



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Comprensione

Contents

1	Introduzione	2
1.1	Composizione Team	2
2	Tematica	3
3	Competitor	4
4	Tecnologie	5

1 Introduzione

Il seguente documento si prefigge lo scopo di illustrare il progetto che i membri del M.P.E.G. hanno ideato per il corso di **Gestione delle Imprese Informatiche**.

In questo documento parleremo della fase di **Comprensione** delle tematiche che il team M.P.E.G. ha affrontato per scegliere il tema su cui si fonderà la propria ipotesi di start-up.

All'interno si potrà trovare:

- Brainstorming effettuato dal team su varie tematiche
- Analisi dei competitor riguardante la tematica scelta
- Analisi delle tecnologie e delle metodologie applicabili
- Studio del posizionamento dei vari competitor secondo determinati parametri
- Previsione del trend di crescita a breve e medio termine con conclusioni

1.1 Composizione Team

Nome	Matricola	email
<i>Agostinetti Mattia</i>	<i>xxxxxx</i>	<i>xxxxxx@yyyyyy.com</i>
<i>Maggiolo Giorgio</i>	<i>610338</i>	<i>maggiolo.giorgio@gmail.com</i>
<i>Zerbato Elena</i>	<i>xxxxxx</i>	<i>xxxxxx@yyyyyy.com</i>
<i>Zohouri Pardis H</i>	<i>xxxxxx</i>	<i>xxxxxx@yyyyyy.com</i>

2 Tematica

Il primo passo è la scelta del tema su cui si vuole lavorare.

Inizialmente il gruppo ha svolto un'esplorazione fra i suoi membri cercando di identificare quali potessero essere le tematiche che potessero essere d'interesse. Segue il risultato di questa esplorazione, elencando sia i temi che sono emersi, sia una loro breve descrizione:

1. **Domotica/Gamification, Risparmio Energetico, B2C**
Sistema per il miglioramento delle abitudini energetiche delle persone applicando le dinamiche di Gamification
2. **Mobile/Social/Disintermediazione/Geolocalizzazione, Alimentazione/Ambiente e green, C2C**
Sistema per la vendita di generi alimentari ortofrutticoli prodotti in proprio da coltivatori casuali
3. **Gamification/E-learning, Sicurezza, Per Aziende**
Un progetto che aiuti le aziende a far apprendere la sicurezza sul lavoro attraverso le leve comportamentali della Gamification
4. **Gamification/Social, Istruzione/Cultura, Per Bambini**
Un progetto per aiutare i bambini a conoscere e accettare le differenze culturali tra le diverse comunità giocando
5. **Mobile/M-Commerce/Cloud Computing/Emotion 2.0, Intrattenimento, B2C**
Realizzazione di una piattaforma per la stampa e la consegna a domicilio di foto on-demand, con possibilità di memorizzazione di queste all'interno dei server dell'azienda
6. **Geolocalizzazione, Sicurezza, Per Anziani/Per Portatori di Handicap**
Metodo per geolocalizzare individui con problemi fisici e/o psicologici, improntato alla sicurezza
7. **Mobile/Realtà Aumentata, Intrattenimento, B2C**
Sistema di calcolo e visualizzazione punteggi per giocatori, interfacciando pallina e mazza con un software che permetterà di calcolare automaticamente i punteggi di una partita.
8. **Internet delle cose/Mobile/Gamification, Ambiente e green/Riciclaggio, B2C/B2B**
Sistema per sensibilizzare le persone sull'importanza del riciclaggio attraverso dinamiche di Gamification

9. Gamification, Salute, B2C

Sistema che, utilizzando la Gamification, incentivi i fumatori a smettere

10. Prenotazioni/Mobile, Risparmio/Facilitazione, B2B/B2G

Sistema di automatizzazione delle code d'attesa degli sportelli

A seguito di un'analisi di ogni singola tematica, però, alla fine l'unica "sopravvissuta" è stata la prima, ovvero:

Domotica/Gamification, Risparmio Energetico, B2C

Sistema per il miglioramento delle abitudini energetiche delle persone applicando le dinamiche di Gamification

3 Competitor

Vediamo ora un'analisi dei possibili competitor della nostra tematica.

!ATTENZIONE! Alcuni dei competitor che abbiamo elencato sono progetti che sono già stati terminati. Abbiamo deciso di includerli comunque nell'analisi dei competitor in quanto pensiamo che dalla loro esperienza si possa trarre degli insegnamenti

Competitor	
Nome Progetto:	Google PowerMeter
Anno Pubblicazione:	05/10/2009
Anno Chiusura:	16/09/2011
Motivazioni:	<ul style="list-style-type: none"> Il progetto non ha trovato la penetrazione nella clientela auspicata Quello che Google non è riuscito a fare è organizzare informazioni "offline" portandole "online"
Nome Competitor:	Google.org
Dimensione Competitor:	Enorme
Struttura Aziendale/Societaria:	Organizzazione no-profit
Descrizione Progetto:	<p>Strumento gratuito per monitorare l'energia, per sensibilizzare le persone sull'utilizzo e lo spreco dell'energia. I suoi servizi chiave sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> Possibilità di condividere informazioni con altri Consigli personalizzati per risparmiare energia
Value Proposition:	Free, supporto, brand, Accessibilità (da qualsiasi pc)

Customer Segments:	Mercati di massa (americano e inglese)
Punti di forza:	Partnership (<i>The Energy Detective</i> [TED 5000] e <i>AlertMe</i>)
Punti di debolezza:	Non ha raggiunto gli obiettivi prefissati
Canali Utilizzati:	Internet
Note:	<ul style="list-style-type: none"> • Gli studi hanno rivelato che il solo accesso ad tali informazioni aiutano i consumatori a ridurre il loro uso di energia di circa il 15 % • Gli stati come la California e il Texas si stanno muovendo per finalizzare politiche e programmi in questo ambito • La Casa Bianca ha annunciato l'obiettivo di permettere a tutti i consumatori l'accesso al loro consumo energetico in formati usabili dai computer come parti del piano di rinnovamento della griglia elettrica
Revenue Streams:	No-Profit

4 Tecnologie

Tecnologia	
Nome Tecnologia:	!!NOMETECNOLOGIA!!
Anno Realizzazione:	!!ANNOREALIZZAZIONE!!
Nome Produttore:	!!NOMEPRODUTTORE!!
Dimensione Produttore:	!!DIMENSIONEPRODUTTORE!!
Descrizione Tecnologia:	!!DESCRIZIONETECNOLOGIA!!
Utilità per il progetto:	!!UTILITA'PERILPROGETTO!!
Reperibilità sul mercato:	!!REPERIBILITA'!!
Prezzo:	!!PREZZO!!
Note:	!!NOTE!!