

ECOSHARE: THE GREENEST MILE

SARA FILIP¹

CONTENTS

1	Introduzione	2
2	Il servizio	2
2.1	Parti coinvolte	2
2.2	Ipotesi di valore	2
2.3	Assunzioni	2
2.4	Caratteristiche del servizio	3
3	Business Model Canvas	3
4	MVP	3
4.1	Sviluppo del MVP	3
5	Motore di crescita	5
6	Sviluppi futuri	6
7	Bibliografia e Sitografia	6

¹ Università degli Studi di Milano-Bicocca, L.M. Data Science, A.A 2020/2021

1 INTRODUZIONE

Il progetto consiste nella creazione di EcoShare, un'applicazione di aggregazione di tutti i servizi di *mobility sharing* della città di Milano.

L'idea consiste nella creazione di uno *smart service* che coinvolge aziende, utenti e amministrazione comunale: un self-service in cui il fornitore del servizio ha un ruolo passivo, grazie all'automazione dei processi, e l'utente invece ha un ruolo attivo. Si tratta dunque di un tipologia di servitizzazione orientata all'uso, che consente agli utenti di utilizzare il prodotto solo quando è necessario.

2 IL SERVIZIO

2.1 Parti coinvolte

L'amministrazione comunale locale

L'applicazione è pensata per essere venduta o data in concessione, dietro pagamento di un canone annuale, al Comune di Milano. Il Comune diventa il gestore dell'applicazione e riceve annualmente dei bonus dalle aziende che aderiscono all'applicazione; i bonus consistono in minuti gratuiti di utilizzo dei servizi di sharing. Il comune sfrutta i bonus versati dalle aziende per regalare agli utenti minuti di utilizzo gratuito sui servizi di sharing ecologici nelle zone cittadine più inquinate, a tutela dell'ambiente e della salute dei cittadini. L'individuazione delle aree maggiormente inquinate avviene grazie ad un sistema automatico che giornalmente elabora gli open data comunali. È importante evidenziare che i minuti gratuiti di utilizzo vengono applicati non sul primo spostamento della giornata con un mezzo green, ma sul secondo, che può avvenire nello stesso giorno o nei giorni successivi: in tal modo gli utenti sono incentivati a riutilizzare il servizio green.

Le organizzazioni

Le organizzazioni erogatrici dei servizi di sharing danno il consenso per apparire nell'applicazione; esse traggono vantaggio dalla partecipazione alla nuova applicazione perché si rendono maggiormente visibili sul mercato. Il prezzo che pagano per ottenere una maggior visibilità consiste nell'emissione dei bonus al Comune di Milano.

2.2 Ipotesi di valore

Il servizio digitale offre valore alle diverse parti coinvolte:

- l'amministrazione comunale locale migliora il controllo dell'inquinamento ambientale, tutelando l'ambiente e la salute dei cittadini;
- le organizzazioni si rendono più visibili sul mercato;
- gli utenti ottengono a proprio vantaggio la comodità di avere tutti i servizi di sharing in un'unica applicazione e possono godere dei minuti gratuiti di spostamento.

2.3 Assunzioni

Ci sono tre assunzioni da validare:

1. l'amministrazione comunale locale è interessata all'acquisto o al pagamento di un canone annuale per l'utilizzo dell'applicazione;
2. le organizzazioni che offrono servizi di sharing sono interessate ad aderire all'applicazione per avere maggiore visibilità;

3. gli utenti sono interessati ad usare l'applicazione una volta venuti a conoscenza della sua esistenza e dei vantaggi che offre.

E' importante validare il prima possibile queste assunzioni.

2.4 Caratteristiche del servizio

Le principali caratteristiche dell'applicazione:

- ripetibile: può essere applicata in diverse città e in momenti temporali diversi
- scalabile: i ricavi superano i costi sostenuti
- sostenibile: la generazione di profitto permette di sostenere l'attività anche nel lungo periodo
- attuabile: è sviluppabile e implementabile attraverso le attuali IT
- innovativo: offre un servizio non ancora presente nella città di Milano
- esclusivo: è l'unica applicazione di unificazione dei servizi di sharing a Milano

3 BUSINESS MODEL CANVAS

Per definire la logica con cui l'applicazione viene sviluppata è stato creato il business model canvas ¹, uno strumento facilmente fruibile. Essendo un documento dinamico, può essere modificato nel tempo, nel caso in cui siano necessarie azioni correttive.

Link al business model canvas: <https://canvanizer.com/canvas/rySkAv0A64lcr>

4 MVP

Per validare le assunzioni si crea un *Minimum Viable Product*, ovvero la versione iniziale dell'applicazione. Una volta definite le assunzioni da verificare, è opportuno definire le misure che permettono di acquisire conoscenza e identificare qual è il miglior MVP da sviluppare per raccogliere i dati e acquisire conoscenza.

Per acquisire e validare conoscenza viene usata la metodologia Build-Measure-Learn-Feed-back Loop (Figura 1), che consiste nel concretizzare l'idea in un prototipo, osservare l'interazione del prototipo con il cliente, misurare alcune variabili ed acquisire conoscenza dalle variabili.

4.1 Sviluppo del MVP

Per sviluppare il MVP ho preso ispirazione dal fondatore di Dropbox ², diventato celebre per aver creato un video in cui spiegava le funzionalità della tecnologia di file sharing che voleva produrre; la particolarità era che si trattava di un video finto, privo di automazione, creato molto prima del termine dell'implementazione del prodotto. Ho scelto di realizzare un video in cui viene mostrata l'applicazione minimamente funzionante. Il video è pensato per essere pubblicato su una pagina web.

Nel video si mostra che l'utente, dopo aver effettuato la registrazione o il log-in in EcoShare, può scegliere una delle tre diverse modalità per spostarsi:

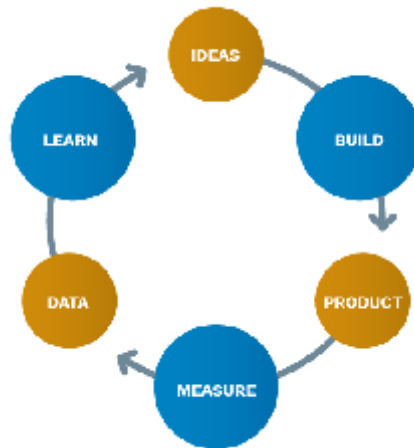


Figure 1: Build-Measure-Learn-Feed-back Loop ³

1. l'utente decide con quale mezzo spostarsi;
2. l'utente visiona tutti i possibili metodi di spostamento presenti nell'area in cui si trova e sceglie il mezzo preferito per spostarsi;
3. l'utente organizza uno spostamento da un punto di partenza ad un punto di arrivo, selezionando uno dei tre possibili filtri di ricerca: "percorso verde", "percorso economico", "percorso veloce"; questa modalità restituisce il percorso da fare per raggiungere la destinazione indicata e può organizzare uno spostamento che prevede il noleggio di diversi mezzi.

Per poter noleggiare i mezzi di spostamento l'utente deve possedere un profilo per ogni organizzazione coinvolta nello spostamento. Accanto alla "Home" è presente la sezione "Impostazioni", con cui l'utente ha la possibilità di:

- controllare il suo profilo (informazioni personali, spostamenti effettuati, parametri di utilizzo);
- ricevere assistenza (attraverso chatbot ed e-mail);
- verificare la presenza di eventuali bonus (minuti gratuiti) ed utilizzarli;

L'intento del video è presentare le funzionalità dell'applicazione alle parti coinvolte e agli utenti e mostrare loro un'esperienza simile a quella che avrebbero con il prodotto finale. All'inizio del video viene lasciato un indirizzo web: le persone possono accedervi e, in caso d'interesse, lasciare la loro e-mail ed eventualmente scrivere un messaggio.

La misura monitorata è il numero di persone che lasciano la loro e-mail; tale valore serve a valutare se le persone sono interessate all'applicazione e, nel caso risultasse sufficientemente elevato, sarebbe possibile presentare il progetto agli investitori.

Link al MVP ⁴:

<https://x.thunkable.com/web-build/index.html?projectId=6026f162a331a749790562be&noframe=1&responsive=1&screenId=86a78e1b-5cd7-4e79-8108-6fb5c6486805>

Link per iscriversi alla lista degli interessati ⁵:

<https://betaup.jimdosite.com/>



Figure 2: esempio del MVP

Figure 3: sito web per l'iscrizione alla lista

5 MOTORE DI CRESCITA

Il motore di crescita è una delle più importanti e rischiose assunzioni che dev'essere validata per l'avvio di una nuova attività; l'obiettivo è capire come acquisire nuovi clienti.

In questo caso si è scelto di focalizzarsi sull'utilizzo di un singolo motore per volta, per evitare conseguenze di trade-off tra diversi motori. Il primo motore scelto è quello della crescita pagata (*Paid Growth Engine*), che si basa su attività di marketing a pagamento per l'acquisizione di nuovi clienti. Il motore dev'essere monitorato costantemente, attraverso delle misure, per valutare se il meccanismo della crescita pagata funziona bene e se è sostenibile nel tempo. La metrica scelta è il numero di persone che si registrano all'applicazione ed effettuano almeno uno spostamento.

Dopo una prima fase, l'idea è di abbandonare il motore della crescita pagata e adottare il motore virale (*Viral Engine*). L'utilizzo di questo motore prevede che ogni utente possa diventare un evangelista intenzionale; per ogni nuovo cliente invitato,

all'evangelista intenzionale vengono offerti minuti gratuiti per l'utilizzo dei mezzi. Per capire la sostenibilità di questo motore è importante osservare il coefficiente virale, dato dal numero di inviti che ogni utente fa, moltiplicato per la percentuale di persone invitate che organizzano uno spostamento tramite EcoShare. Bisogna tuttavia tenere in conto che i clienti possono arrivare ad utilizzare l'applicazione anche tramite meccanismi diversi dall'invito, quindi per evitare di ottenere una metrica distorta, si utilizza un referral-reward-program.

6 SVILUPPI FUTURI

L'applicazione proposta può essere replicata in futuro in altre *smart cities* italiane ed europee. Il modello generale infatti non è legato ad uno specifico territorio, ma può essere implementato in altri luoghi attraverso un accordo tra le parti coinvolte, ovvero tra amministrazioni locali e organizzazioni che offrono servizi di sharing. In particolare sarebbe opportuno adottare il modello nelle città con un elevato grado di inquinamento, poichè rappresenterebbe un incentivo ad utilizzare la mobilità verde, e nelle città turistiche, per facilitare gli spostamenti dei turisti.

7 BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

1. www.canvanizer.com
2. Ries, Eric. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business, 2011
3. Ciaglia, Massimo. *Come creare una startup di successo?* Ebook: www.grownnectia.com
4. www.thunkable.com
5. www.jimdo.com