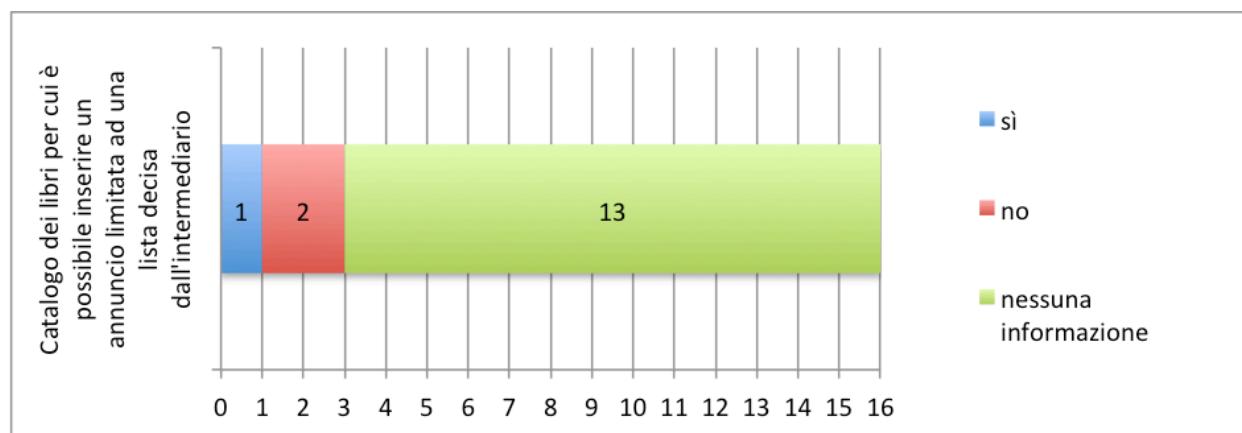


Non è stato considerato www.unilibro.it nei i grafici che riguardano i servizi che presentano un intermediario poichè è stato considerato troppo differente nel servizio che offre rispetto a quello di MercatinoLibri.it.

Possiamo notare che la presenza di un intermediario determina spesso anche un prezzo da esso fissato, contrariamente alle finalità che si propone MercatinoLibri.it, tra le quali la facoltà di gestire i propri annunci e i prezzi di vendita.

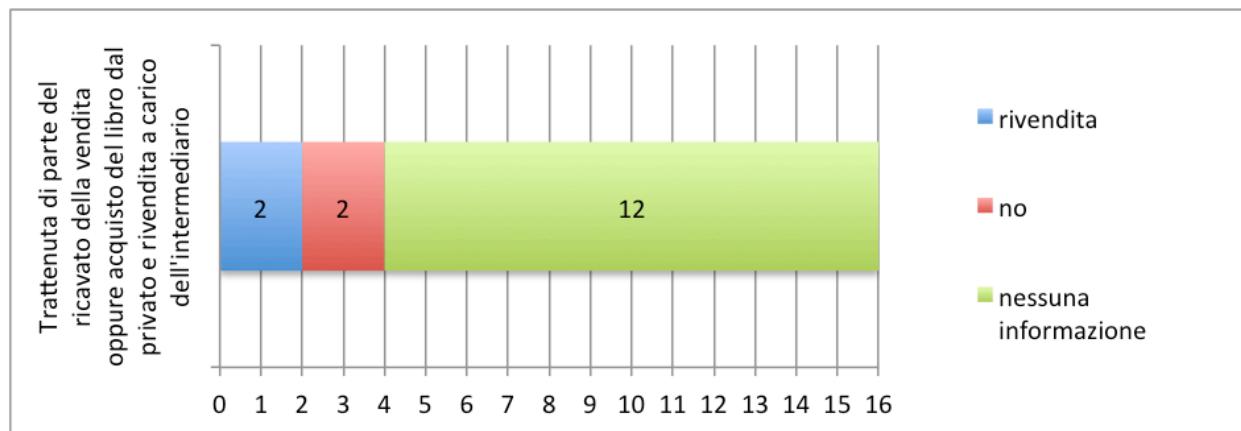


Quando c'è la presenza di un intermediario questo si occupa, nella metà dei casi verificati, di controllare le condizioni del libro, e nell'altra metà, invece, viene lasciata all'utente la libertà di decidere quale sia la qualità generale del libro secondo le sue considerazioni.

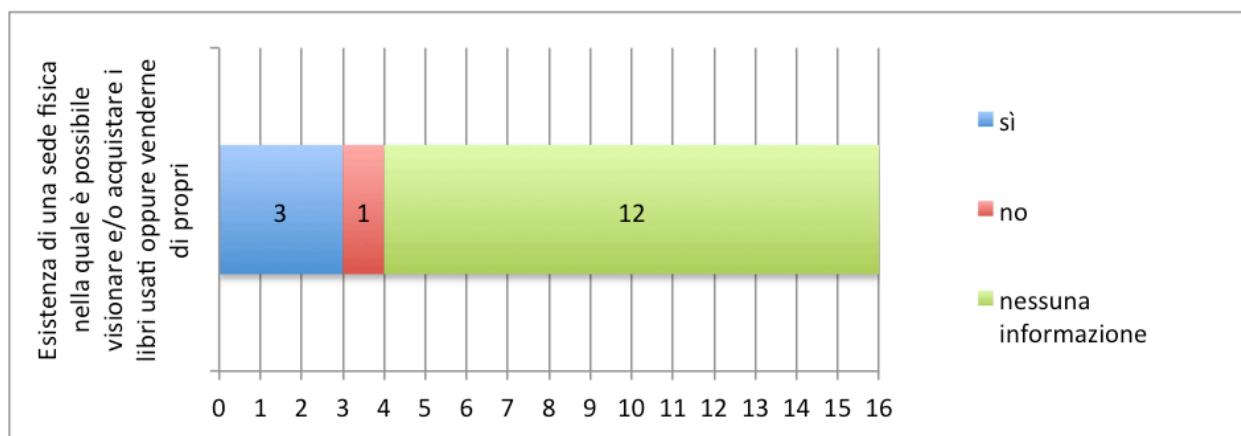


In un solo caso (www.libraccio.it) la lista dei libri per i quali è possibile vendere il proprio libro usato è limitata ad una lista decisa dall'intermediario, fornendo il catalogo dei libri nuovi che vendono, permettendo anche, se interessati, di procedere all'acquisto di copie usate.

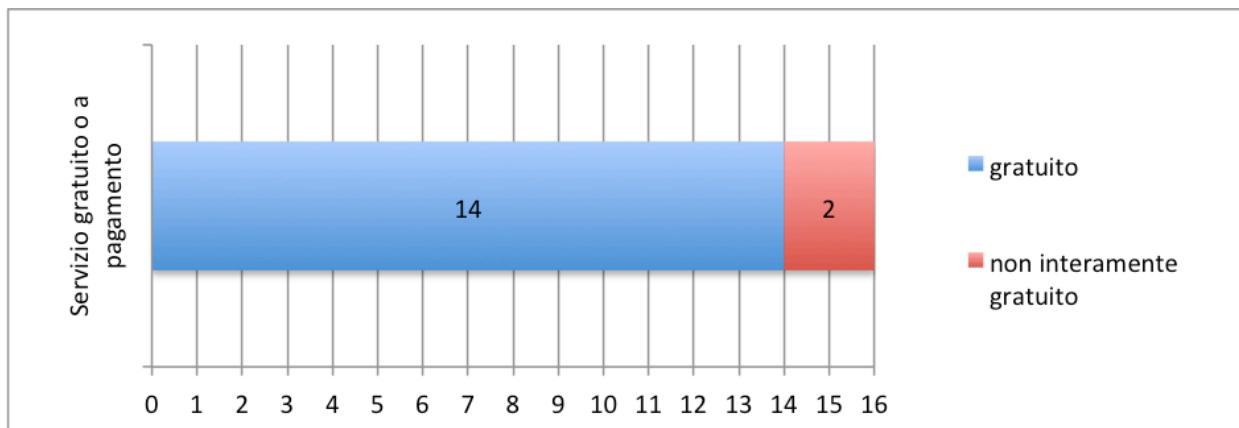
Nel grafico non è stato conteggiato www.scontalibro.it in quanto non è chiaro se il catalogo dei libri che accettano è fissato da loro oppure no.



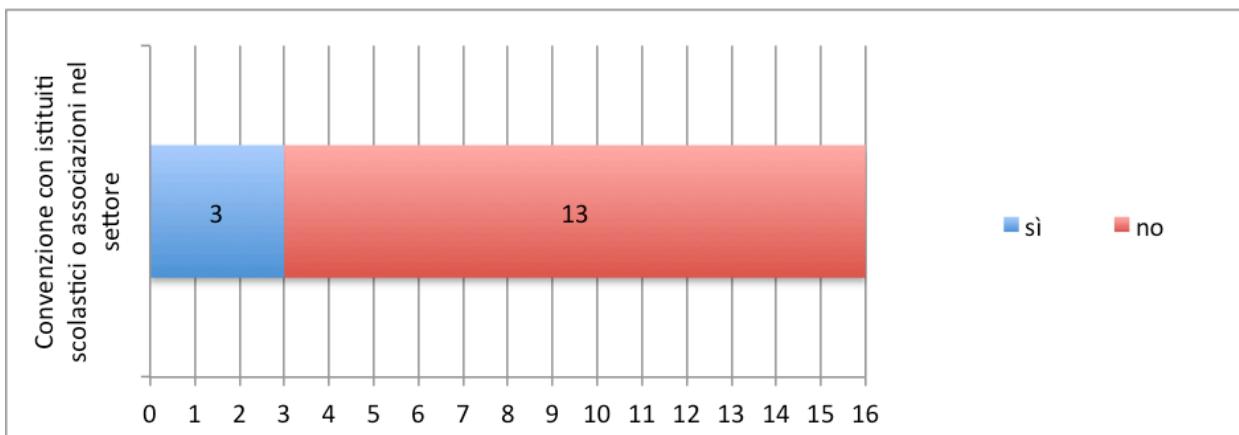
La metà dei servizi con intermediario permette solamente di effettuare la vendita dei propri libri usati attraverso il loro servizio di rivendita, impedendo quindi di raggiungere accordi personali tra utente offerente e utente acquirente, e stabilendo dunque i prezzi delle trattative.



Interessante notare che tra i servizi che presentano un intermediario, 3 su 4 sono dotati anche di una sede fisica, presso la quale è possibile vendere o acquistare i libri usati.

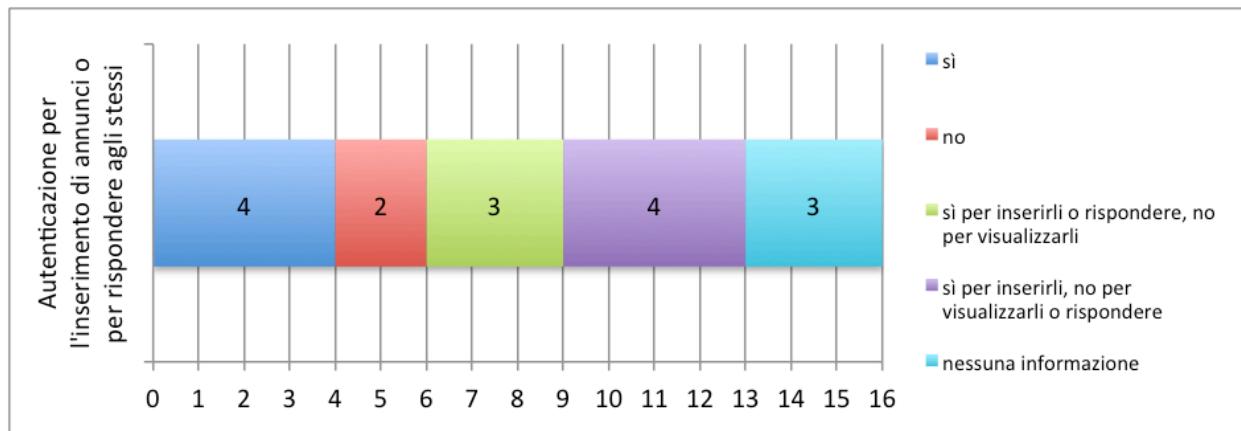


La grande maggioranza dei servizi di scambio/vendita di libri usati analizzati è completamente gratuita, ed è per questo impensabile offrire un eventuale servizio concorrente che sia a pagamento per l'utente finale, sebbene ci sia la possibilità, che già sfrutta MercatinoLibri.it, di trovare accordi con istituti scolastici o associazioni nel settore attraverso il pagamento di una quota.

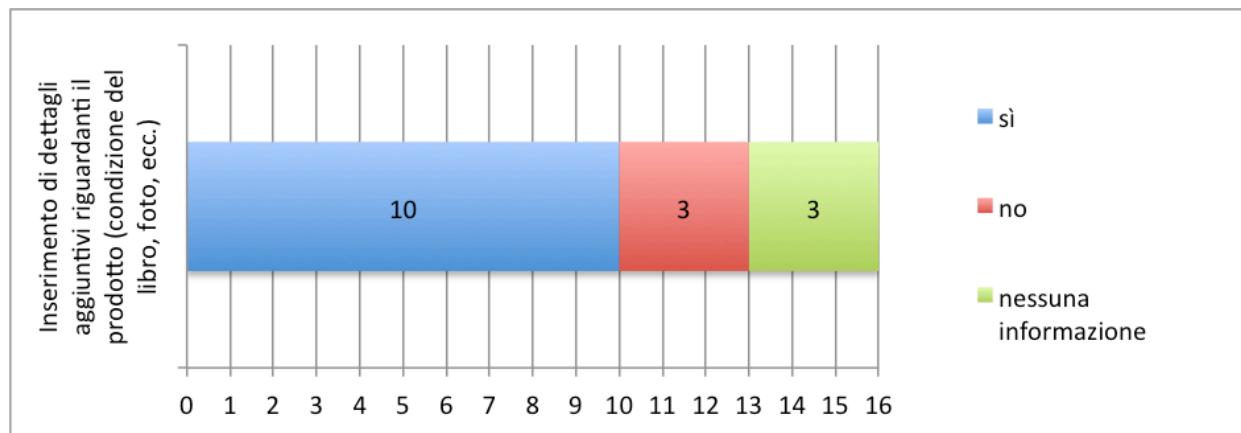


Solo 2 dei servizi analizzati hanno convenzioni con associazioni nel settore dei libri (unilibro.it e libraccio.it con AIE⁸) e uno solo con le scuole direttamente (ilLibrousato.it con le scuole della Lombardia). MercatinoLibri.it che ha accordi, attualmente, con 5 scuole in provincia di Vicenza ha un certo vantaggio rispetto alla maggioranza della concorrenza da questo punto di vista.

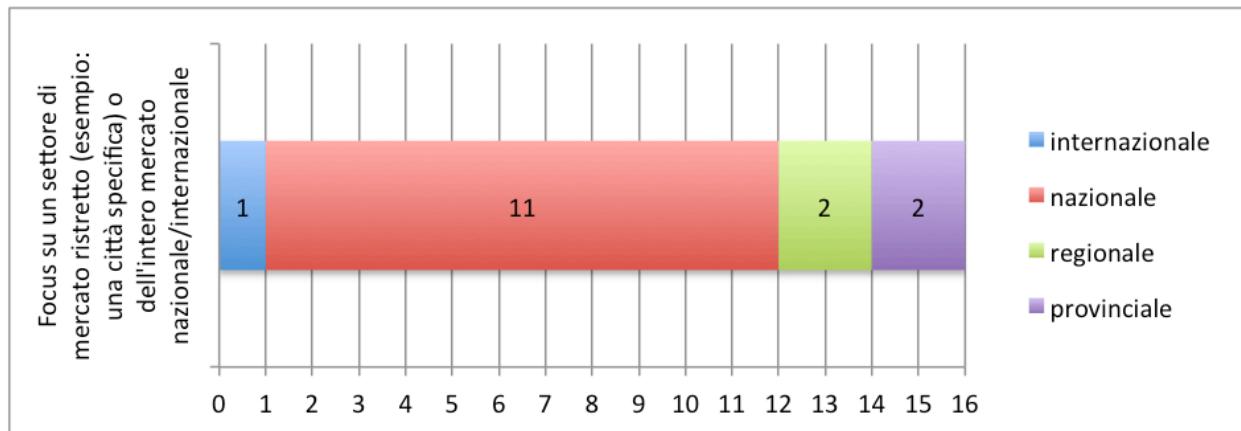
⁸ AIE: Associazione Italiana Editori (www.aie.it)



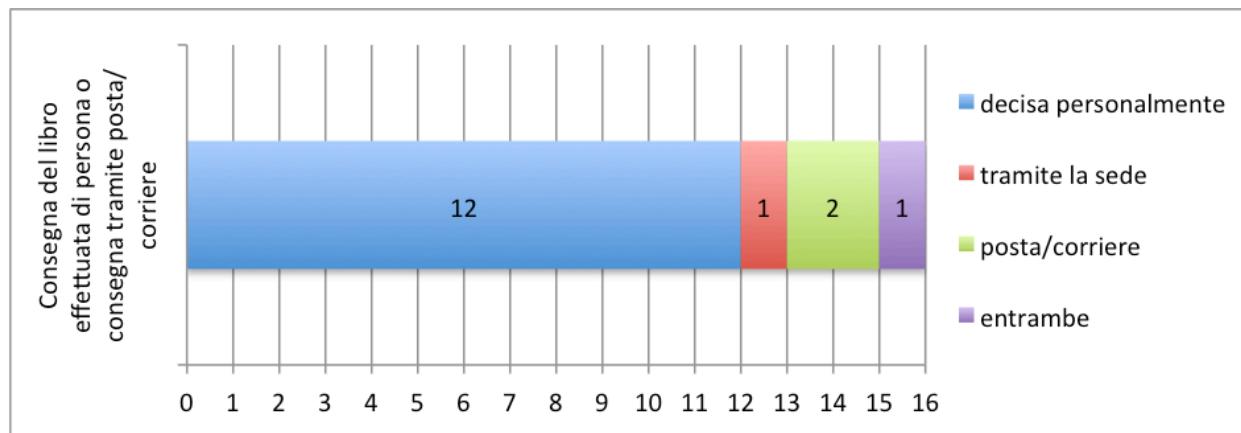
In generale è quasi sempre richiesto di autenticarsi per l'accesso alla totalità o parte delle informazioni che si ricercano. MercatinoLibri.it offre già un sistema di autenticazione, sia per le scuole che per gli studenti, permettendo a questi ultimi di visualizzare se un libro è presente nel catalogo online, ma impedendo agli utenti non autenticati di visualizzare eventuali annunci relativi ad un testo scolastico.



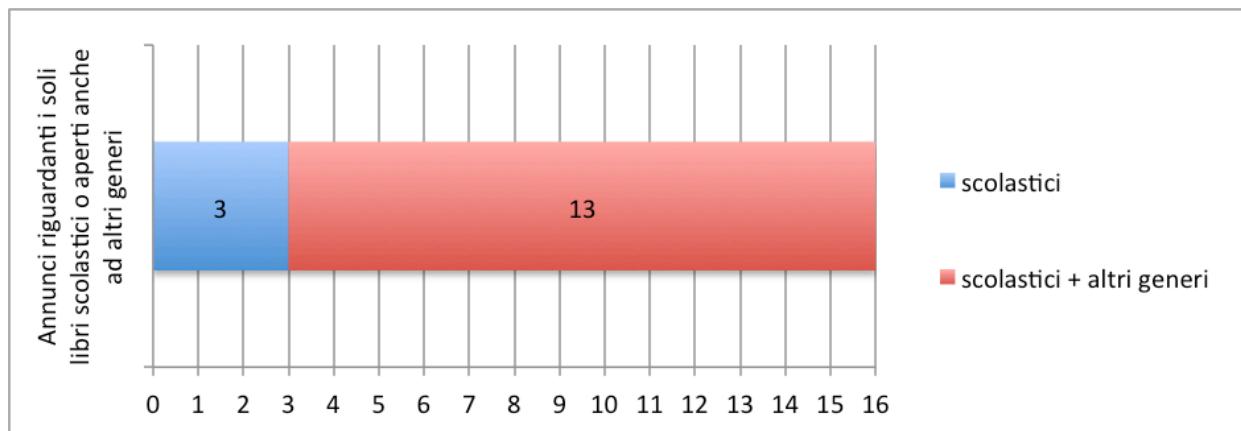
Gran parte dei concorrenti offre la possibilità di inserire dati relativi alle condizioni del libro o altro, come ad esempio delle immagini. MercatinoLibri.it offre solo la possibilità di dare una valutazione personale sullo stato del libro in una scala da 1 a 5.



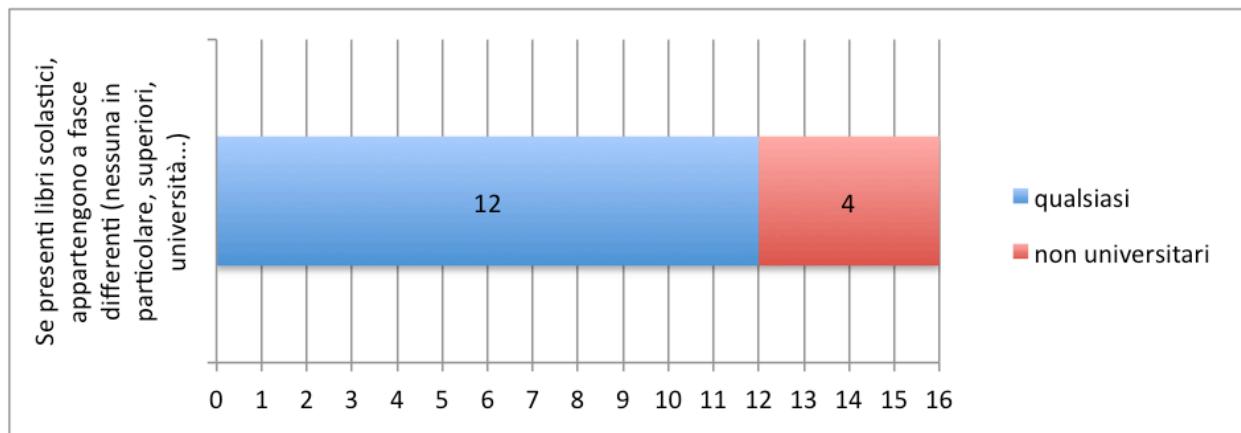
Il settore di mercato a cui la maggioranza dei concorrenti punta non è limitato, ma punta generalmente a raggiungere un po' tutto il territorio nazionale. Solo un caso (unilibro.it) è dotato di un portale anche in un'altra lingua diversa dall'italiano (spagnolo in questo caso). Il resto dei concorrenti, come MercatinoLibri.it, punta invece ad un mercato più ristretto e ovviamente più gestibile, amministrativamente ed economicamente.



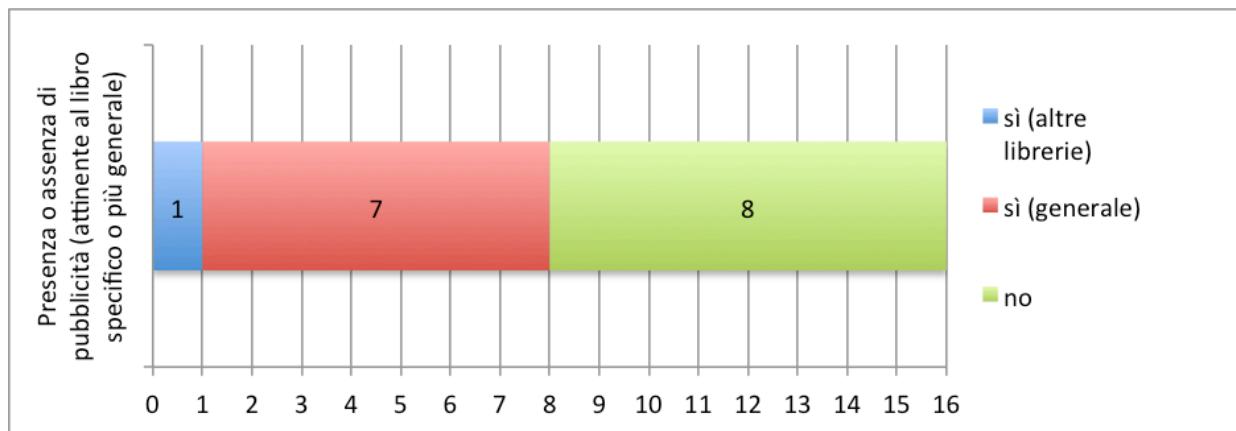
Le modalità di consegna per lo scambio di libri avviene nella maggioranza dei casi in base alle preferenze delle persone coinvolte, senza imporre alcuna restrizione. Nel caso sia presente un intermediario la questione risulta differente, in quanto spesso è obbligatorio utilizzare solamente il mezzo di scambio ad esso più congeniale.



La tendenza generale è quella di permettere lo scambio della maggior parte di tipi di libri, poiché le funzionalità offerte dal sito web lo permettono facilmente, evitando, inoltre, di restringere il mercato di interesse, nonostante questo possa comportare una migliore gestibilità del servizio.



Come per il grafico sopra, la tendenza è quella di evitare di restringere il mercato di interesse, cercando di accogliere nel proprio servizio il maggior numero di utenti per quanto sia possibile, rispetto alle funzionalità che si intende offrire.



La questione pubblicità divide in due i siti concorrenti analizzati; una metà non utilizza sistemi pubblicitari al proprio interno, rinunciando ad una sicura e facile entrata aggiuntiva nei profitti.

Questo è dovuto almeno a due motivi:

- Il servizio offerto è di piccole dimensioni e/o poco professionale
- Non è nell'interesse del fornitore del servizio inserire pubblicità altrui nel proprio sito web

Nella ricerca di eventuali concorrenti diretti abbiamo riscontrato che i servizi strettamente simili a MercatinoLibri.it sono molto pochi, in quanto per lo più l'obiettivo principale della concorrenza è il mercato dei libri usati in generale, e quindi non rivolti specificatamente al settore scolastico; tra quelli, invece, che si focalizzano sui libri scolastici, solo una minima parte ha accordi con associazioni o scuole nella pubblicazione delle liste di libri, dove invece la maggioranza lascia ai suoi utenti la libertà di inserire le informazioni dei libri da scambiare, aumentando conseguentemente la dispersività del servizio.



Approfondimento

ilLibrousato.it

ilLibrousato.it è risultato essere tra i concorrenti più diretti di MercatinoLibri.it, sebbene la loro utenza sia differente, in quanto, attualmente, rivolti ad aree geografiche disgiunte da quelle interessate da MercatinoLibri.it (ilLibrousato.it, infatti, è rivolto alle scuole della Lombardia).

Anche ilLibrousato.it, come MercatinoLibri.it, ha stretto accordi direttamente con le scuole, inserendo all'interno del suo servizio la lista di libri fornita da esse.

Il servizio è stato inaugurato il 30 maggio 2008 ed è stato finanziato da 10 scuole Bergamasche ed altri 8 sponsor, ed ora è stato patrocinato dal Comune di Bergamo. Alcune informazioni interessanti che è possibile reperire direttamente dal sito ilLibrousato.it:

- 240.000 euro risparmiati dalle famiglie dopo soli 3 mesi di operatività
- In media, il 68% dei libri nei licei convenzionati è disponibile usato
- Nel maggio 2009 è stato inviato a ciascuno dei 220 istituti superiori aderenti alla campagna informativa nel nord Italia un kit pubblicitario consistente in: 5 portavolantini ilLibrousato.it; 500/1000 pieghevoli, con la presentazione del portale e le istruzioni di utilizzo; la presentazione del progetto
- A gennaio 2011 sono stati scambiati, dall'inizio del servizio, un totale di 166.000 libri

Le caratteristiche principali che contraddistinguono ilLibrousato.it sono:

- Ricerca di annunci per prossimità.
- Notifica via email e SMS non appena un libro, prima non disponibile, viene inserito nel sistema.
- Viene fornito, agli istituti che lo richiedono, un piccolo portale integrabile all'interno del sito web dell'istituto stesso, dal quale, semplicemente inserendo la classe che si frequenta e quella futura, si può conoscere automaticamente quali libri vendere e quali acquistare per l'anno successivo, verificando direttamente la disponibilità.

Entro breve il servizio diventerà parte integrante dei servizi dell'Associazione studentesca "Obiettivo Scuola" (schoolltarget.it).



Conclusioni generali

L'analisi dei concorrenti indiretti ha evidenziato alcune questioni interessanti: gli utenti fanno principalmente uso di tecniche (vendita al minuto) e servizi (Melbook, Libraccio) nei quali è possibile visionare in prima persona le condizioni dei testi usati e deciderne o meno l'acquisto. Queste tecniche hanno un buon successo anche perché permettono di ottenere questi libri a prezzi tutto sommato vantaggiosi, in modo semplice, diretto e veloce.

In ambito universitario sono molto utilizzate anche le biblioteche d'ateneo in quanto permettono di ottenere libri di testo in maniera gratuita e per un periodo di tempo tutto sommato lungo.

Ebay, nonostante il grande successo di cui gode, è un mezzo non molto utilizzato per i libri di testo in quanto non permette un guadagno completo dalla vendita di un bene ma soprattutto poiché i prezzi non sono spesso così vantaggiosi.

Traendo delle conclusioni dai dati raccolti nell'analisi della concorrenza, possiamo stabilire che:

1. La presenza di un intermediario tra offerente e acquirente non è da escludere all'interno di un possibile business model, sebbene la maggioranza dei casi analizzati ne sia priva.
2. Un servizio a pagamento potrebbe essere considerato valido solamente nel caso in cui la sua fruizione comporti un notevole beneficio all'utente finale, soprattutto considerando che gran parte della concorrenza non è a pagamento.
3. Accordi con associazioni nel settore (AIE) o istituti scolastici possono garantire un notevole vantaggio competitivo. Attualmente sono già attivi degli accordi tra MercatinoLibri.it e alcuni istituti, ma un accordo con l'AIE garantirebbe l'accesso alla lista dei libri di testo utilizzati dalle scuole di tutta Italia, così allargando il mercato di interesse e fornendo all'utente la possibilità di consultare in modo semplice e veloce il catalogo dei testi per lui/lei interessanti e consultare gli annunci inerenti.
4. L'inserimento di inserzioni pubblicitarie all'interno del portale sarebbe tecnicamente rapido ed economico da implementare, senza trascurare il fatto che tali inserzioni non debbano risultare troppo invasive per l'utente e, anzi, possano proporre suggerimenti riguardanti i libri di testo o l'ambiente scolastico in generale. Avendo già una discreta utenza attiva, MercatinoLibri.it non ha difficoltà a cercare clienti interessati per la pubblicazione di materiale pubblicitario all'interno del suo sito.



Studio degli utenti di MercatinoLibri.it

Sondaggio tra gli utenti attuali

È stato effettuato un sondaggio tra gli utenti attualmente iscritti al servizio (**1300**), a cui hanno risposto un totale di **38 persone**. Le domande che sono state poste vertevano su diversi punti, per cercare di valutare il grado di soddisfazione dell'utenza e per cercare di individuare più facilmente quali potessero essere gli aspetti che potevano essere migliorati o aggiunti a MercatinoLibri.it.

Deve essere sottolineato che gli utenti che hanno acconsentito a rispondere sono da considerarsi una porzione non rappresentativa del totale, in quanto un numero così ristretto di persone non può sicuramente esprimere il pensiero generale; se si considera, inoltre, che rispondere ad un sondaggio online non è una cosa ritenuta semplice da molte persone che utilizzano servizi web, è facilmente intuibile che il campione di utenti che ha risposto non è casuale bensì già propenso ad apprezzare il servizio e a collaborare per migliorarlo.

I risultati esatti del sondaggio sono reperibili nel file Sondaggio.pdf.

Elaborazione dei risultati raccolti:

Il modo in cui MercatinoLibri.it ha avuto maggior diffusione è stato attraverso gli accordi diretti con le scuole, mentre in misura minore hanno avuto un ruolo importante anche la campagna pubblicitaria per mezzo di affissioni di cartelloni e distribuzione di volantini. Anche il passaparola è stato piuttosto importante, come pure una buona visibilità sul web.

Si è potuto evidenziare eventuali difficoltà nell'utilizzo del servizio da parte degli utenti, con risultati molto interessanti: le funzionalità sono state considerate in generale tutte molto semplici, con alcune eccezioni, tra le quali la non immediata individuazione del testo scolastico ricercato o l'ottenimento della lista completa delle adozioni della scuola di appartenenza. È stata trovata una moderata difficoltà nel riuscire a contattare gli offerenti del libro usato che si intendeva acquistare, sia via email che per telefono, probabilmente per motivi non legati a MercatinoLibri.it ma in relazione alla tarda risposta data dagli annunciatori. Per questo motivo l'aggiunta di una modalità di comunicazione interna a MercatinoLibri.it potrebbe rendere più semplice questo aspetto e velocizzare la conclusione delle trattative, aumentando di conseguenza la soddisfazione degli utenti.

L'utilità del servizio e, conseguentemente, la soddisfazione che ne deriva, si attesta su livelli molto alti, tanto che la quasi totalità di essi consiglierebbe sicuramente MercatinoLibri.it ad un amico.

Purtroppo è stato riscontrato che spesso gli utenti dimenticano di togliere gli annunci completati, e conseguentemente essi rimangono disponibili nella ricerca di possibili acquirenti, causando un decremento nella soddisfazione per la lenta o assente ricezione di una risposta.

Alle possibili proposte di miglioramento di MercatinoLibri.it, gli utenti hanno mostrato nette preferenze per alcune delle alternative:

- L'allargamento del servizio a più scuole aumenterebbe il numero di annunci disponibili, e quindi la facilità di trovare una copia usata del libro scolastico che si cerca.
- L'ordinamento geografico degli annunci per distanza, per facilitare la ricerca dell'offerente più vicino.



- L'indicazione dell'affidabilità del venditore.
- Modalità di avviso aggiuntive, tramite email e/o SMS, per informare gli utenti dell'inserimento di nuovi annunci relativi ad un particolare libro di testo desiderato o appena si riceve l'interessamento per l'acquisto di uno dei propri libri scolastici in offerta.

Per alcune delle proposte invece non c'è stato un notevole supporto, ovvero:

- L'integrazione del servizio con Facebook, sia per l'autenticazione che per la pubblicazione dei propri annunci anche sulla propria bacheca all'interno del social network.
- La possibilità di acquistare i corrispondenti volumi nuovi per ciascun libro in catalogo.

Sull'ultimo punto i voti si sono molto frammentati: molti pensano che non sia interessante la sua implementazione, ma altrettanti la pensano all'opposto. È doveroso precisare che un business model che implementerebbe tale funzionalità non eliminerebbe, necessariamente, le funzionalità già presenti per lo scambio dei libri usati.

Una menzione particolare merita l'indicazione data dagli utenti che hanno risposto al sondaggio circa la disponibilità a contribuire al servizio partecipando alla pubblicazione delle adozioni della propria classe. Questo risultato, nonostante sia stato sicuramente influenzato dal campione che ha deciso di rispondere al sondaggio, può essere definito inaspettato e potrebbe essere tenuto in considerazione per una eventuale evoluzione del servizio.

Come indicato sopra, tutti i risultati quantitativi e grafici del sondaggio sono allegati nel file Sondaggio.pdf



Proposte di business model

Di seguito sono elencate le proposte di business model prese in considerazione allo scopo di modificare il modello su cui è attualmente basato il servizio MercatinoLibri.it:

1. Integrare i risultati delle ricerche sui libri di testo usati con le offerte delle equivalenti edizioni nuove, proposte da librerie esterne. La fonte di guadagno consiste nei contratti che queste librerie stipulano con i gestori del servizio allo scopo di usufruire di quest'ultimo come canale per proporre le loro offerte ai possibili clienti.
2. Vendita di spazi pubblicitari all'interno delle pagine del sito Web di MercatinoLibri.it. In questo modello di business c'è la necessità di allargare la base di utenti del servizio a livello nazione. Al fine di raggiungere ciò si possono seguire due strategie:
 - a. Stipulare un accordo con AIE per accedere al catalogo completo di tutti i libri di testo adottati dalle scuole italiane in modo da proporre a tutti gli studenti italiani il servizio di consultazione delle adozioni del prossimo anno della propria scuola.
 - b. Coinvolgere gli studenti nella compilazione degli elenchi delle adozioni della propria scuola così da poter fornire un servizio migliore ad un maggior numero di studenti aumentando anche il loro stesso coinvolgimento nel servizio.
3. Trasformare il servizio attualmente disponibile in una piattaforma Web utilizzabile dalle librerie che si occupano della vendita di libri di testo (nuovi o usati) e che non dispongono di un servizio online dedicato. I ricavi sono costituiti dalle quote pagate dalle librerie aderenti al servizio per accedere alla piattaforma Web.

Tutti i business model sopra elencati prevedono un intervento di natura tecnica sull'architettura del servizio attualmente disponibile online: l'obiettivo è implementare nuove funzionalità e migliorare quelle già disponibili agli utenti in modo da renderle maggiormente efficaci e, al tempo stesso, semplici da utilizzare.

In generale l'attuale business model, che prevede accordi diretti con le scuole interessate e l'utilizzo di promoter a livello locale, può essere superato in funzione di un nuovo modello di business che coinvolga soggetti terzi impegnati nel settore della vendita di libri di testo e in quello della pubblicità sul Web.



BM1 - Vendita libri nuovi da librerie convenzionate

In questo modello di business si vuole puntare a inserire, accanto alla funzionalità di compravendita dei libri usati, la possibilità di ordinare il libri nuovi direttamente dagli elenchi presenti sul sito.

I guadagni saranno possibili trattenendo una percentuale dal pagamento dei volumi nuovi che saranno poi spediti a casa degli acquirenti tramite una libreria convenzionata.

Step necessari:

- Realizzare la funzionalità di e-commerce nel sito
- Trovare una libreria capace di spedire sul territorio nazionale interessata ad una convenzione con MercatinoLibri.it, e che lasci una percentuale del guadagno al servizio stesso
- Disporre di un piano di marketing a livello nazionale per aumentare gli utenti del sito

Aspetto tecnico:

La funzionalità di e-commerce da integrare nel sito web prevede un lavoro non indifferente che richiederà investimenti economici e di tempo rilevanti.

Sarà necessario interfacciarsi con una banca per i pagamenti e con un consulente legale per migliorare i termini d'uso e di privacy del sito.

La struttura dovrà inoltre essere studiata per reggere un maggior afflusso di utenti e anche ciò richiede un ulteriore investimento.

Aspetto commerciale:

Il modello di business è già seguito da altri competitor e si presenta quindi consolidato e con un minor livello di rischio.

Va messo in evidenza che non è banale trovare una libreria interessata al servizio e disponibile a cedere una percentuale del guadagno a MercatinoLibri.it. Sicuramente al fine di trovare questo partner c'è la necessità di disporre di volumi di utenza estesi e che possano quindi risultare interessanti per una libreria di livello nazionale.

Aspetto marketing:

Il modello di business preso in considerazione non prevede particolari argomenti di marketing ma dovrà quindi essere sostenuto con investimenti mirati al fine di far raggiungere al servizio una massa di utenti utile ad essere competitivo.



BM2a - Vendita spazi pubblicitari e copertura nazionale tramite catalogo AIE

Con questo modello di business si propone di allargare la copertura del servizio a livello nazionale, attraverso l'utilizzo del catalogo delle adozioni per tutte le scuole italiane. Raggiunto un importante numero di utenti si potranno vendere spazi pubblicitari ad aziende interessate a comunicare con i ragazzi delle scuole superiori.

Step necessari:

- utilizzo di un catalogo nazionale delle adozioni dei libri di testo
- marketing per aumentare gli utenti del servizio
- ricerca di inserzionisti interessati alla nostra utenza

Ambito tecnico:

Questa modalità di business non richiede particolari interventi tecnici se non in risposta ad un elevato traffico sul sito web. Non è quindi necessario svolgere alcun tipo di intervento tecnico in fase preparatoria.

Ambito commerciale:

La difficoltà principale consiste nel riuscire a raggiungere l'elenco delle adozioni delle scuole di tutto il territorio nazionale. Da un colloquio con uno dei concorrenti che ha adottato questa soluzione è emerso che il catalogo è attualmente acquistabile presso l'Associazione Italiana Editori per una cifra non inferiore ai 90.000 € annui.

Ambito marketing:

Anche questo modello di business non offre indicazioni al reparto marketing che necessiterà quindi di investimenti per far conoscere agli studenti di tutta Italia le funzionalità del sito MercatinLibri.it



BM2b - Vendita spazi pubblicitari e copertura nazionale tramite coinvolgimento utenti

Attraverso questo modello di business si vuole puntare all'obiettivo di coinvolgere il maggior numero di utenti attraverso una compilazione collaborativa del catalogo delle adozioni dei libri di testo usati.

Ciò permetterebbe infatti di aggirare il problema di dover richiedere il catalogo adozioni all'AIE e al contempo potrebbe fungere da volano di marketing per aumentare gli utenti del servizio e quindi i ritorni economici della pubblicità.

Step necessari:

- organizzare un sistema di inserimento collaborativo delle adozioni dal punto di vista tecnico
- ricercare inserzionisti

Ambito tecnico:

Il sistema di inserimento collaborativo delle adozioni richiede certamente un particolare investimento tecnico sia per la realizzazione che per la fase di analisi di tale funzionalità.

Particolare attenzione dovrà essere impiegata nell'integrazione del servizio con i sistemi social attualmente esistenti sul web, questo per poter raggiungere e quindi coinvolgere un numero via via crescente di utenti.

L'infrastruttura dovrà poi essere studiata per reggere picchi di utenti derivanti dalla diffusione virale dell'iniziativa

Ambito commerciale:

E' necessario organizzare uno studio delle possibilità di guadagno dalle diverse fonti pubblicitarie nonchè ricercare inserzionisti singoli interessati a comparire sulle pagine di MercatinoLibri.it

Ambito marketing:

Il marketing di tale iniziativa potrebbe farsi forte degli aspetti caratterizzanti di Internet e della viralità delle iniziative "social". Va comunque organizzato un piano di marketing per portare a conoscenza della novità i primi utenti.



BM3 - Piattaforma web per le librerie

Una delle possibilità di evoluzione di MercatinoLibri.it è quella di diventare una soluzione "white label" per librerie terze.

Sostanzialmente ciò significa predisporre le funzionalità affinchè una libreria, a fronte del pagamento di un canone annuo, possa personalizzare la grafica di un'installazione dedicata del software di MercatinoLibri.it allo scopo di far risultare il servizio offerto e organizzato dalla libreria stessa.

La libreria in oggetto potrebbe quindi introdurre l'obbligo di intermediario tra la compravendita dei libri e eventualmente anche la funzionalità di acquisto online di libri nuovi.

Step necessari:

- Aggiunta possibilità di personalizzazione grafica
- Aggiunta funzionalità di replica delle installazioni per diverse librerie
- Aggiunta funzionalità di intermediazione
- Contattare librerie interessate
- Richiedere consulenza legale per contratto con librerie

Ambito tecnico:

Le modifiche richieste sono molto cospicue: quelle strettamente inerenti il sistema white label non comportano un onere tecnico importante mentre molto maggiori sono quelle per l'aggiunta della funzionalità di intermediario che necessita soprattutto di una importante fase di analisi

Ambito commerciale:

L'offerta risultante da questa prospettiva di evoluzione è sicuramente interessante e porterebbe valore aggiunto a molte librerie che quindi sarebbero interessate alla proposta di MercatinoLibri.it

Nel caso si volesse procedere per questa strada è necessaria la consulenza di un esperto legale per la stesura del contratto tra MercatinoLibri.it e le librerie terze.

Ambito marketing:

Il marketing verso gli utilizzatori finali sarebbe a carico delle singole librerie mentre a MercatinoLibri.it spetterebbe ricercare le librerie interessate all'acquisto del servizio.

Questa operazione può avvenire con mezzi tradizionali e, una volta trovate le prime librerie interessate, può essere svolta senza particolare fretta e urgenza.



Considerazioni sui business model individuati

BM n°1 - Vendita di libri nuovi da librerie convenzionate

Pro	Contro
<ul style="list-style-type: none">• Interesse degli utenti già dimostrato.• Le funzionalità già presenti non vengono alterate, ma solo integrate con quelle nuove.	<ul style="list-style-type: none">• Potrebbe risultare difficoltoso trovare librerie nazionali interessate ad una collaborazione prima di disporre di quantità importanti di utenti• Marketing verso gli studenti difficoltoso

BM n°2A - Vendita spazi pubblicitari e copertura nazionale tramite catalogo AIE

Pro	Contro
<ul style="list-style-type: none">• Allargamento del mercato su scala nazionale.• Basso investimento tecnico	<ul style="list-style-type: none">• Investimento per l'acquisto del catalogo AIE molto oneroso• Marketing verso gli studenti difficoltoso

BM n°2B - Vendita spazi pubblicitari e copertura nazionale tramite coinvolgimento utenti

Pro	Contro
<ul style="list-style-type: none">• Alto livello di coinvolgimento degli utenti• Effetto virale per il marketing	<ul style="list-style-type: none">• Discreto lavoro tecnico da affrontare• Incognita sul successo della formula

BM n°3 - Piattaforma web per le librerie

Pro	Contro
<ul style="list-style-type: none">• Possibilità di offrire il servizio di MercatinoLibri.it ad un gran numero di aziende.• Servizio alle librerie unico nel suo genere.	<ul style="list-style-type: none">• Intervento tecnico molto elevato per tempo e impegno richiesto.• Le funzionalità di MercatinoLibri.it cambierebbero radicalmente.



Analisi business model 2B

Motivi della scelta

Il motivi che hanno portato alla scelta del modello di business 2b si possono riassumere ricordando che gli altri business model prevedono investimenti iniziali particolarmente ingenti e soprattutto da svolgere totalmente in fase preliminare prima cioè di poter provare il successo o meno del servizio su larga scala.

Oltre a ciò gli altri modelli di business non permettevano al servizio di distinguersi a sufficienza dai concorrenti, cosa necessaria tra l'altro anche per approntare una campagna marketing di successo attraverso anche le dinamiche virali dei social network.

Descrizione dettagliata del nuovo servizio

Il business model che si è deciso di adottare è la tipologia 2B che prevede di ricevere guadagni dalla vendita degli spazi pubblicitari e di raggiungere una espansione dell'utenza attraverso il coinvolgimento della stessa nella realizzazione del catalogo delle adozioni.

Nel dettaglio questo modello prevede lo sviluppo di alcuni punti chiave di seguito riportati:

- Per ampliare il bacino d'utenza di MarcatinoLibri.it si è scelta la forma del coinvolgimento diretto degli utenti per quanto riguarda l'inserimento dei libri di testo in adozione nella scuola frequentata. Questa tecnica comporta innanzitutto un più semplice reperimento delle informazioni, che non coinvolge soggetti terzi ma solo gli utenti del servizio; di contro però comporta il dover verificare l'attendibilità delle informazioni riportate.
- Un ampliamento del bacino d'utenza comporta, di conseguenza, l'introduzione di nuove funzionalità nel servizio offerto, tutte volte a rendere più agevole, semplice ed immediato lo scambio di libri usati tra gli utenti. In particolare si prevede di introdurre:
 - Un sistema di inserimento collaborativo dei cataloghi delle adozioni
 - Le funzionalità per poter segnalare contenuti o comportamenti degli utenti non adeguati
 - Un sistema di messaggistica interna al sito in modo da permettere uno scambio più efficiente e veloce dei messaggi tra gli utenti senza dover passare per servizi esterni come email o sistemi di messaggistica istantanea
 - Un sistema di valutazione degli utenti
 - Le funzionalità per integrare i social network maggiormente utilizzati all'interno del servizio stesso, così da permettere ad esempio l'invito degli amici o la pubblicazione sulla "bacheca personale" delle attività svolte sul sito.
- Una nuova campagna pubblicitaria di portata nazionale, volta a far conoscere a nuovi



mercatinolibri.it

potenziali utenti i servizi offerti da MercatinoLibri.it. Tale campagna coinvolge vari media come il volantinaggio, le inserzioni su riviste cartacee e le recensioni su siti e blog di settore.

- Vendita di spazi pubblicitari all'interno di MercatinoLibri.it per consentire una monetizzazione del sito web. Questo scopo è raggiungibile sfruttando le funzionalità di servizi come Google AdSense oppure vendendo gli spazi pubblicitari direttamente alle singole aziende interessate.



Modello di monetizzazione e analisi dei guadagni

L'inserzione di pubblicità all'interno del sito web può affidarsi a due metodologie diverse:

1. Accordi privati con società interessate
2. Iscrizione al servizio AdSense di Google (www.google.com/adesense)

Gli accordi privati con altre società consistono nella pubblicazione di loro inserzioni pubblicitarie nel sito web (come banner pubblicitari), con una tariffa basata sul pagamento di ogni clic effettuato sugli annunci pubblicitari. Poiché la pubblicità è rivolta ad un segmento molto specifico del mercato, è possibile ritenere che il CTR⁹ sarà moderatamente alto, vicino al 2%. Ciò significa che, per ottenere un clic sull'inserzione pubblicitaria, occorrono una media di circa 50 impressioni¹⁰.

Tabella dei guadagni inerenti i contratti pubblicitari

CTR medio (stimato)	2%
PPC¹¹	€ 1,35
Costo medio per impressione (stimato)	€ 0,027
Costo medio per 1000 impressioni (stimato)	€ 27
Visualizzazioni di pagina giornaliera medie (attuali, mesi estivi)	~2500
Visualizzazioni di pagina giornaliera medie (attuali, altri mesi)	~400
Stima ricavo totale giornaliero (mesi estivi)	€ 67,50
Stima ricavo totale giornaliero (altri mesi)	€ 10,80
Stima ricavo totale annuale	€ 10.859

Il CTR è stato ricavato da indagini effettuate con ricerche sul web, che identificano un CTR medio sul 2% a livello globale per siti web specializzati. Il costo per impressione che si può ricavare, avendo stabilito il costo fisso di un clic, è stimato sui 0,027€.

Durante i mesi estivi (da giugno a settembre compresi) il traffico su MercatinoLibri.it raggiunge il massimo dell'anno, in quanto gli studenti cercano di procurarsi i libri di testo

⁹ CTR (*Click-Through Rate*) rappresenta il rapporto tra il numero di clic e il numero di impressioni delle inserzioni pubblicitarie in un determinato sito web.

¹⁰ Un'impressione consiste nella visualizzazione di un annuncio pubblicitario all'interno della pagina web che si sta visitando, senza necessità che l'utente clicchi su tale pubblicità.

¹¹ PPC (*Pay Per Click*) rappresenta il costo che l'inserzionista dell'annuncio pubblicitario deve pagare per ogni clic effettuato su tale annuncio.



per l'anno scolastico successivo. In questo periodo di tempo si raggiungono in media circa 2500 visualizzazioni di pagina al giorno. È possibile prevedere un sostanziale incremento del traffico sul sito web in seguito all'allargamento del mercato di interesse nel prossimo periodo (dovuto alle campagne di marketing previste). A tale allargamento di mercato è possibile, eventualmente, abbinare un pari aumento dei costi per clic, poiché il servizio godrà di una maggiore visibilità.

Prevediamo che questo tipo di inserzioni pubblicitarie sarà una fonte di guadagno molto limitata nella prima fase di allargamento di MercatinoLibri.it, in quanto il mercato che è attualmente servito risulta piuttosto ristretto e quindi poche società saranno interessate a un accordo di questo tipo.

Per questo motivo sarà necessario iniziare utilizzando principalmente il servizio proposto da Google con AdSense, il quale permette di ottenere guadagni per ogni clic effettuato sulle inserzioni pubblicitarie, in maniera completamente automatica e gestita da Google.

È stato realizzato un account AdSense per le gestione della pubblicità per MercatinoLibri.it ed è stato richiesto ad altri utilizzatori del servizio di fornire dettagli riguardanti le tariffe sulla pubblicità; inoltre sono state compiute diverse ricerche sul web.

Attraverso lo studio di AdWords (www.google.com/adwords), sono state analizzate le basi del funzionamento del meccanismo di attribuzione degli annunci per sito web, in base alle parole chiave e altri fattori. In particolare, è stato molto utile lo strumento di stima del traffico integrato in AdWords (<https://adwords.google.com/select/TrafficEstimatorSandbox>) per valutare la concorrenza con determinate parole chiave che rispecchiano le funzionalità di MercatinoLibri.it e poter da queste stimare il possibile ricavo dalle inserzioni pubblicate all'interno del sito web.

Le query di ricerca più utilizzate e più vicine al target di MeratinoLibri.it sono:

- scuola
- libri scolastici
- libri usati

Tabella sui dati ricavati da AdWords e stime di guadagno AdSense inerenti ad essi

PPC medio in AdWords (stimato)	€ 1,08 - € 1,32 ¹²
Percentuale del ricavato spettante ai titolari degli account AdSense	68% ¹³
Guadagno per clic con AdSense (stimato)	€ 0,73 - € 0,90
Stima ricavo totale giornaliero (mesi estivi)	€ 36,50 - € 45,00
Stima ricavo totale giornaliero (altri mesi)	€ 5,84 - € 7,20
Stima ricavo totale annuale	€ 5.872 - € 7.240

¹² I valori separati da un trattino sono da considerarsi minimi e massimi, in quanto frutto di stime.

¹³ <http://adsense.blogspot.com/2010/05/adsense-revenue-share.html>



mercatinolibri.it

Tutte le cifre riportate in questa sezione fanno riferimento a dati attuali, comprese le visite giornaliere del servizio. Allargando il mercato di interesse il numero di visite giornaliere è destinato ad aumentare, comportando un aumento proporzionale dei ricavi derivanti dalle inserzioni pubblicitarie sul sito web.



Analisi delle operazioni tecniche richieste

Come indicato precedentemente, il business model 2B prevede la messa in atto di diversi interventi di natura tecnica. Quest'ultimo sono di seguito riportati in dettaglio, con particolare attenzione ai tempi e ai costi previsti per la loro realizzazione.

Gli interventi sono stati dettagliati dal nostro tecnico, che si è avvalso della collaborazione di una società terza per la definizione dei costi e dei tempi necessari per la loro realizzazione.

Dato il lavoro di analisi già svolto, la società ha indicato solamente i tempi tecnici per la realizzazione delle funzionalità richieste.

I tempi sono infine riportati come settimane per coppia di tecnici, come richiesto dall'azienda fornitrice, la quale adotta nei propri processi di qualità le pratiche denominate "Agili" e in particolare il "Pair Programming".

Introduzione di un sistema di inserimento collaborativo dei cataloghi delle adozioni

Importanza: 5/5

Tempo richiesto: 3 settimane/coppia di tecnici

Costo indicativo: 3.600 €

Modalità: La funzionalità richiesta consiste nella possibilità, per ciascun utente, di registrare nel database, se non è già presente, il proprio istituto scolastico, il proprio indirizzo di studio e la propria classe. Una volta fatto ciò, l'utente deve poter inserire le adozioni del prossimo anno indicando l'ISBN e, nel caso di un libro non presente nel catalogo, gli ulteriori dati del libro in oggetto.

L'utente dovrà avere la possibilità di segnalare un errore nei dati pubblicati ed di procedere eventualmente alla loro correzione.

Realizzazione delle funzionalità per poter segnalare contenuti o comportamenti non adeguati

Importanza: 4/5

Tempo richiesto: 1 settimana/coppia di tecnici

Costo indicativo: 1.200 €

Modalità: Questa funzionalità è necessaria per monitorare i contenuti pubblicati dagli utenti e per poter intervenire tempestivamente in caso di segnalazione. Tecnicamente consiste nel dare la possibilità agli utenti del servizio di segnalare velocemente contenuti o comportamenti ritenuti non adeguati attraverso un apposito pulsante posto nelle vicinanze di ciascun contenuto generato da altri utenti. Deve poi essere possibile accedere a un pannello di amministrazione delle segnalazioni, dal quale poter intervenire in modo rapido e appropriato.

Introduzione di un sistema di messaggistica interna al sito

Importanza: 3/5

Tempo richiesto: 1 settimana/coppia di tecnici

Costo indicativo: 1.200 €



Modalità: Questa funzionalità, richiesta a gran voce dagli utenti del servizio, consiste nell'espansione di una funzionalità già esistente in modo da permettere lo scambio di messaggi tra utenti del servizio. Un plus valutabile può essere l'integrazione con un sistema di invio di sms che permetta di notificare la ricezione di un nuovo messaggio nella propria casella di posta interna al servizio.

Introduzione di un sistema di rating degli utenti

Importanza: 2/5

Tempo richiesto: 1 settimana/coppia di tecnici

Costo indicativo: 1.200 €

Modalità: Il sistema di rating degli utenti, ossia della valutazione del loro comportamento sul sito, è utile sia agli utenti stessi, che possono valutare il venditore migliore, sia al sistema di segnalazione errori e abusi, così da individuare gli utenti che stanno facendo un uso scorretto del servizio.

La funzionalità prevede l'introduzione di un sistema di votazione sulle transazioni effettuate dagli utenti e di un algoritmo di valutazione interno per calcolare il rating di ciascun utente.

Integrazione di funzionalità social con i social network maggiormente utilizzati

Importanza: 4/5

Tempo richiesto: 2 settimane/coppia di tecnici

Costo indicativo: 2.400 €

Modalità: Come primo step iniziale possiamo introdurre l'integrazione col social network maggiormente utilizzato, ossia Facebook.

L'integrazione consiste nella possibilità di effettuare il login con l'account di Facebook, nella possibilità di invitare sul servizio gli amici presenti nel social network e infine di poter pubblicare sulla propria bacheca le azioni svolte sul sito (quali la pubblicazione di un annuncio o l'aggiunta di un istituto).

Adeguamento dell'architettura per poter sopportare un elevato numero di utenti e di traffico web

Importanza: 5/5

Tempo richiesto: 2 settimane/coppia di tecnici

Costo indicativo: 2.400 €

Modalità: La necessità di poter erogare il servizio a un volume di utenti molto superiore di quello attuale costringe a effettuare un'analisi sull'infrastruttura attuale e sulle sue possibili evoluzioni. Questa analisi ha evidenziato come il servizio attuale non possa reggere più di 30 scuole e quindi necessiti di una revisione strutturale importante.

Considerando la particolarità del servizio, ossia il fatto che il suo utilizzo è concentrato in solo 3 mesi dell'anno, la soluzione migliore è spostare la piattaforma sull'infrastruttura cloud AWS offerta da Amazon.

Durante questa operazione è necessario mettere in essere delle procedure che possano espandere la capacità di carico sopportata dal servizio in maniera dinamica.

L'azienda fornitrice ha già esperienza in questo settore e prevede di poter fare tali operazioni in 2 settimane per coppia di tecnici. Viene inoltre allegato un prospetto dei costi che avrà l'infrastruttura cloud AWS una volta che il sistema sarà a regime.



Prospetto costi dell'infrastruttura cloud AWS fornita da Amazon

Per formulare il seguente prospetto dei costi è stato utilizzato lo strumento online fornito da Amazon: <http://calculator.s3.amazonaws.com/calc5.html> e l'esperienza di aziende che hanno realizzato piattaforme web atte sostenere grandi volumi di traffico web.

Per adottare l'infrastruttura web di amazon è necessario pagare un fisso mensile:

Infrastruttura di base (fino a 10.000 visite al mese): 60 € al mese

fino a 100.000 visite al mese: 150 € al mese

fino a 300.000 visite al mese: 350 € al mese

fino a 600.000 visite al mese: 600 € al mese

Conclusioni:

Complessivamente gli interventi tecnici richiedono 10 settimane per una coppia di tecnici e hanno un costo di circa 12.000 €



Marketing

La campagna di marketing finalizzata a promuovere il servizio offerto da MercatinoLibri.it punta a raggiungere con la massima efficacia possibile gli studenti delle scuole superiori di primo e di secondo grado. Essi rappresentano i potenziali utenti del servizio e la loro presenza è un elemento indispensabile per il funzionamento di MercatinoLibri.it, in quanto sono loro a pubblicare gli annunci di vendita di libri di testo usati su cui è basato l'intero servizio.

Gli ambiti di promozione in cui è necessario muoversi nella campagna di marketing sono tre: gli istituti scolastici, le riviste a tiratura nazionale e il web.

Promozione del servizio negli istituti scolastici

In primo luogo bisogna sfruttare gli spazi disponibili negli istituti scolastici per affiggere i manifesti e le locandine di MercatinoLibri.it. Considerato che sarebbe difficile coprire tutti gli istituti presenti sul suolo nazionale, è preferibile limitarsi alle scuole localizzate nei capoluoghi di provincia e di regione. I manifesti e le locandine devono avere una grafica accattivante, in grado di catturare immediatamente l'attenzione dell'osservatore, e devono riassumere in maniera sintetica ma, al tempo stesso, chiara ed efficace i vantaggi offerti dal servizio, nonché le modalità di accesso e il funzionamento di quest'ultimo.

In secondo luogo è necessario provvedere alla distribuzione di volantini pubblicitari all'uscita degli studenti dalle scuole. Anche in questo caso, per motivi logistici, bisogna limitare la distribuzione agli istituti dei capoluoghi di provincia e di regione. I volantini devono sottolineare la facilità di utilizzo del servizio e il grande risparmio che gli studenti possono ottenere. Applicando una strategia di viral marketing è inoltre possibile regalare, insieme ai volantini, degli adesivi raffiguranti il logo di MercatinoLibri.it.

A prescindere che si tratti di appendere dei manifesti negli istituti o di distribuire dei volantini all'uscita dalle scuole, è importante sottolineare come sia possibile demandare i costi legati alla stampa del materiale cartaceo, nonché la gestione logistica della distribuzione stessa, agli studenti degli istituti interessati, ai gruppi giovanili e alle associazioni dei genitori presenti a livello locale. L'idea è di coinvolgerli nell'attività di promozione in modo tale che siano loro ad occuparsene, permettendo all'amministrazione di MercatinoLibri.it di evitare una spesa non indifferente e di non doversi impegnare nel gravoso lavoro di coordinare la campagna pubblicitaria nelle scuole. Per la gestione delle realtà locali incaricate dell'affissione dei manifesti e della distribuzione dei volantini, si stima una spesa complessiva di 11.000€.



Promozione del servizio su riviste a tiratura nazionale

Alla luce del fatto che gli spazi pubblicitari sulla carta stampata non sono gratuiti e richiedono quindi un esborso di denaro da parte del richiedente, è necessario selezionare accuratamente quali siano le pubblicazioni più idonee a ospitare la pubblicità di MercatinoLibri.it. La scelta ricade sulle riviste che si rivolgono ai giovani di età compresa tra gli 11 e i 19 anni, i quali frequentano le scuole secondarie di primo e di secondo grado, rappresentando quindi il target di riferimento del servizio. Le riviste devono avere tiratura nazionale, così da poter garantire una visibilità compatibile con il proposito di estendere la portata del servizio offerto da MercatinoLibri.it a livello nazionale.

Le riviste selezionate per la campagna di marketing sono riportate nella seguente tabella.

Pubblicazione	Periodicità	Descrizione
Cioè (Edizioni Panini)	Settimanale	Rivista per ragazze in età adolescenziale e preadolescenziale
Top Girl (Mondadori)	Mensile	Rivista per ragazze in età adolescenziale
Giochi per il Mio Computer (Sprea Editori)	Mensile	Rivista di videogiochi
The Games Machine (Sprea Editori)	Mensile	Rivista di videogiochi
L'oracolo (Nexus Editrice)	Trimestrale	Rivista dedicata ai giochi di carte collezionabili

Si stima una spesa media intorno ai 15.000€ per ciascuna pubblicazione (eccetto l'ultima, per la quale la spesa è inferiore, circa 10.000€); la permanenza media della pubblicità sulle pagine della pubblicazione è pari a 3 mesi (quelli di interesse per il servizio offerto da MercatinoLibri.it, ossia luglio, agosto e settembre). La spesa totale è intorno ai 70.000€.

È necessario precisare che, in generale, gli spazi pubblicitari sulle carta stampata (soprattutto quando il giornale o la rivista sono a tiratura nazionale) hanno un costo non indifferente. Se effettuare un tale investimento non rappresenta un problema per una grande azienda o per un'impresa ormai consolidata e capace di generare dei discreti utili, per una realtà imprenditoriale giovane come quella di MercatinoLibri.it (che di fatto ha un solo anno di vita) potrebbe essere invece un azzardo, se non addirittura una scelta impossibile da attuare per l'eccessivo costo. Bisogna sottolineare inoltre che la propensione dei giovani d'oggi verso il web rende i canali tradizionali di promozione pubblicitaria ormai superati e non più favorevoli dal punto di vista del rapporto costo/visibilità.

Da quanto sopra delineato e tenendo presente la natura del servizio di MercatinoLibri.it (che basa la propria attività interamente sul web), è ragionevole concludere che sia opportuno dare la precedenza a forme promozionali orientate al web, le quali offrono un'alta visibilità e costi ridotti (quando non addirittura nulli), e attendere una situazione maggiormente favorevole e



stabile per dedicare risorse a una campagna pubblicitaria sulla carta stampata.

Promozione del servizio sul web attraverso banner pubblicitari

I banner pubblicitari di MercatinoLibri.it devono essere strategicamente posizionati su siti web e forum frequentati da utenti di età compresa tra gli 11 e i 19 anni (l'età degli studenti delle scuole secondarie di primo e di secondo grado). Non è necessario che l'utenza del sito ricada esclusivamente in questa fascia di età; inoltre, non è obbligatorio che il sito sia espressamente rivolti a studenti o tratti la scuola come argomento principale.

I siti web selezionati dalla campagna di marketing e sui quali è possibile pubblicare dei banner pubblicitari di MercatinoLibri.it sono riportati nella seguente tabella.

www.studenti.it	Famoso sito web dedicato agli studenti delle scuole secondarie
skuola.net	Altro famoso sito dedicato agli studenti secondarie
forum.gamesvillage.it e forum.tgmonline.it	Forum italiani dedicati ai videogiochi, frequentati da numerosi giovani (quindi anche da molti studenti)
www.scuolazoo.it	Sito dissacrante sulla scuola (molto frequentato dagli studenti)

Per mantenere un banner di MercatinoLibri.it nei 3 mesi di maggior utilizzo del servizio (cioè luglio, agosto e settembre), si stima una spesa complessiva di circa 600€ a sito, per un totale di 3.000€.

Promozione del servizio sul web attraverso i social network

In primo luogo è necessario creare un account ufficiale di MercatinoLibri.it sui principali social network presenti sul web. Una pagina ufficiale è già disponibile su Facebook (all'indirizzo <http://it-it.facebook.com/pages/MercatinoLibriit/125480084158054>) e su Twitter (all'indirizzo <http://twitter.com/mercatinolibri>). Bisogna invece creare un account sul nuovo social network di Google (Google+), dove MercatinoLibri.it non è ancora presente. La presenza di una pagina dedicata al servizio nei principali social network non è sufficiente: è importante mantenere tali pagine aggiornate e, soprattutto, è fondamentale sfruttarle come canale di comunicazione diretto con gli utenti e, più in generale, con tutti coloro che nutrono interesse nei confronti di MercatinoLibri.it. Tutte queste operazioni sono gratuite e non richiedono un esborso di denaro.

In secondo luogo bisogna creare delle inserzioni pubblicitarie su Facebook. Le modalità di inserimento che quest'ultimo mette a disposizione permettono di specificare il target di riferimento e il tetto massimo di spesa. Considerato il grande successo di questo social network, queste inserzioni rappresentano una grande occasione di promozione per MercatinoLibri.it. Il loro costo complessivo è stimato intorno ai 1000€.



Promozione del servizio sul web attraverso altre metodologie

In primo luogo è necessario utilizzare il servizio Adwords di Google, su cui è possibile inserire degli annunci allo scopo di pubblicizzare MercatinoLibri.it. Il sistema permette di impostare un budget massimo da investire e consente di stabilire quale sia l'offerta per ogni clic effettuato dagli utenti sul proprio annuncio; inoltre aiuta a decidere quali siano le parole chiave più indicate per le quali il proprio annuncio debba essere pubblicato, valutando per ciascuna di esse il grado di concorrenza e di conseguenza l'importo migliore da pagare per ogni clic. Si stima un costo complessivo di 1000€.

In secondo luogo è necessario creare un canale ufficiale di MercatinoLibri.it su YouTube. Su tale canale bisogna in seguito caricare sia video promozionali, nei quali si spiegano i vantaggi offerti dal servizio e le modalità di accesso a quest'ultimo, sia video tutorial che illustrino le funzionalità di MercatinoLibri.it (così da facilitarne l'utilizzo anche a coloro che non hanno molta dimestichezza con il computer); tutti i video devono naturalmente essere condivisi sulle pagine ufficiali del servizio sui vari social network. La creazione del canale YouTube è gratuita e i video sono realizzabili con strumenti gratuitamente disponibili in rete.

Pianificazione della campagna di marketing

La pubblicizzazione del servizio offerto da MercatinoLibri.it ha una durata complessiva di 3 mesi e interessa principalmente i mesi di luglio, agosto e settembre, in quanto è durante questo periodo di tempo che gli studenti hanno accesso alle liste complete dei libri di testo adottati dalle loro classi per l'anno successivo e quindi si attivano per comprarli usati.

La promozione presso gli istituti scolastici è prioritaria e ha maggior efficacia nel mese di settembre (quando iniziano le lezioni), anche se necessita di una precedente fase di pianificazione, la quale richiede tempo e deve iniziare con un certo anticipo. Altrettanto importante è la promozione attraverso i banner pubblicitari sui siti e le inserzioni su Facebook e Google Adwords, nonché la presenza di una pagina ufficiale di MercatinoLibri.it sui social network più importanti e di un canale ufficiale su YouTube; per tutte queste operazioni, è consigliato muoversi già a luglio. La pubblicità sulle riviste a tiratura nazionale è invece rimandata a causa dell'elevato costo, che la rende maggiormente appetibile in una seconda fase, quando il servizio è a pieno regime e i flussi di cassa sono sufficienti a coprire una simile spesa.

Complessivamente, la campagna di marketing iniziale avrà un costo di 16.000€.



Prospetto riassuntivo business model

Di seguito riportiamo in forma compatta i costi e i guadagni dettagliati nel modello di business 2b.

Costi iniziali

- | | |
|--|-------------|
| • Realizzazione nuove funzionalità tecniche: | 12.000,00 € |
| • Consulenza legale: | 2.300,00 € |
| • Avvio campagna di marketing: | 5.000,00 € |

Costi fissi

- Mantenimento infrastruttura tecnica su piattaforma Amazon: 60,00 € al mese

Costi variabili

- Costi infrastruttura cloud Amazon:
 - fino a 10.000 visite al mese: nessuna spesa
 - fino a 100.000 visite al mese: 150,00 € al mese
 - fino a 300.000 visite al mese: 350,00 € al mese
 - fino a 600.000 visite al mese: 600,00 € al mese
- Marketing su un singolo capoluogo di provincia: 100€ (totale complessivo: 11.000€)

Guadagni

- **Tramite servizio AdSense di Google:** da un minimo di **5.900 €** a un massimo di **7.200 €** ogni 15.000 visite al mese
- **Tramite accordi privati con società interessate:** si prevede un guadagno di circa **10.900 €** ogni 15.000 visite al mese

Utenti previsti

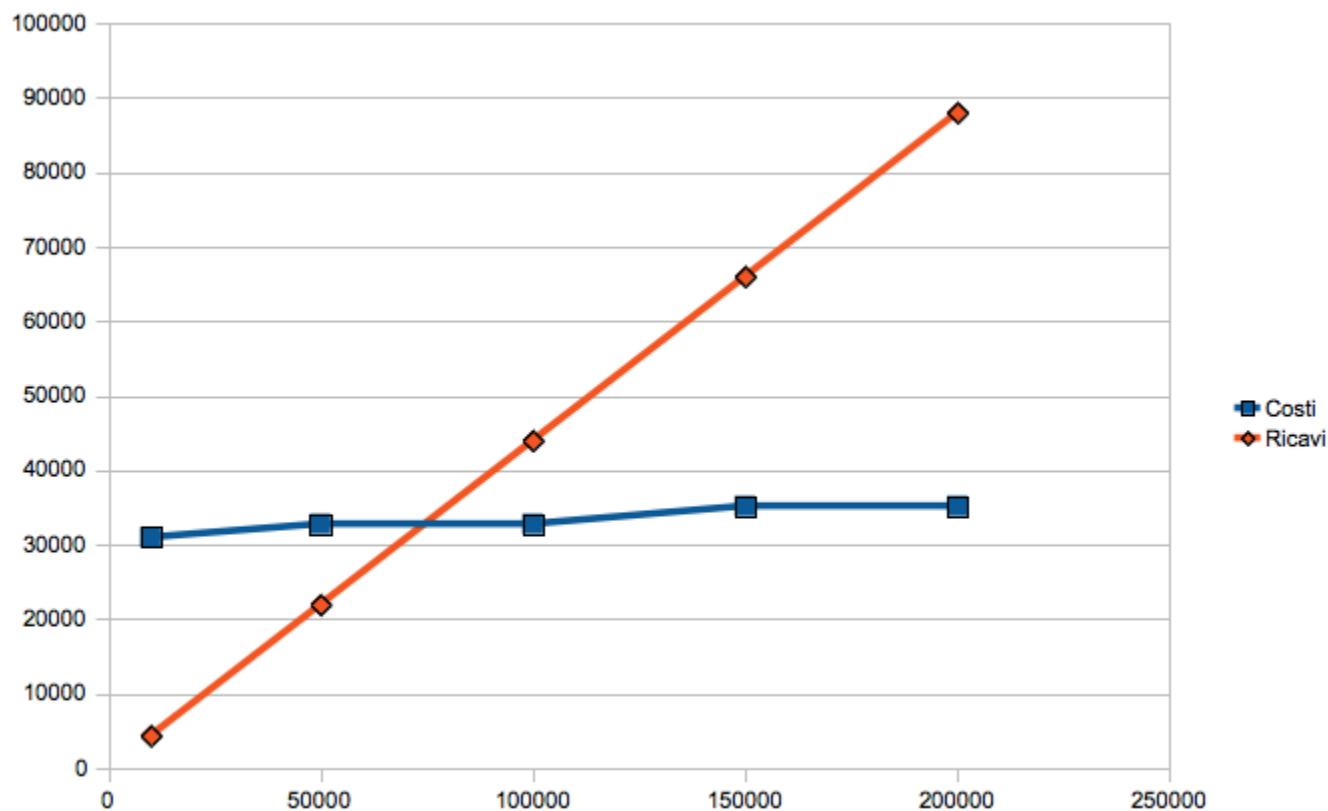
- Prevediamo un minimo di 30.000 utenti per capoluogo di provincia oggetto della campagna di marketing



Punto di pareggio

I seguenti grafici illustrano, tramite rette di diverso colore, il raggiungimento del punto di pareggio, cioè quel punto tramite il quale si individuano il numero di utenti necessari che il servizio deve possedere affinché i costi siano pari ai ricavi.

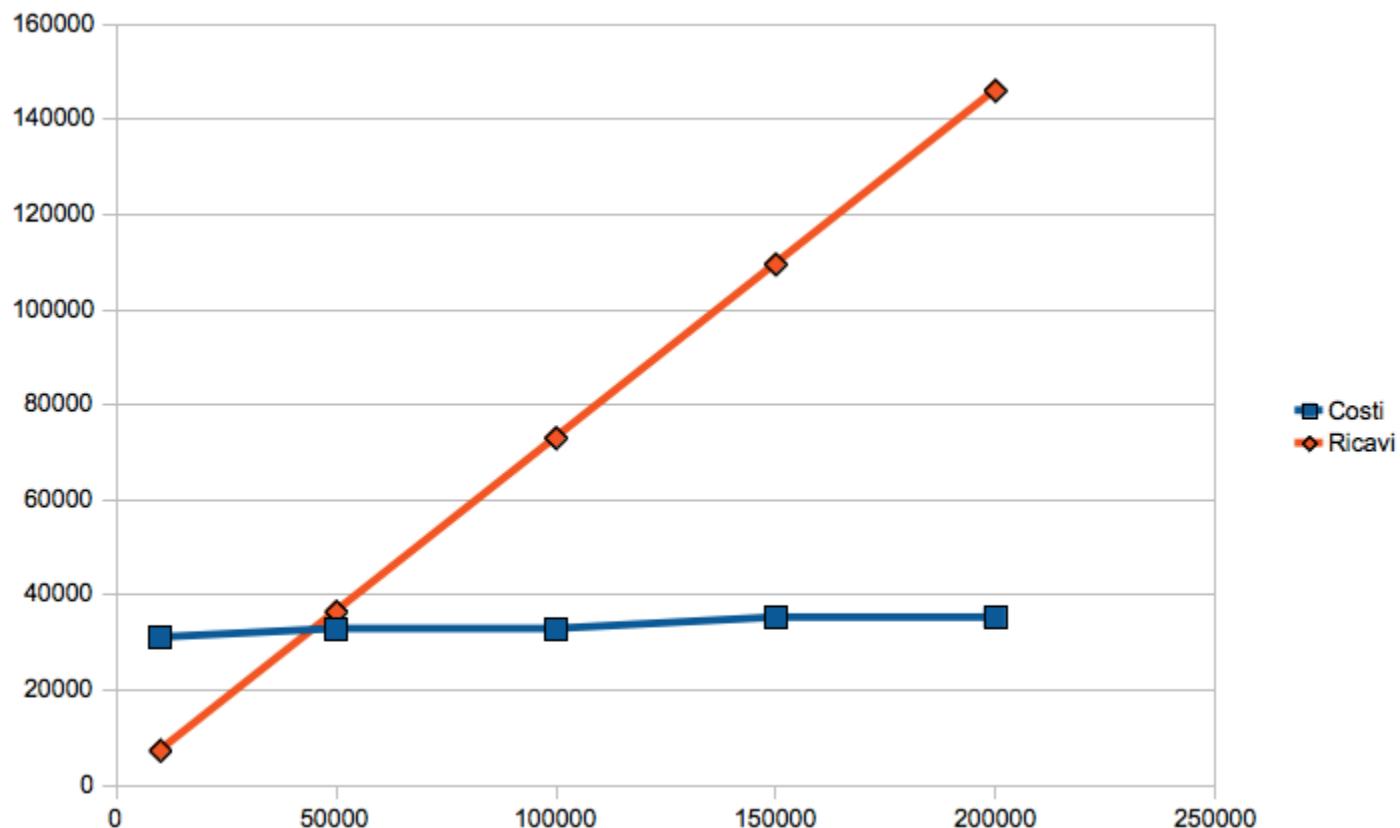
Punto di pareggio per AdSense di Google



Il grafico in questione mostra il raggiungimento del punto di pareggio adottando la vendita degli spazi pubblicitari tramite AdSense di Google. Il punto di pareggio si raggiunge con 70500 utenti.



Punto di pareggio tramite vendita spazi pubblicitari a privati



Il grafico in questione mostra il raggiungimento del punto di pareggio adottando la vendita degli spazi pubblicitari a privati interessati. Il punto di pareggio si raggiunge con 42500 utenti. Questo numero è inferiore rispetto agli utenti necessari per raggiungere il punto di pareggio tramite AdSense ma, di contro, è più difficile individuare inserzionisti interessati visto il mercato di nicchia a cui MercatinoLibri.it si rivolge.



Consuntivo e valutazione dei costi e tempi di progetto

Di seguito è riportato il sunto comprendente il quantitativo orario che ogni risorsa ha dedicato al progetto, l'indicazione del compenso orario ed un prospetto indicante i costi totali sostenuti per aree di progetto. Questi dati sono stati calcolati nella fase finale del progetto e rappresentano quanto al committente è costato il lavoro svolto dalle varie figure professionali coinvolte; devono essere confrontati con il preventivo realizzato nelle fasi preliminari per avere un migliore riscontro di cosa materialmente è stato necessario approfondire o tralasciare rispetto all'idea iniziale.

Corrispettivo orario delle singole figure professionali

Figura professionale	Corrispettivo orario
Capo progetto	€ 50,00
Esperto mercato	€ 30,00
Esperto marketing	€ 25,00
Tecnico informatico	€ 30,00

Il presente schema illustra i costo orario delle varie figure professionali coinvolte nel progetto.

Consuntivo costi per singole figure professionali

Figura professionale	Ore sostenute	Costo totale
Capo progetto	90 (-5)	€ 4.500,00 (-250,00 €)
Esperto mercato	120 (-10)	€ 3.600,00 (-300,00 €)
Esperto marketing	105 (+21)	€ 2.625,00 (+525,00 €)
Tecnico informatico	90 (+6)	€ 2.700,00 (+180,00 €)
TOTALE	405 (+12)	€ 13.425,00 (+155,00 €)

Il presente schema illustra le ore di lavoro che ogni figura professionale ha svolto all'interno del progetto ed i costi totali sostenuti per ognuna di esse. Se confrontato con il preventivo, possiamo notare come le ore totali sostenute siano maggiori rispetto alle ore che si era previsto di sostenere. Nel dettaglio, analizzando il quantitativo orario per ogni figura professionale, possiamo notare che:

- **Capo progetto:** il capo progetto ha sostenuto un numero di ore leggermente minore a quanto previsto in fase di pianificazione.
- **Esperto mercato:** le ore sostenute sono in questo caso leggermente minori di quelle previste inizialmente, questo è dovuto in parte ad una sovrastima iniziale e in parte alla collaborazione delle altre figure professionali all'analisi e alla stesura del modello di business.
- **Esperto marketing:** le ore sostenute dall'esperto marketing sono superiori a quelle preventive, ciò è stato dovuto alla non omogeneità delle diverse aree dove si è deciso di realizzare campagne di marketing.
- **Tecnico informatico:** la variazione oraria rispetto al preventivo non è poi così marcata ma anche in questo caso inferiore, questo perché le operazioni tecniche di conversione



del servizio alle nuove funzionalità introdotte sono state meno invasive e difficoltose di quanto inizialmente ipotizzato anche grazie alla già citata struttura scalabile di MercatinoLibri.it .

Consuntivo costi per aree di progetto

Area di progetto	Costi sostenuti
Fase preliminare di analisi e pianificazione	€ 2.990,00 (+40,00 €)
Indagine sugli utenti attuali di MercatinoLibri.it	€ 465,00 (-45,00 €)
Analisi di mercato	€ 890,00 (-10,00 €)
Analisi concorrenza	€ 1.410,00 (-40,00 €)
Ideazione ed analisi business model	€ 4.740,00 (+320,00 €)
Revisione finale	€ 2.930,00 (-110,00 €)
TOTALE	€ 13.425,00 (+155,00 €)

Il presente schema illustra i costi sostenuti per le diverse aree di progetto. Come possiamo vedere, vi è stato un leggero aumento dei costi relativi alla fase preliminare di analisi e pianificazione in quanto il mercato da analizzare, cioè il mercato dei libri usati, si è rivelato una realtà molto varia e sfaccettata. Un considerevole aumento nei costi è stato poi riscontrato nella fase di ideazione dei possibili business model adottabili e di analisi del business model scelto: quest'operazione è estremamente delicata per la riuscita del progetto e si è scelto di dedicarvi maggiore attenzione. Una considerevole diminuzione delle spese è infine stata riscontrata nella revisione finale: il buon lavoro svolto dal team ha portato ad una più veloce ed immediata revisione dell'intero progetto.