

eBusiness

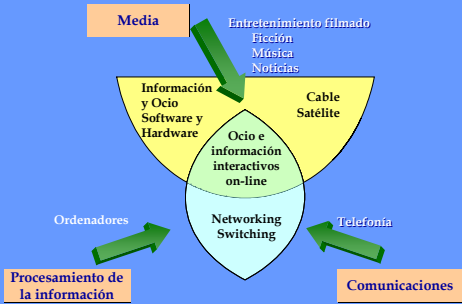
Negocios Interactivos y Comercio Electrónico

Presentación Julio/99

eBusiness - Nuevo modelo de negocio



Crecimiento = Expansión de la intersección de las tres mayores industrias

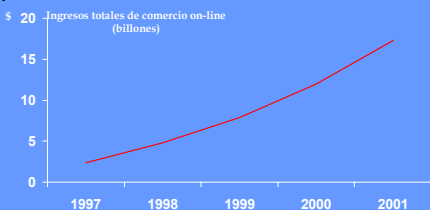


Comparación de previsiones de ingresos en Internet (2001)

	Europe	U.S.
Total Internet revenues (billions)	\$64.4	\$206.8
Business trade (billions)	\$56.7	\$183.0
Consumer retail (billions)	\$4.6	\$17.4
Content (billions)	\$3.1	\$6.4
Internet revenue as percent of GDP	0.9%	2.7%
On-line population (millions)	53.2	98.0
On-line population as percent of total	13.0%	34.0%
Internet revenue per capita	\$1,217	\$2,101

- a) Business-To Business establece el ritmo básico de crecimiento on-line
 b) On-line banking creará significativamente más que el mercado on-line general

Los ingresos de comercio on-line crecerán hasta \$17,4 billones en el 2001



Los ingresos por las ventas on-line crecerán a 17.400 millones de dólares en el año 2001

Dólares (en miles de millones)	1997	1998	1999	2000	2001
Hardware y software de PC	8863	\$1,616	\$2,234	\$2,801	\$3,766
Viajes	654	1,523	281	4,741	7,443
Diversión	298	991	1,143	1,921	2,678
Libros y música	156	288	504	761	1,084
Regalos, flores y felicitaciones	149	264	413	591	802
Prendas de vestir y calzado	92	157	245	361	514
Comidas y bebidas	90	168	250	354	463
Joyería	38	56	78	107	140
Electrónica de consumo	19	34	60	93	143
Artículos deportivos	20	29	43	63	84
Juguetes y hobbies	13	21	32	47	71
Salud, belleza y fármacos	11	16	25	36	50
Herramientas y jardinería	10	22	31	44	59
Mobiliario casero	9	15	21	28	38
Otros (animales de compañía, fotografía, etc.)	22	28	35	42	52
Total	\$2,444	\$4,828	\$7,924	\$12,090	\$17,387

LA GENERACION DE RIQUEZA EN eBUSINESS						
QUEN	CARGO	WEBSITE	EDAD	SALARIO 1998	VALORES (BILLIONS)	TIEMPO
Jim Clark	Fundador de Healthware, Netscape y Silicon Graphics	www.healthon.com	55	N/A	\$2.5	17 años
Steve Case	Fundador de America Online	www.aol.com	40	\$1,179,590	\$1.8	14 años
Pierre Omidyar	Fundador de eBay	www.ebay.com	31	\$96,000	\$4.8	3 años
Jeff Skoll	Cofundador de eBay	www.ebay.com	34	\$96,000	\$3.1	3 años
Jeff Bezos	Fundador de Amazon	www.amazon.com	35	\$81,840	\$10	4 años
David S. Wetherell	Fundador de CMGI	www.cmgi.com	44	\$258,566	\$1.6	4 años
Jerry Yang	Fundador de Yahoo!	www.yahoo.com	30	N/A	\$4	6 años
David Filo	Fundador de Yahoo!	www.yahoo.com	33	N/A	\$4.2	6 años
Rob Glaser	Fundador de RealNetworks	www.real.com	37	N/A	\$3.3	4 años
Richard Braddock	Presidente de Priceline	www.priceline.com	57	\$112,500	\$1	11 meses
Jay Walker	Fundador de Priceline	-	43	\$250,000	\$4.3	11 meses
Meg Whitman	Presidenta de eBay	www.ebay.com	42	\$145,833	\$1.2	14 meses
Mark Cuban	Fundador de Broadcast.com	www.broadcast.com	40	\$250,000	\$1.7	4 años

7

Ámbito de eBusiness

Interacción
Colaboración Virtual

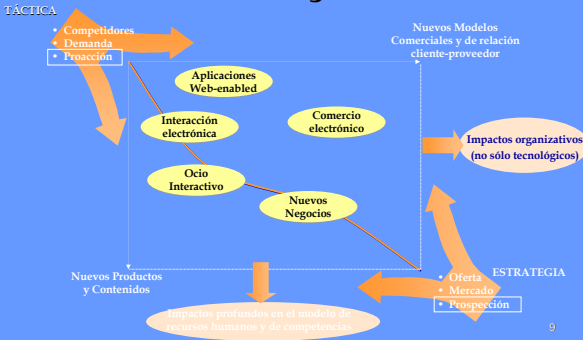
eBusiness

Valor añadido informático
Conectividad, multimedia, ...



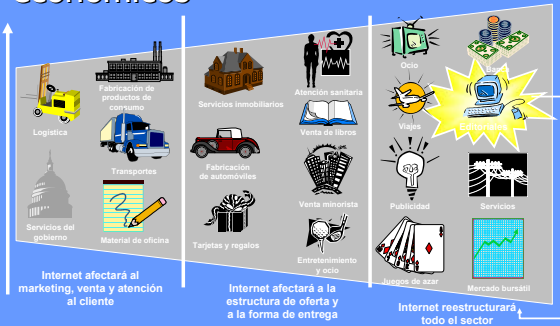
8

Nuestra visión del negocio interactivo



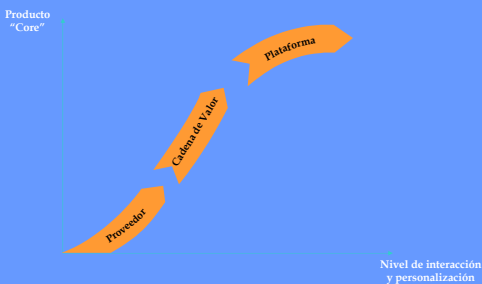
9

El impacto en los sectores económicos



10

Visiones del análisis estratégico eBusiness



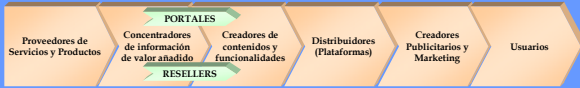
11

Comercio Electrónico



12

La evolución de la cadena de valor

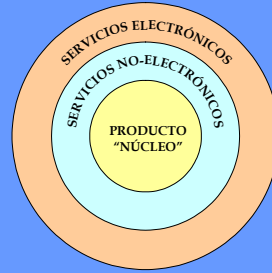


OPORTUNIDADES

- Preparación para los productos interactivos
- Nuevos servicios y contenidos
- Nuevos competidores de "nicho interactivo"
- Cambios en las estructuras de coste
- Nueva figura de negocio
- Estrategias de posicionamiento de "marketing" (first in mind)
- Nuevos diseños de productos (y de derechos sobre contenidos)
- Nuevas técnicas de desarrollo
- Nuevos nichos de valor (acceso al cliente)
- Convergencia ocio-negocio
- Nuevas técnicas de venta
- Multiplicación del retorno de publicidad (activa)
- Nuevos perfiles de consumo
- Cambios en los hábitos de vida y pautas de consumo

13

El negocio interactivo expande el concepto "producto"



14

Las ventajas competitivas relativas en función del producto "núcleo"



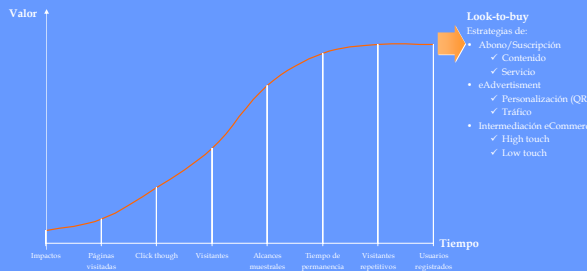
15

Los contenidos interactivos y servicios electrónicos



16

Métricas de éxito en la red



17

La convergencia de las "mejores prácticas"

- Programación dinámica
- Presentación excitante
- Conveniencia



Medios de comunicación



- Atmósfera
- Variedad
- Alto nivel de confianza
- Servicio personalizado

APLICACIÓN A LOS NEGOCIOS INTERACTIVOS Y ECOMMERCE

NUEVO PARADIGMA DE MARKETING, COMERCIALIZACIÓN Y RELACIÓN CON EL CLIENTE

18

Aplicación de las mejores prácticas

Valoración de los esfuerzos iniciales de los comerciantes y especialistas en Marketing de Marca

Nombre	¿Purgar hacia arriba o abajo?	Comentarios
REI	Thumbs up	<ul style="list-style-type: none"> • Tableros de mensajes gestionados para soporte de actividades y productos específicos • Asociaciones con Outside Online, Seattle Times
Minorista	Thumbs down	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna herramienta comunitaria para apoyo a ventas o servicios • Debería patrocinar actividades de ocio de amplia base y comunidades tecnológicas
Radio Shack	Thumbs down	<ul style="list-style-type: none"> • Los tableros de charlas y mensajes soportan intercambios en tiempo real entre jugadores • Debería patrocinar las comunidades de adolescentes de AOL y Yahoo!igans!
Nintendo	Thumbs up	<ul style="list-style-type: none"> • Sobreénfasis tableros de mensajes de deficiente tráfico y no moderados • Debería patrocinar Cybergirl.com
Tampax	Thumbs up	<ul style="list-style-type: none"> • Sobreénfasis tableros de mensajes de deficiente tráfico y no moderados • Debería patrocinar Cybergirl.com

El comercio electrónico y la consultoría de soluciones de negocio

Área	Factores de éxito	Valor añadido de los proveedores	Oportunidades EBP	Implementación	Parametrización
Contabilidad y Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Coste • Capacidad de project management 	Reducido	<ul style="list-style-type: none"> • EURO • Año 2000 • Adaptación plataformas tecnológicas • Procesos muy comunes entre sectores y países 	Módulos Financieros y Administrativos (F/AO)	Parametrización Interfaces (Batch)
Comercial y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Expertise sectorial • Valor añadido de negocio • Soluciones integrales 	Alto	<ul style="list-style-type: none"> • Integración con demandas de explotación de datos de clientes (Data Mining) • Integración de front-ends abiertos y flexibles (Internet) • Expansión de funcionalidades y de servicios de valor añadido (comercio electrónico) 	Módulos comerciales (SD)	Parametrización Customización Integración (On-line)
Producción y Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidades y expertise en soluciones de cadena de valor • Mejoras en la productividad de los procesos 	Alto	<ul style="list-style-type: none"> • Integración electrónica con clientes/proveedores • Utilización de técnicas avanzadas de planificación y gestión de procesos/información 	Módulos de producción y logística (MM, MRP)	Parametrización Integración (Real Time)

eBusiness - Enfoque de servicios

- Visión amplia de los impactos de eBusiness: a nivel transaccional, a nivel de presencia y posicionamiento en un mercado, a nivel de los cambios inducidos en la estructura de productos y competidores, ...
- Integración de los aspectos de mercado, procesos, organización, tecnología y personas involucrados en el proyecto de creación de valor de negocio interactivo.
- Oferta de servicio integrado desde la concepción y planeamiento estratégico hasta la implantación, lanzamiento comercial y seguimiento del ciclo de vida y de gestión de clientes
- Participación integrada de expertos en las diversas áreas de conocimiento y experiencia requeridas en los proyectos de eBusiness: Negocio sectorial y experiencia industrial, telecomunicaciones, informática, procesos electrónicos interactivos, ...
- Visión integrada de los conjuntos de plataformas de distribución y creación de negocio interactivo: Internet (tradicional, IPNG...), Televisión digital, eTV, operadores de cable, satélite y TDT, futuras oportunidades en canales LMSD y comunicaciones móviles (UMTS), etc
- Capacidad de generación y gestión de alianzas entre socios de negocio electrónico.

E-Business - Mapa de servicios

