



Laurea Magistrale in informatica - Università di Salerno
Corso di Gestione dei Progetti Software - Prof.ssa F. Ferrucci

Business Case

Progetto

Book Club

Riferimento	2021_BC_C5_BookClub
Versione	1.0
Data	18/10/2021
Destinatario	EINAUDI
Presentato da	Loria Umberto, Pecoraro Vincenzo
Approvato da	



1.Introduzione

Einaudi è una tra le case editrici italiane più grandi. Vanta un ampissimo catalogo letterario, sia di narrativa che di saggistica. Dato il calo delle vendite dovuto alla sempre maggiore perdita di lettori, i dirigenti della casa editrice credono si debba investire nel creare degli strumenti tecnologici per il lettore in modo da farlo avvicinare alla lettura collettiva, aumentando così la diffusione dei titoli editi da Einaudi. Lo strumento in questione è una applicazione per organizzare book clubs.

2. Informazioni sul budget

Gli obiettivi di business di Einaudi sono di aumentare la diffusione dei titoli nel proprio catalogo e incrementare le vendite. L'applicazione in oggetto permette ai lettori di organizzare gruppi di lettura, selezionare libri (prevalentemente dal catalogo di Einaudi) e stabilire obiettivi di lettura e occasioni di incontro in cui discutere dei titoli scelti.

3. Situazione attuale, problema e opportunità

Einaudi attualmente utilizza tutta una serie di strategie di marketing per vendere i propri libri. Una di queste è il Social Media Marketing, che prevede di pubblicare citazioni letterarie sui profili social "Einaudi editore", offre visibilità agli autori dei nuovi libri in catalogo, e ripubblica i contenuti dei propri fan sulle pagine.

Questa applicazione offre due importanti vantaggi. In primis, favorisce la risoluzione del problema di scarsa diffusione dei titoli. Questa è causata da un problema che sta alla base della vendita di questo tipo di prodotto, a monte delle statistiche sugli andamenti di lettura degli italiani. Esso è che l'acquisto di libri da parte dei consumatori non causa sempre una naturale diffusione di questi. Ossia servono delle strategie a supporto della diffusione dei libri, perché il tipo di prodotto stesso non prevede una facile diffusione.

Oltretutto, l'applicazione proposta costituisce anche un prezioso strumento di tracciamento centralizzato dell'attività di lettura dei propri clienti, strumento che fornisce informazioni indispensabili a modelli predittivi di comportamento consumatori rispetto a titoli in catalogo.



4. Presupposti critici e vincoli

L'applicazione dovrà essere facile da usare, dovrà presentare i minimi punti di frizione tra l'utente e le fasi successive della sua navigazione, dovrà comunicare in modo chiaro quali funzionalità offre e come l'utente potrà utilizzarla al meglio per connettersi con i propri amici di lettura. L'applicazione sarà utilizzabile sui dispositivi mobile Apple di ultima generazione e sui dispositivi mobile con sistema operativo Android (versioni più recenti).

5. Analisi di opzioni e suggerimenti

Le opzioni disponibili sono:

- sviluppare questa applicazione sostenendone i costi iniziali di sviluppo, pubblicazione e strategie di diffusione, per poi giovare della diffusione che porterà e utilizzare i dati raccolti per eseguire modelli predittivi del comportamento dei clienti;
- non sviluppare questo prodotto ed eventualmente trovare altre (o simili) strategie per migliorare la diffusione dei titoli nel catalogo, probabilmente usando strumenti offerti dalle maggiori piattaforme social.

6. Requisiti di progetto preliminari

I requisiti fondamentali dell'applicazione da sviluppare sono:

- possibilità di invitare utenti per formare un book club;
- selezionare libri da proporre ai partecipanti;
- stabilire gli incontri in base agli obiettivi di lettura.
-

7. Stima di budget e analisi finanziaria

Una prima stima di progetto prevede un costo iniziale di 10200€ per il primo anno, insieme a una manutenzione triennale dal costo di 7200€ per il secondo anno, 5800€ per il terzo anno e 6400€ per il quarto anno. Il personale sarà pagato 20€ l'ora e i costi di hosting ammontano a 200€ per il primo anno, 1200€ per il secondo anno, 1800€ per il terzo anno, 2400€ per il quarto anno. I benefit annuali del primo anno sono nulli, mentre sono 5400€ per il secondo anno, 90000€ per il terzo anno e 126000€ per il quarto anno. Questo perché si è stimato che ogni book club comporti l'acquisto di un libro (dal costo medio di 15€) al mese, e il numero di book club è stimato 300 nel secondo anno, 500 nel terzo anno e 700 nel quarto anno. Con un discount rate stimato del 7%, il NPV finale è 204650€, e il ROI è pari a 753%.



8. Stima dei tempi

L'applicazione sarà pronta entro gennaio 2022.

9. Rischi potenziali

I rischi sono prevalentemente:

- difficoltà nell'ottenere solo titoli di Einaudi: è necessario una ricerca di Open Data;
- complicazioni sul testing end-to-end automatizzato considerando la natura mobile della parte di presentazione dell'applicazione;
- la scelta tecnologica potrebbe richiedere una buona formazione iniziale.

10. Analisi finanziaria

Financial Analysis for Book Club					
Created by: Umberto Loria e Vincenzo Pecoraro		Date:	19/10/2021		
Discount rate	7,00%				
Assume the project is completed in Year 0			Year		
	0	1	2	3	Total
Costs	10.200	7.200	5.800	6.400	29.600
Discount factor	1,00	0,93	0,87	0,82	
Discounted costs	10.200	6.696	5.046	5.248	27.190
Benefits	0	54.000	90.000	126.000	270.000
Discount factor	1,00	0,93	0,87	0,82	
Discounted benefits	0	50.220	78.300	103.320	231.840
Discounted benefits - costs	(10.200)	43.524	73.254	98.072	204.650 ← NPV
Cumulative benefits - costs	(10.200)	33.324	106.578	204.650	
ROI →	753% ↑ Payback in Year 1				
Assumptions					
Costs of year 0: 20€/h * 50h * 10 people + 50€ * 4 months					
Costs of year 1: 20€/h * 30h * 10 people + 100€ * 12 months					
Costs of year 2: 20€/h * 20h * 10 people + 150€ * 12 months					
Costs of year 3: 20€/h * 20h * 10 people + 200€ * 12 months					
Benetifs of year 0: 0€					
Benetifs of year 1: 300book * 15€/book * 12 months					
Benetifs of year 2: 500book * 15€/book * 12 months					
Benetifs of year 3: 700book * 15€/book * 12 months					