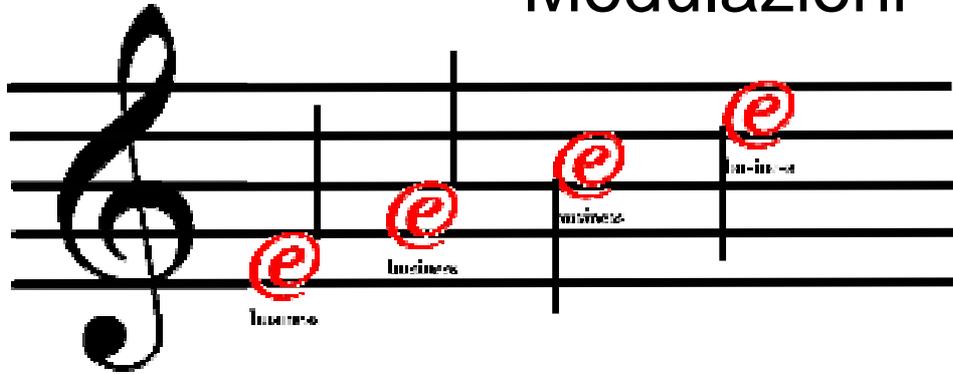


# “Modulazioni”



## Lezione n. 2

## Classificazione dell'e-business secondo la prospettiva relazionale degli attori

---

- B2B-** Business to business
- B2C-** Business to consumer
- B2E-** Business to employees
- B2G-** Business to government
- C2B-** Consumer to Business
- C2C-** Consumer to Consumer
- G2C** (Government to Citizen)



---

2

### B2B - Business to business

Termini utilizzati per indicare l'interazione commerciale ed economica tra aziende ed aziende. L'applicazione più avanzata implica la gestione elettronica di tutte le principali attività aziendali che coinvolgono, oltre alle varie aree organizzative interne, anche partner, fornitori e clienti.

### B2C - Business to consumer

Indica le interazioni commerciali ed economiche tra imprese e consumatori finali (per esempio per la vendita on line di prodotti e servizi).

### B2E - Business to employees

Questa espressione designa un settore particolare delle attività commerciali di un'azienda, ossia quelle rivolte alla fornitura di servizi o prodotti a valore aggiunto ai propri dipendenti.

### B2G - Business to government

Attività che prevede la fornitura di beni o servizi da parte delle aziende alle istituzioni governative.

### C2B - Consumer to Business

Attività che consente agli utenti consumer di ricercare il fornitore migliore in relazione alle proprie necessità e ottenere condizioni di acquisto più favorevoli da parte di un'azienda.

### C2C - Consumer to Consumer

Attività che prevede lo scambio di prodotti o servizi tra utenti consumer. Classico esempio dell'applicazione di questo concetto nel mondo Internet sono i siti di aste online.

### G2C (Government to Citizen)

Attività di erogazione di servizi ai cittadini da parte di enti governativi e pubblici in generale.

**B2B- Business to business**

Termini utilizzati per indicare l'interazione commerciale ed economica tra aziende ed aziende. L'applicazione più avanzata implica la gestione elettronica di tutte le principali attività aziendali che coinvolgono, oltre alle varie aree organizzative interne, anche partner, fornitori e clienti.

**B2C- Business to consumer**

Indica le interazioni commerciali ed economiche tra imprese e consumatori finali (per esempio per la vendita on line di prodotti e servizi).

**B2E- Business to employees**

Questa espressione designa un settore particolare delle attività commerciali di un'azienda, ossia quelle rivolte alla fornitura di servizi o prodotti a valore aggiunto ai propri dipendenti.

**B2G- Business to government**

Attività che prevede la fornitura di beni o servizi da parte delle aziende alle istituzioni governative.

**C2B - Consumer to Business**

Attività che consente agli utenti consumer di ricercare il fornitore migliore in relazione alle proprie necessità e ottenere condizioni di acquisto più favorevoli da parte di un'azienda.

**C2C - Consumer to Consumer**

Attività che prevede lo scambio di prodotti o servizi tra utenti consumer. Classico esempio dell'applicazione di questo concetto nel mondo Internet sono i siti di aste online.

**G2C (Government to Citizen)**

Attività di erogazione di servizi ai cittadini da parte di enti governativi e pubblici in generale.

## P2P (Person 2 Person)

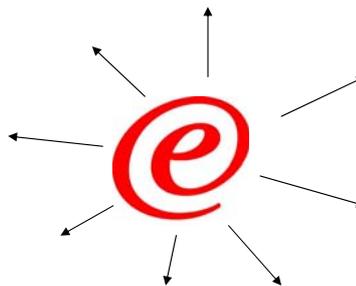
---

*Letteralmente:* Da pari a pari

1) In generale, il peer to peer (P2P) è un modello di comunicazione nel quale ciascuna delle parti ha le stesse funzionalità e ognuna delle parti può iniziare la sessione di comunicazione, in contrasto con altri modelli come il [server/client](#) o il master/slave. In alcuni casi, la comunicazione P2P viene implementata dando ad ognuno dei [nodi](#) di comunicazione le funzionalità di server e client. Nel linguaggio corrente il termine Peer to Peer viene usato per descrivere le applicazioni con le quali gli utenti possono, attraverso Internet, scambiarsi direttamente files con altri utenti.

2) In particolare, per quanto riguarda Internet, P2P è un tipo di [network](#) transiente che permette ad un gruppo di persone con lo stesso programma, di connettersi e accedere direttamente alle risorse condivise. Napster, Gnutella, Kazaa e altri sono esempi di tali software.

## Le “modulazioni” dell’e-business



7

Man mano che l'e-commerce evolve con rapidità ed estensione, si capisce che tale forma di sviluppo commerciale non è così semplice, come si è voluto far intendere, ritenendo che la barriera di ingresso al mercato elettronico fosse a portata di un click in internet. Infatti l'elemento che fondamentalmente distingue questa forma di commercio proprio della "net economy", non consiste nell'aggiungere una semplice "e" al commercio tradizionale, proprio in quanto il commercio elettronico è un fenomeno assai complesso, che si può sviluppare solo quando si opera su dimensioni di estensione commerciale tali da raggiungere elevate economie di scala. Inoltre il "e-commerce" modifica la intermediazione classica del mercato locale, per prosperare nel mercato globale e ciò comporta anche un nuovo atteggiamento, nella formazione di manager, ben diverso dagli schemi classici della educazione accademica, dando spazio a strategie di filiera educativa di knowledge team-management, basate sulla formazione a distanza del "e.learning".

Il mutamento di dimensionalità del mercato da locale a globale, richiede evidenti e tangibili differenze nella capacità manageriale, che in prima istanza, coglie attualmente impreparata al cambiamento, ogni tipologia di intermediazione del mercato. Infatti nel "e. commerce" si attua un superamento della tradizionale catena lineare di produzione del valore, che va dalla produzione, alla al marketing, alla vendita alla distribuzione ed al consumo, nella quale ciascun anello della catena gioca tradizionalmente su un sistema atto a relativizzare i propri vantaggi.

L' e-commerce si sviluppa invece nella dimensione multi-direzionale di una risorsa diffusa della rete, in cui la costruzione del valore, propria della "net-economy" ( Networked Digital Economy), assume anch' essa la fisionomia di una ragnatela di nodi interaziendali attuati tramite connessione interattiva e fondati su l' attuazione di accordi partnership detti di Business to Business (BtB), tra imprese produttive e tra queste e sistemi coordinati di acquisto delle merci, entrambi finalizzati a giungere ad attuare il Business to Consumer (BtC), cioè una attività' del tutto innovativa, che consiste nel relazionarsi con i clienti tramite l'attuazione di un feedback reversibile tra le informazioni che segnala il fornitore e la domanda dei compratori. Questa nuova modalità di relazionarsi nel "e. market" nella produzione e nel commercio per tramite il coordinamento di network inter-aziendali di BtB, finalizzata a sviluppare con i clienti una comunità interattiva di "e.commerce", determina un nuovo modo di intendere il processo produttivo e di vendita, considerati prima dell'avvento delle Information Communication Technology (ICT), come attività sostanzialmente separate.

Pertanto il superamento della linearità di costruzione del valore, in una rete internodale di networks di partenariato di impresa, finalizzato alla estensione dei mercati, viene attuato nella ricerca di realizzare economie di scala capaci di aumentare il valore aggiunto necessario al decollo della Net-economy; il successo di tale attività innovativa del "e.commerce", ha il suo fulcro in una nuova capacità di intermediazione manageriale. Tali nuove professionalità possono essere rispettivamente denominate, (in assonanza con le attività di BtB e BtC del commercio elettronico), come "e.B.R.M." (Business Relationship Management) ed "e.C.R.M." ( Consumer Relationship Management); esse rappresentano capacità manageriali innovative coordinate entro "Team- Management Organizations", e si conseguono tramite una formazione di simulazione di impresa, proprio così come viene sperimentato nel Progetto TASTI e.Commerce, in un ambiente di tele-lavoro (e.work), nel quale viene simulata l'attività di ricerca e sviluppo sulle applicazioni di "e .commerce", realizzata entro una Agenzia virtuale denominata Telematics Agency for Scientific & Technological Information.

Il valore aggiunto derivante dall' ampliamento delle economie di scala, genera pertanto i vantaggi necessari al decollo della nuova economia, i quali si ottengono, in primo luogo attuando sistemi di approvvigionamento (e-procurement supply chain), tramite la aggregazione in termini di BtB di gruppi di acquisto tra aziende che hanno complementarità, sotto ogni profilo di filiera del mercato, che risieda sul lato degli acquisti (Buy-Side). Il comprare a grande dimensione di scala è in vero un fatto importante del "e.business", in quanto da solo l' e.procurement può coprire l' aumento dei costi dovuto alla messa in opera ed al continuo aggiornamento di strutture di rete specializzate, come i "portali generalisti" o i portali specialistici di filiera denominati "Vortali", ovvero le spese telefoniche e di realizzazione dei nuovi portali ("Wortal") detti così, in quanto correlati ad attività BtC tramite palmari e cellulari WAP.

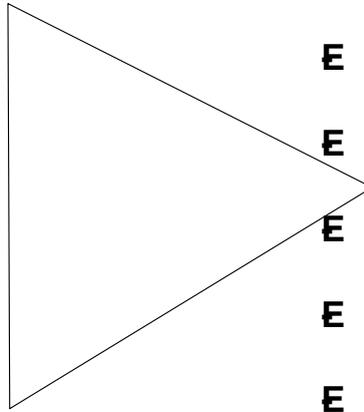
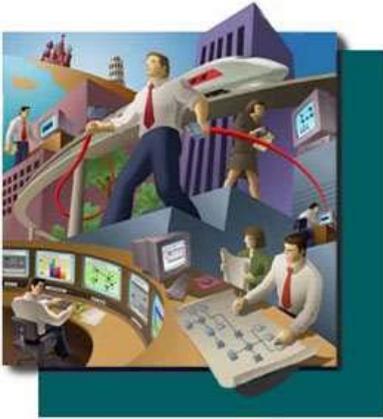
Un altro vantaggio dell' e.commerce, più proprio del settore della vendita (Sell-Side), che determina un notevole valore aggiunto nell'economie di scala, è derivato dalla vendita on line di aste di stocks di merci ("auctions" e "reverse-auctions") o di servizi (di marketing, di viaggi ecc...) del tipo "Last Minute Selling Procedure". Tali sistemi e tecniche di compra vendita online, del tutto innovativi, permettono di acquisire forti vantaggi, permessi dalla nuova intermediazione di mercato, e sono il frutto di nuove professionalità di team -infobrokers, cioè di agenti di informazione professionalmente formati per le attività del tipo "e.B.R.M." ed "e.C.R.M.". Tali nuovi intermediari del mercato online, agiscono pertanto nel cortocircuitare in rete gli anelli intermedi della vecchia catena lineare del valore, la dove la nuova estensione di mercato on line e il fattore residuale di tempo, dovuto all'accorciamento del time to market (quick-time e.business), permettono di estrarre valore aggiunto tra fornitori e venditori, sia in una ottica del "buy side" che verso i consumatori in una ottica del "sell-side".

Certamente il fulcro di tali attività, che permettono lo sviluppo più completo dell' e.commerce, si basa sulle capacità di management innovativo, adeguate a rendere dinamicamente efficaci (just in time) le fasi delle "trattative contrattuali" tra imprenditori, nonché le fasi commerciali "transattive", (che vanno dalla richiesta dell'ordine alla fatturazione, passando per la logistica dei trasporti ed dei pagamenti online), rendendo reciprocamente trasparenti, con l'attuazione delle varie tipologie di portali, i sistemi informativi che entrano nel processo di produzione delle "extended enterprises" correlate in termini di networking di impresa. Essendo convinti pertanto che la "net-economy", esposta come è alla forte concorrenzialità del mercato globale, oggi non abbia soprattutto bisogno per poter decollare, di superare la carenza di una nuova formazione manageriale ( Skill Management Shortage), sarà cura del nuovo progetto ad elevata qualificazione professionale, (denominato TASTI LAW-FINANCE, progettato e promosso dal LRE/EGO-CreaNET e dal PIN della Università di Firenze), dare particolare attenzione alla formazione di teams di laureati di varie discipline (legge, economia, ingegneria) per lo sviluppo della concorrenzialità della piccola e media impresa (PMI) nel mercato globale.

Il nuovo progetto (che sarà aperto al PIN in Prato per l'anno accademico 2002), presterà particolare rilievo agli sviluppi delle contrattazioni di BtB e BtC tra le PMI, al fine di favorire una capacità manageriale adatta nel dare concretezza cognitiva ad un nuovo modo di intendere la intermediazione del mercato, nonché l'organizzazione di network di aziende, allo scopo di attivare un ridisegno complessivo dei e.business-plan di networking di partenariato di impresa, correlandolo ai sistemi innovativi di applicazione delle più avanzate tecnologie telematiche di informazione interattiva per l' e.commerce

## Declinazione delle applicazioni e delle aree di business

---



**E business**

**E commerce**

**E learning**

**E procurement**

**E government**

**E finance**

**E .....**

## **e-commerce**

---

Il commercio elettronico (e-commerce) è l'attività che si svolge all'interno di un negozio virtuale.

Essa consiste nella vendita e nell'acquisto di beni e servizi attraverso Internet.

Un negozio virtuale può essere semplice e di dimensioni ridotte quale una singola pagina di catalogo con un numero telefonico, oppure può raggiungere la sua massima portata con siti che consentono all'utente di pagare la merce, o il servizio, con Carta di credito e di riceverla immediatamente in tempo reale.

Può estendersi da una piccola impresa con pochi articoli in vendita fino a raggiungere le dimensioni di una vasta organizzazione commerciale con vendita diretta on-line.

## e-finance

---

Tecnicamente il termine e finance comprende l'insieme di relazioni aventi per oggetto transazioni finanziarie sviluppabili sulla rete Internet tra due o più operatori economici.

- Finance to Consumer (Finanza rivolta all'operatore famiglia)
- Finance to Business (Finanza rivolta all'operatore impresa).

Sulla base dei segmenti di destinazione possiamo così comprendere il mondo dell'e-finance in due grandi aree di business, una orientata al consumatore privato e una all'operatore d'impresa.

*Comprende l'insieme delle relazioni aventi per oggetto transazioni finanziarie su internet: - Finance to consumer rivolto alla famiglia o al singolo individuo. - Finance to business rivolto alle imprese pubbliche e private.*

*Tra i servizi on-line offerti dalle banche e dalle società di intermediazione negli ultimi anni è uno di quelli di maggior successo, moltissimi giovani risparmiatori si sono avvicinati così al mondo della finanza, a volte anche in modo avventato, ma contribuendo a costruire una parte di quel fenomeno denominato poi [new economy](#).*

*In pratica un comune cittadino può rivolgersi alla propria banca oppure ad una società specializzata e chiedere di attivare il servizio cosiddetto di "trading" da quel momento l'utente sarà libero di operare, standosene seduto comodamente a casa propria sui mercati borsistici mondiali.*

*Non dimentichiamo che fino a qualche anno fa, il comune risparmiatore poteva operare solamente tramite gli appositi uffici delle banche, muovendosi di persona negli orari di apertura e avendo sempre un funzionario della banca come intermediario. Nel recente passato inoltre ai piccoli risparmiatori veniva concesso di operare solamente con strumenti finanziari del mercato borsistico nazionale, con l'avvento del [trading on line](#) è diventato possibile anche per un piccolo risparmiatore operare sui mercati esteri e sugli strumenti finanziari più evoluti ( e rischiosi ) quali i [futures](#) a le [opzioni](#).*

## e-learning (1)

---

- Una definizione condivisa nella comunità scientifica è quella proposta dall'osservatorio ANEE (Associazione Nazionale dell'Editoria Elettronica):
- «L'elearning è una metodologia d'insegnamento e apprendimento che coinvolge sia il prodotto sia il processo formativo.
- Per prodotto formativo s'intende ogni tipologia di materiale o contenuto messo a disposizione in formato digitale attraverso supporti informatici o di rete.
- Per processo formativo s'intende invece la gestione dell'intero iter didattico che coinvolge gli aspetti di erogazione, fruizione, interazione, valutazione.

## e-learning (2)

---

In questa dimensione il vero valore aggiunto dell'e learning emerge nei servizi di assistenza e tutorship, nelle modalità di interazione sincrona e asincrona, di condivisione e collaborazione a livello di community.

Peculiarità dell'e learning è l'alta flessibilità garantita al discente dalla reperibilità sempre e ovunque dei contenuti formativi, che gli permettono l'autogestione e l'autodeterminazione del proprio apprendimento;

resta tuttavia di primaria importanza la scansione del processo formativo, secondo un'agenda che responsabilizzi formando e formatore al fine del raggiungimento degli obiettivi didattici prefissati».

## e-procurement

---

- Significa servirsi dell'approvvigionamento online, ovvero di quel processo per cui un'azienda decide di effettuare i propri acquisti (materie prime, semilavorati, materiali vari, servizi) online, servendosi di piattaforme B2B.
- Tale strumento permette quindi di acquistare beni e servizi riducendo i costi ed i tempi di approvvigionamento, e migliorando anche la gestione delle scorte o dei cataloghi (costantemente aggiornati) anche dalla stessa Intranet aziendale.
- Scopo di servirsi di un simile strumento è, quindi, quello di ottenere sensibili vantaggi sia a livello economico che nell'ottimizzazione dei processi aziendali.
- Infatti, soprattutto al crescere delle dimensioni di un'impresa, diventa progressivamente più difficoltoso riuscire a gestire in modo economico le procedure d'acquisto e, soprattutto, riuscire ad effettuare un controllo attendibile e sicuro sull'efficacia delle stesse.

---

13

***E-procurement (Electronic Procurement)*** consiste nell'acquisto/vendita di beni, servizi o informazioni tra aziende (commercio [B2B](#)) o tra aziende e privati ([B2C](#)) mediante la tecnologia Internet. Le tecnologie abilitanti sono varie tra cui [EDI](#) (Electronic Data Interchange), [XML](#) e i software di tipo [ERP](#) (Enterprise resource planning).

*Tipicamente, i siti di e-procurement permettono a utenti identificati e qualificati la ricerca di venditori di beni e servizi (e-catalog), così come di compratori. Il sito può essere gestito come asta concorrenziale per uno stesso bene o con un approccio a prezzi fissi. Il valore delle transazioni effettuate tramite B2B può avere valore legale o, comunque, in qualche modo "impegnativo".*

## Supply chain management

---

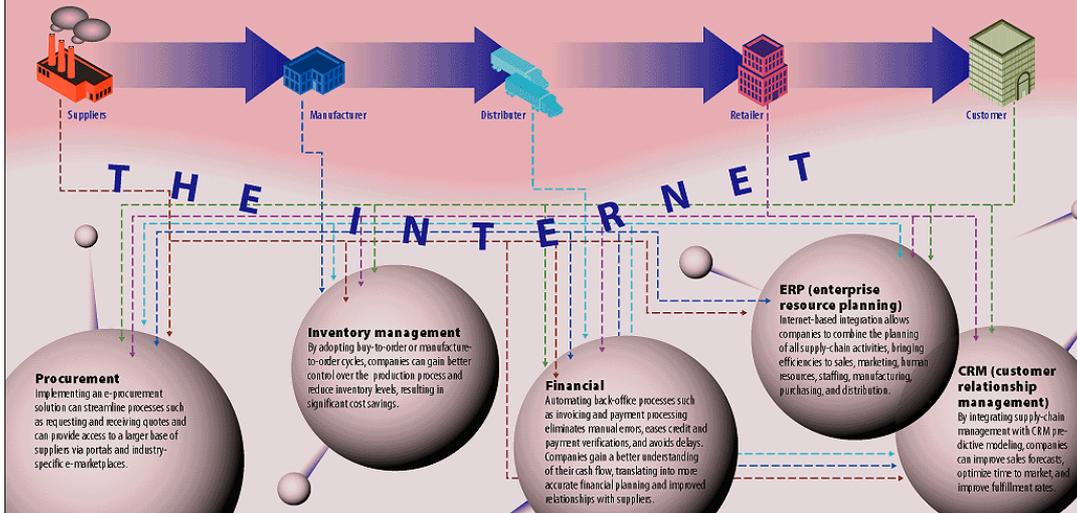
Il Supply chain management comprende la gestione dei flussi di materiali, delle informazioni e dei mezzi di pagamento. Al suo interno possono essere comprese queste funzioni aziendali:

- gestione dei fornitori;
- gestione degli approvvigionamenti;
- gestione della produzione;
- gestione delle operazioni di magazzinaggio;
- gestione delle operazioni di trasporto;
- gestione della domanda.



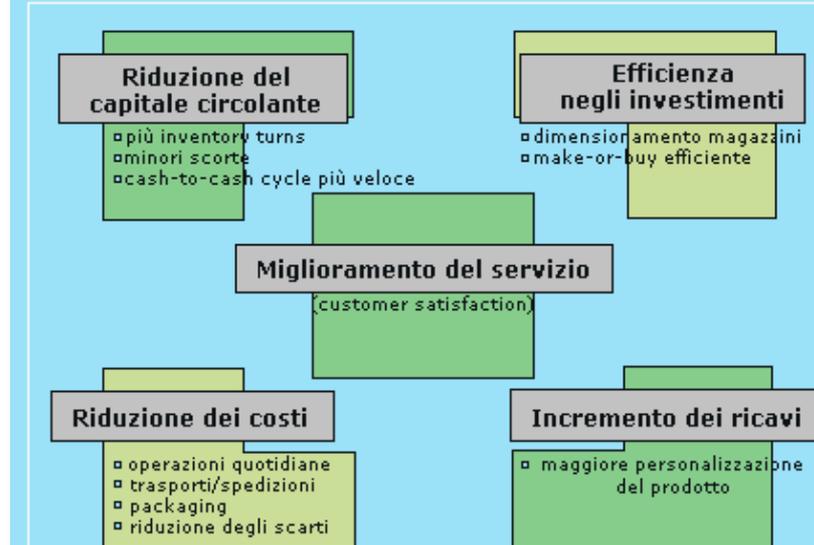
### Closing the links in the enterprise supply chain

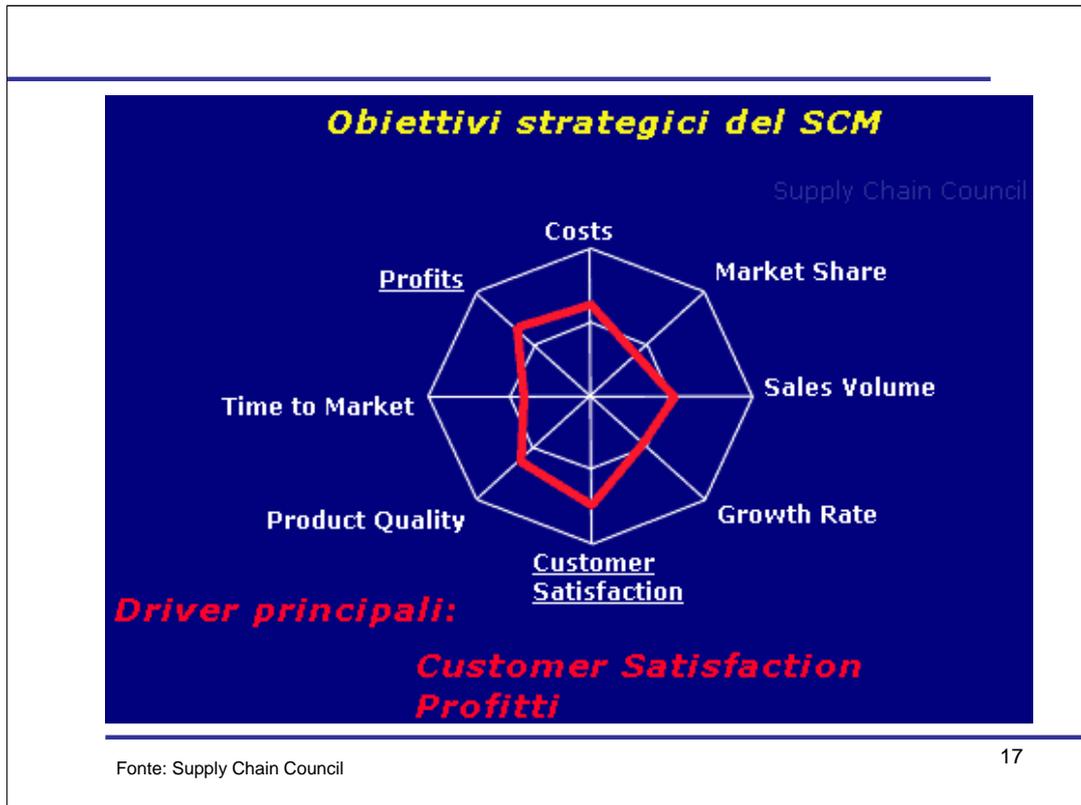
By leveraging the Internet for SCM (supply-chain management) and strengthening applications integration, a company can provide better coordination among business partners and deliver enterprise-wide benefits.



# Supply Chain Management

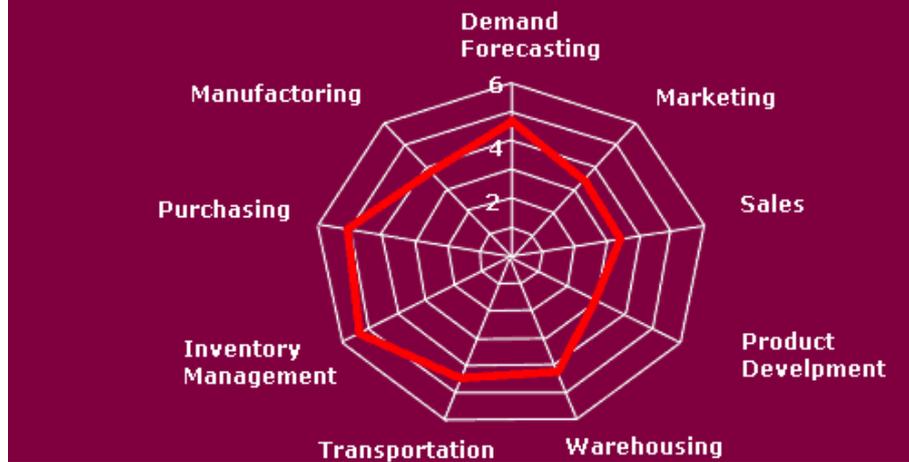
## Relazioni fornitore-cliente





Secondo un'indagine fatta su 1000 imprese di successo condotta da Lockheed Martin e Penn State's Center for Logistics Research i driver più importanti del SCM sono il profitto e la customer satisfaction.

### Perceived Benefit of SCM- related Investments



La ricerca evidenzia anche come siano gli Acquisti e Gestione delle scorte le funzioni per le quali vengono rilevati i maggiori vantaggi derivanti dagli investimenti per il SCM

---

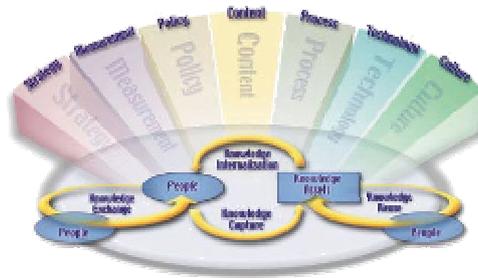
**Le cause che impediscono l'implementazione del supply chain.**

|   |     |
|---|-----|
| <b>Resistenza al cambiamento</b>                    | 52% |
| <b>Scarsa disponibilità dei dati</b>                | 51% |
| <b>Complessità di progettazione</b>                 | 49% |
| <b>Struttura organizzativa</b>                      | 41% |
| <b>Definizione degli obiettivi poco chiara</b>      | 40% |
| <b>Altre priorità</b>                               | 39% |
| <b>Scarsa trasversalità funzionale</b>              | 35% |
| <b>Fiducia insufficiente in clienti e fornitori</b> | 31% |



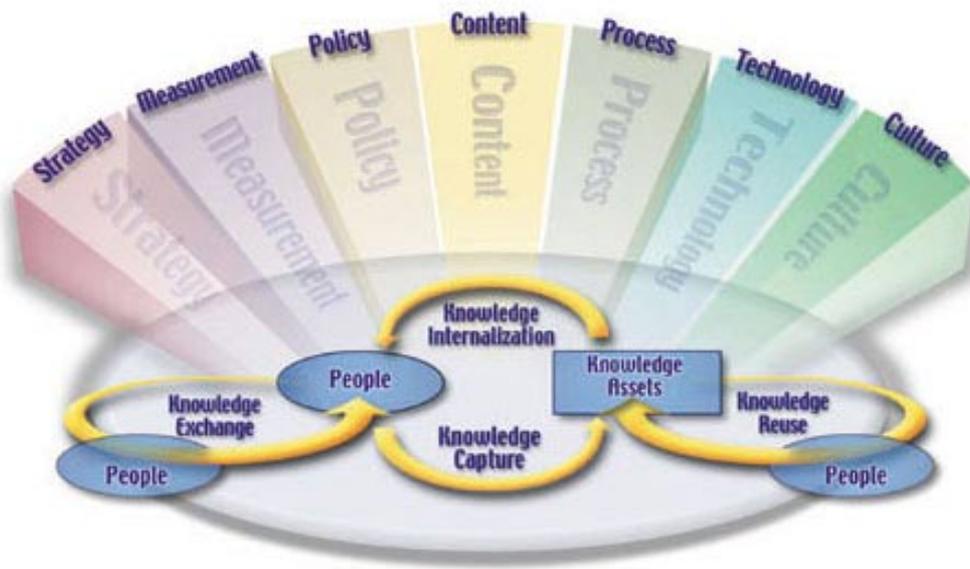
## Knowledge Management

Consiste nell'organizzazione informatizzata e nella gestione strutturata delle informazioni che l'azienda utilizza per il proprio business, che derivano da fonti eterogenee (banche dati, contratti, contatti personali ecc.) sia interne che esterne all'azienda.

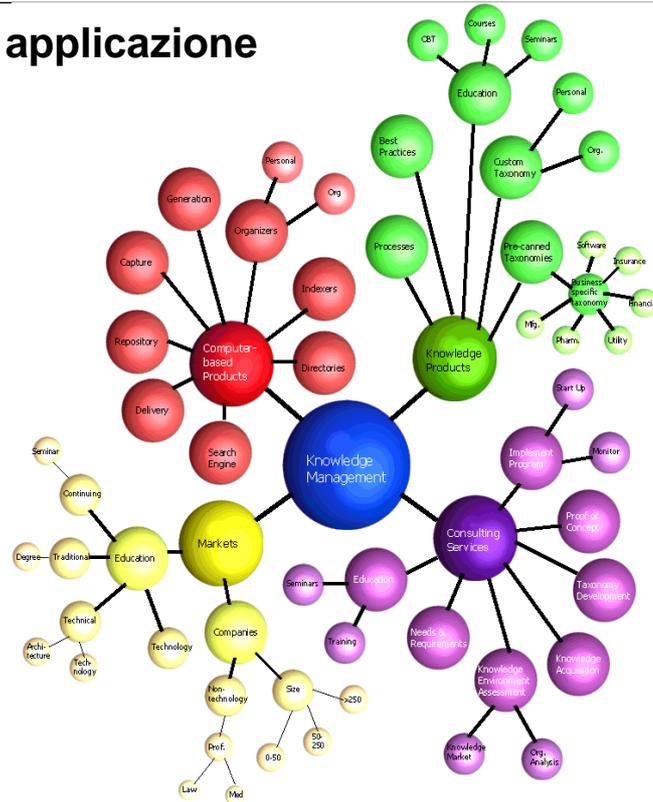


Vedi documento allegati 2A e 2B

## Aree di influenza del KM

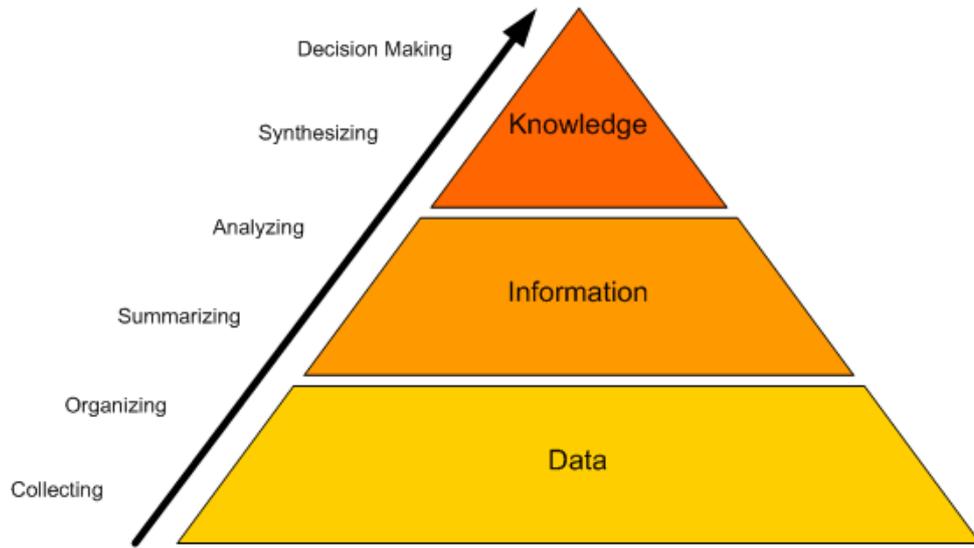


# Are di applicazione



## Le tappe della conoscenza aziendale

---



Un sistema informativo è un componente di una organizzazione il cui scopo è gestire le informazioni di business.

GESTIRE= acquisire, elaborare, conservare, produrre, distribuire.

I processi organizzativi trasformano le materie prime ed i semilavorati in prodotti finiti; i sistemi informativi trasformano dati in informazione e conoscenza.



---

"Data are not information. Information is data endowed with relevance and purpose. Knowledge is information endowed with application. Wisdom is knowledge endowed with age and experience."

Ken Davenport, Northeast Iowa Regional Library System, in a letter printed in the May 1, 2002, Library Journal (v. 127, no. 8, p. 10).

## Sales Force Automation

---

Consiste nella gestione informatizzata degli strumenti a supporto della forza vendita:

- creazione di mailing list
- creazione di newsletter
- accesso a informazioni da remoto
- condivisione di banche dati su clienti effettivi e potenziali ecc.



---

26

### **SIGNIFICATO DI Sfa (Sales Force Automation):**

Sfa (Sales Force Automation): Soluzioni Che Supportano Il Mondo Delle Vendite (Pre E Post Vendita), Tramite Software Specifici (Sales Automation Software). Alcuni Esempi Sono Il Controllo Dell'inventario (Ovvero Disponibilità Di Beni E Prodotti Nel Magazzino), Il Controllo Dei Processi Per Le Vendite (Inserimento Ordini E Creazione Schede Clienti), L'ottimizzazione Delle Funzioni Di Customer Care. Tutte Le Informazioni Gestite Potranno Essere Analizzate Per Conoscere Trend E Andamenti Delle Vendite.

# CRM

---

Il CRM è una serie di applicazioni-soluzioni che ha l'obiettivo di raccogliere e riorganizzare tutte le informazioni riguardanti la clientela. In particolare un sistema CRM coinvolge i "punti di contatto" del cliente nelle seguenti aree dell'impresa:

- vendite;
- marketing;
- servizi di assistenza al cliente;
- gestione dell'ordine, distribuzione e consegna.



Adobe Acrobat 7.0  
Document

Vedi allegato 2C

## **E-recruitment**

---

Il termine indica la ricerca di personale qualificato attraverso la rete. Tale servizio è fornito da siti creati appositamente per effettuare una selezione del personale facendo incontrare domanda e offerta. In alcuni casi viene proposto come servizio a valore aggiunto ad esempio da alcuni marketplace.

---

**Email:**



**francesco.desantis@email.it**

**francesco.desantis@banca.mps.it**