Business Plan “X-Compare”

# CORE BUSINESS ED OBIETTIVI

Il business dell’attività si fonda sul software di elaborazione dati “X-compare” che si avvale di un core basato su IA che gli dà la capacità di estrarre, analizzare e comparare le offerte di prodotti su un numero di marketplace e siti e-commerce teoricamente infinito. Le barriere all'’entrata sono state elevate poiché per poter realizzare una soluzione simile è necessario impiegare notevoli risorse dal punto di vista, di R&S, di know-how e di personale qualificato e professionale.

“X-compare” basandosi sul web è stato scritto utilizzando set di linguaggi di programmazione quali PHP, nodejs e Java con l'ausilio di database quali Mysql/Postgres, adesso di trova in fase di prototipazione ed elabora le informazioni tramite una prima versione dell'algoritmo provvisto di IA a matrice per ora bidimensionale. Sarà necessario effettuare un maggior sviluppo per avere una scalabilità orizzontale e verticale man mano che aumenta il numero dei prodotti .

Seppur al momento non ci sono competitor che impiegano questa tipo di tecnologia, il software riuscirà a differenziarsi in termini di tecnologia, poiché si baserà su degli algoritmi e dei processi ben definiti che permetteranno di impiegare l’IA, e di qualità, sarà in grado di velocizzare e di rendere più efficace la ricerca di un prodotto al prezzo potenzialmente più basso in dato momento comparando nei vari marketplace.di differenti paesi

L'obiettivo a breve termine è quello di completare lo sviluppo del software “X-compare”, ossia un software di elaborazione dati che lavora in tempo reale basato su web, il quale intercetta e compara tutte le informazioni riguardanti il mondo dell’E-Commerce e non solo. Esso sarà usato inizialmente sul marketplace di Amazon Svizzera, Italia, Francia, Spagna e Germania.

L'obiettivo a lungo termine è di integrare “X-compare” con tutti i marketplace operativi nel contesto europeo. l fattori di successo sono connessi all’elevata specializzazione e concentrazione di Know-How e di esperti in tale ambito oltre all’impiego di attrezzature e tecnologie innovative.

# MERCATO

Il mercato di riferimento dell’idea imprenditoriale è l'eCommerce e si opererà sia nel mercato nazionale (svizzera) sia nel mercato europeo (Germania, Francia ,Spagna e italia). In Europa il 79,6% della popolazione accede ad internet ed è il continente con la più alta penetrazione. Il 69% degli internet users ha effettuato un acquisto online nel corso del 2019, 6 consumatori europei su 10 lo scorso anno hanno utilizzato il mobile per effettuare un acquisto online. Le vendite online al dettaglio ammontano a 313 miliardi di euro, contro i 285 dell’anno precedente, con un incremento del 9%. Per il 2020 èra prevista una produzione di 342 miliardi di euro e, secondo le stime, l’Europa occidentale dei 5 (Francia, Germania, Italia, Spagna e UK) entro il 2022 sorpasserà quota 400 miliardi di dollari di vendite e-commerce dirette. A vendere online sono il 18% delle imprese, mentre il 16% riceve ordini da siti terzi o app. In Italia circa 42,3 milioni utenti si connettono sia da fisso che da mobile. Rispetto allo scorso anno il dato sembra più basso, ma la fetta di popolazione è stata ampliata, includendo anche i bambini dai 2 agli 11 anni e le persone sopra i 74 anni per il device desktop. Diminuisce la navigazione da desktop (da 35,4 a 28,4 milioni di utenti unici al mese), mentre il mobile rimane costante e viene utilizzato mensilmente dal 67% della popolazione. (Fonte: REPORT E-COMMERCE 2020).

Il mercato dell’E-commerce in Europa era stato stimato nel 2020 a 343.012 milioni di euro e raggiungerà i

445.341 milioni di euro nel 2024, con un tasso di crescita annuale del 6,7%. La penetrazione degli utenti è del 72,6% nel 2020 e dovrebbe raggiungere il 78,0% entro il 2024. Questo prima del covid ora i dati sono aumentati e non ancora precisi

(fonte:<https://www.statista.com/outlook/243/102/ecommerce/europe?currency=eur>). L’Europa presenta uno scenario piuttosto variegato, in Germania ha la caratteristica di essere il Paese dove Amazon detiene la quota più alta di mercato sul totale dei prodotti venduti, ancora di più che negli Stati Uniti. Per le categorie di prodotto coperte da Amazon, Amazon stesso ha circa il 50% delle quote di mercato, quindi un prodotto su due in Germania viene venduto tramite Amazon. In generale in sono molto forti i markeplace e fortissime anche altre realtà che sono diventate leader in tutta Europa come Zooplus, che vende prodotti per animali, Zalando per l’abbigliamento, ma anche realtà come Delticom, il gruppo tedesco che vende pneumatici online in tutta Europa, con siti con nomi diversi per ciascun Paese (in Italia Gommadiretto.it) ed è un ottimo esempio di omnicanalità. La Francia è il Paese che vede la penetrazione di Amazon più bassa d’Europa, perché in Francia erano già presenti una serie di piattaforme marketplace e retailer, come Cdiscount o Fnac, già forti, che hanno resistito all’assalto di Amazon e sono ancora una scelta primaria per i consumatori francesi. (Fonte: https://digitexport.it/promuovere-e-vendere/le-commerce-in-europa-dati-e-tendenze.kl#/)

Il mercato dell’E-commerce può essere segmentato in base alle aree geografiche, poiché ogni paese (svizzera, Italia, Germania, Francia e Spagna) ha dei marketplace di riferimento differenti. Inoltre il mercato può essere segmentato anche in base alla tipologia di prodotto che viene venduto online, distinti in varie categorie: Elettronica, Moda & Accessori, Scarpe & Sneakers, Giocattoli & Gaming Bambini & Neonati, Arredamento & Giardino, Sport & Outdoor, Mangiare & Bere, Bellezza & Profumi, Prodotti per animali, Salute, Auto & Moto e Altro.

# CLIENTI

Il target di clienti che si andrà a soddisfare sono i consumatori che acquistano online sui marketplace e- commerce. Essi possono essere segmentati mediante l’analisi dei dati demografici, delle preferenze e delle abitudini di acquisto, consentendo di creare il profilo demografico del consumatore online nei Paesi in cui impiegare inizialmente “X-compare”. In tutti i paesi, la maggior parte delle ricerche online è effettuata da uomini, dunque - in l’Italia il loro peso è pari al 59,2% mentre quello delle donne è del 40,8%; - in Germania il peso degli uomini è del 58,2% quello delle donne è del 41,8%; - in Spagna il peso degli uomini è del 52,9% quello delle donne è del 47,1%; - in Francia il peso degli uomini è del 57,6% quello delle donne è del 42,4%. La propensione all’acquisto può essere divisa in fasce di età: - in Italia e in Spagna i maggiori consumatori sono coloro che hanno tra i 35 e i 44 anni; - in Germania e in Francia la quota più alta è quella dai 25 ai 34 anni. (Fonte: Idealo - Report annuale sull’e-commerce italiano 2019). In base ai dati precedentemente esposti è possibile quantificare il target di clienti potenzialmente interessati alla soluzione offerta da “X-compare”: - in Italia saranno circa 8.123.229; - in Germania saranno circa 10.588.045; - in Spagna saranno circa 7.617.360;

* in Francia saranno circa 7.881.491.

In totale i potenziali clienti in target saranno 34.210.125.

# CANALI DI TRACTION

I canali di traction impiegati per la commercializzazione e la scalabilità di “X-Compare”, saranno una combinazione tra strategie di web marketing e forza vendita, il rapporto tra gli operatori addetti alla vendita e potenziali clienti. Gli strumenti impiegati saranno webinar, e-mailing e attività di co-marketing, affiancati successivamente dal contatto diretto tra l’operatore ed il potenziale cliente, per tali attività è stato previsto un budget di 30.000 €. Sarà impiegato - il Traffico organico mediante le attività di ricerca per parole chiave, copywriting, creazione di pagine (Html + CSS) e ottimizzazione SEO. Tali attività, tra cui SEO, traduzione e sviluppo di pagine, il budget dedicato sarà di 50.000 €; - il Traffico a pagamento (SEM+Ads+Retargeting) utilizzando le parole chiave CPC più importanti per fare offerte ed estendere la visualizzazione e retargeting. Il budget dedicato sarà di 50.000 €, - Content Marketing - madrelingua marketing per la lingua e il paese

specifico per le seguenti attività: ricerca di parole chiave, blogging, social media planning, link-building, guest- posting, product listing, Medium, LinkedIn Pulse, Quora, email marketing. Il budget dedicato sarà di 20.000€.

Il rapporto di pre-vendita sarà gestita dagli operatori di trader, i quali aiuteranno e consiglieranno i clienti nell’effettuare le operazioni di acquisto. Saranno tali operatori a gestire anche il rapporto di post-vendita, nel caso in cui si riscontrano problemi di vario genere e per un tempestivo riscontro alle comunicazioni positive o negative dei clienti.

# RISORSE CHIAVE

## FISICHE

I beni materiali, immateriali e le tecnologie necessarie alla realizzazione del progetto imprenditoriale, saranno strettamente inerenti a componenti Hardware da acquistare, quali ad esempio pc, mouse, tastiere, server etc. per supportare in modo efficace ed efficiente lo sviluppo e la realizzazione del software, oltre all’acquisto di licenze specifiche per lo sviluppo della programmazione BOT, integrazione delle carte di credito Visa/American Express e dei marketplace.

Necessari saranno anche gli Investimenti da effettuare nel Marketing e Web Marketing indispensabili per rendere conoscibile e visibile il software sviluppato.

## UMANE

L’assetto organizzativo sarà composto da JGMF EU AG diretto da Fabrizio Centola e Mattia Rossi e come capo tecnico ing. Francesco Li Volsi, i quali si dedicheranno attivamente al progetto imprenditoriale.

Inoltre sarà necessario assumere collaborati competenti e dall’esperienza comprovata, ossia:

* 2 Sviluppatori: si occuperanno delle fasi di sviluppo e programmazione del software, creando il codice e gli algoritmi necessari al buon funzionamento dell’IA impiegata nello stesso;
* 1 Sistemista: si occuperà di gestire tutti gli elementi hardware e software in uso, garantendo il perfetto funzionamento delle infrastrutture informatiche, esperto conoscitore di sistemi operativi (Windows, Mac, Linux etc.) e applicativi informatici, anche per individuare e correggere malfunzionamenti (troubleshooting);
* 1 Project Manager: si occuperà dell’organizzazione delle attività di sviluppo da effettuare, facendo raggiungere gli obiettivi stabiliti dalla futura società.
* 2 Operatori da assumere nel 1 Anno, si occuperanno di effettuare le operazioni di compravendita in base al numero di ordini ricevuti dai consumatori sui vari marketplace, inoltre si occuperanno anche di gestire il rapporto post-vendita. Nel 2 Anno si prevede di assumere un altro operatore considerando la crescita del business;
* 1 Contabile/Controller: si occuperà di analizzare la contabilità analitica, di stendere il rapporto di gestione, di analizzare documenti/relazioni e di analizzare e controllare l'andamento economico finanziario.