

Modele biznesu w Internecie



Modele biznesu w Internecie

Tworzenie wartości w biznesie internetowym:

- informacje/zawartość (*content*)
- ruch w sieci (*traffic*)
- produkty i usługi



Modele biznesu w Internecie

Charakterystyka dziedziny (***problemy***)

- Brak powszechnie akceptowanego standardu klasyfikacji
- Mnogość kryteriów
- Wiele ośrodków eksperckich i doradczych
- Bałagan pojęciowy
- Niespójność z klasyfikacjami marketingowymi
- Niezrozumienie istoty modelu biznesowego



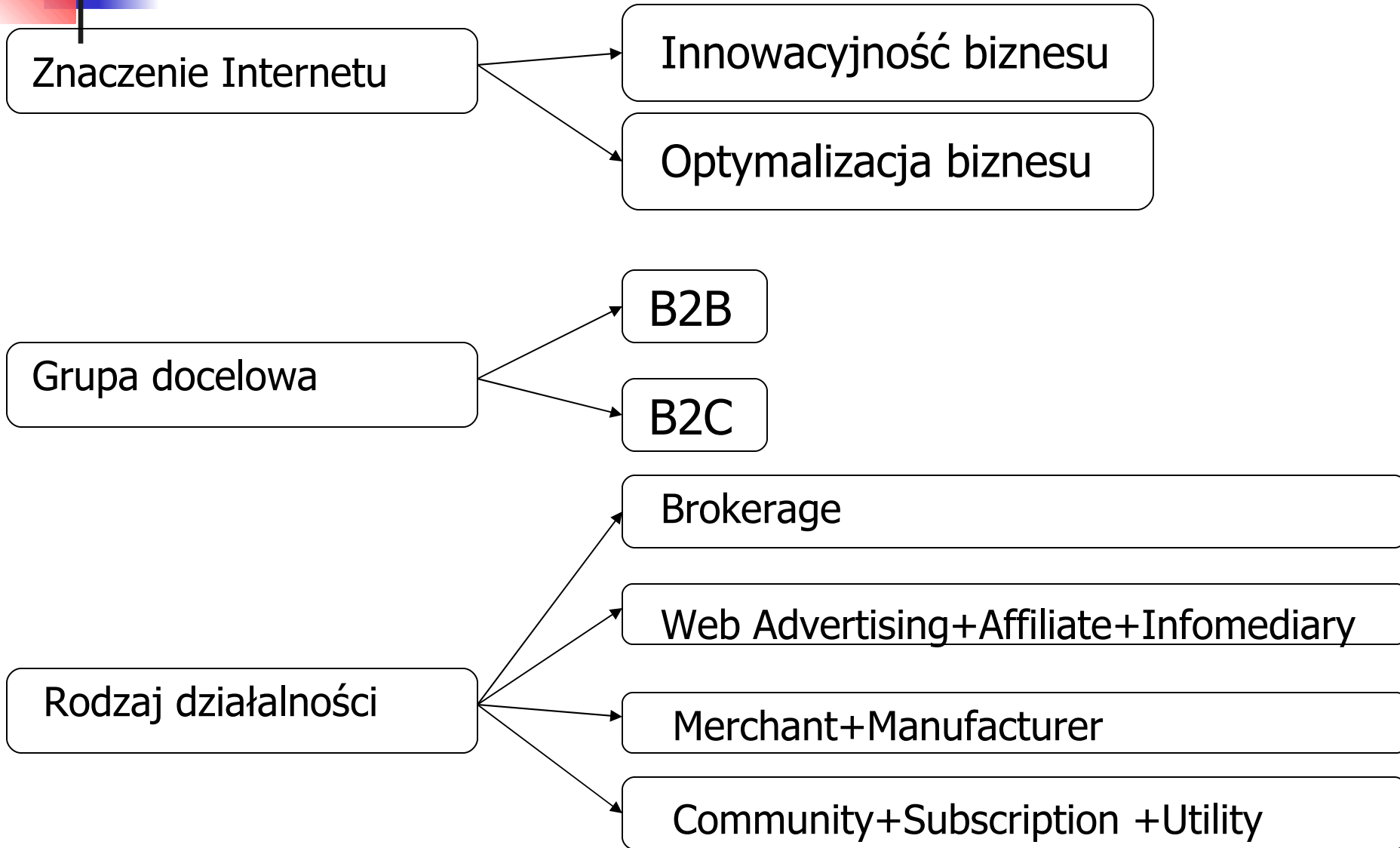
Modele biznesu w Internecie

Próby klasyfikacji

- ARC Group (1999)
- O'Loughlin (2000)
- Lehman Brothers (2003)
- Choon Leem (2004) – pierwsza kompletna

W prezentacji wykorzystano klasyfikację wg Choon Leem z rozszerzeniami

Modele biznesu w Internecie



Modele biznesu w Internecie

Znaczenie Internetu

Innowacyjność biznesu

Optymalizacja biznesu

Grupa docelowa

B2B

B2C

Rodzaj działalności

Brokerage

Web Advertising+Affiliate+Infomediary

Merchant+Manufacturer

Community+Subscription +Utility



Modele biznesu w Internecie

Znaczenie Internetu

- Optymalizacja biznesu
 - Biznes przeniesiony z rzeczywistości
 - Internet ułatwia prowadzenie biznesu
Np: sklepy internetowe
- Innowacyjność biznesu
 - Model, który nie mógłby istnieć bez Internetu
Np: wyszukiwarka, komunikator

Modele biznesu w Internecie

Znaczenie Internetu

Innowacyjność biznesu

Optymalizacja biznesu

Grupa docelowa

B2B

B2C

Rodzaj działalności

Brokerage

Web Advertising+Affiliate+Infomediary

Merchant+Manufacturer

Community+Subscription +Utility



Modele biznesu w Internecie

Grupa docelowa

- B2B (Business-to-Business)
 - Usługi dla biznesu
 - Internet usprawnia procesy biznesu
- B2C (Business-to-Customer)
 - Usługi dla osób prywatnych
 - Internet poprawia dostęp do klienta



Modele biznesu w Internecie

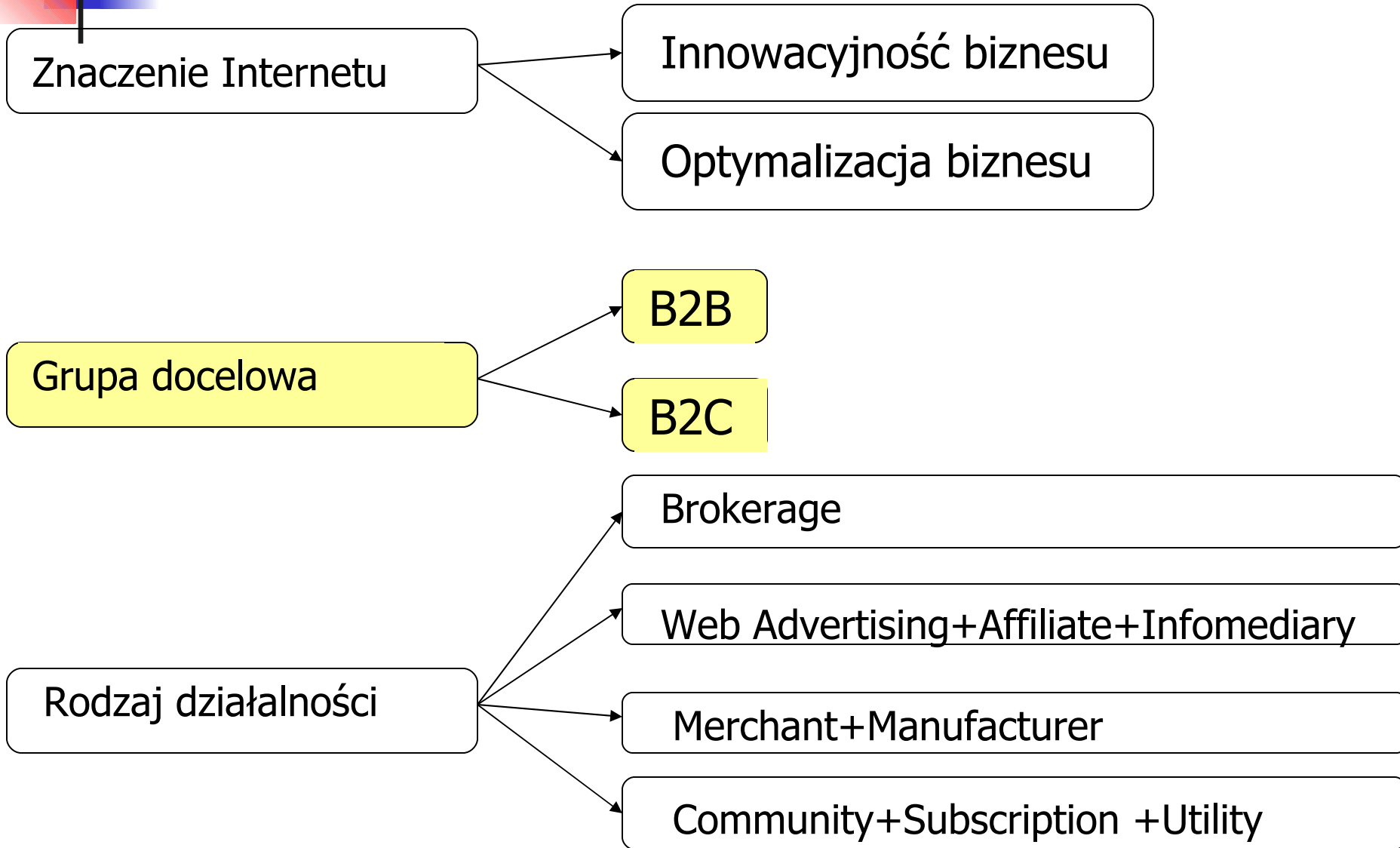
B2B – Internet umożliwia

- Ulepszenie PR
- Optymalizację procesów biznesu
- Redukcję kosztów
- Usprawnienie logistyki
- Automatyzację przetwarzania danych

UWAGA:

Liczą się tylko duzi gracze (głównie telekomy)

Modele biznesu w Internecie





Modele biznesu w Internecie

B2C – Internet umożliwia

- Lepszą jakość usług
- Oferowanie nowych usług
- Usprawnienie procesów dystrybucyjnych
- Obniżenie kosztów
- Zapewnienie wsparcia posprzedażowego

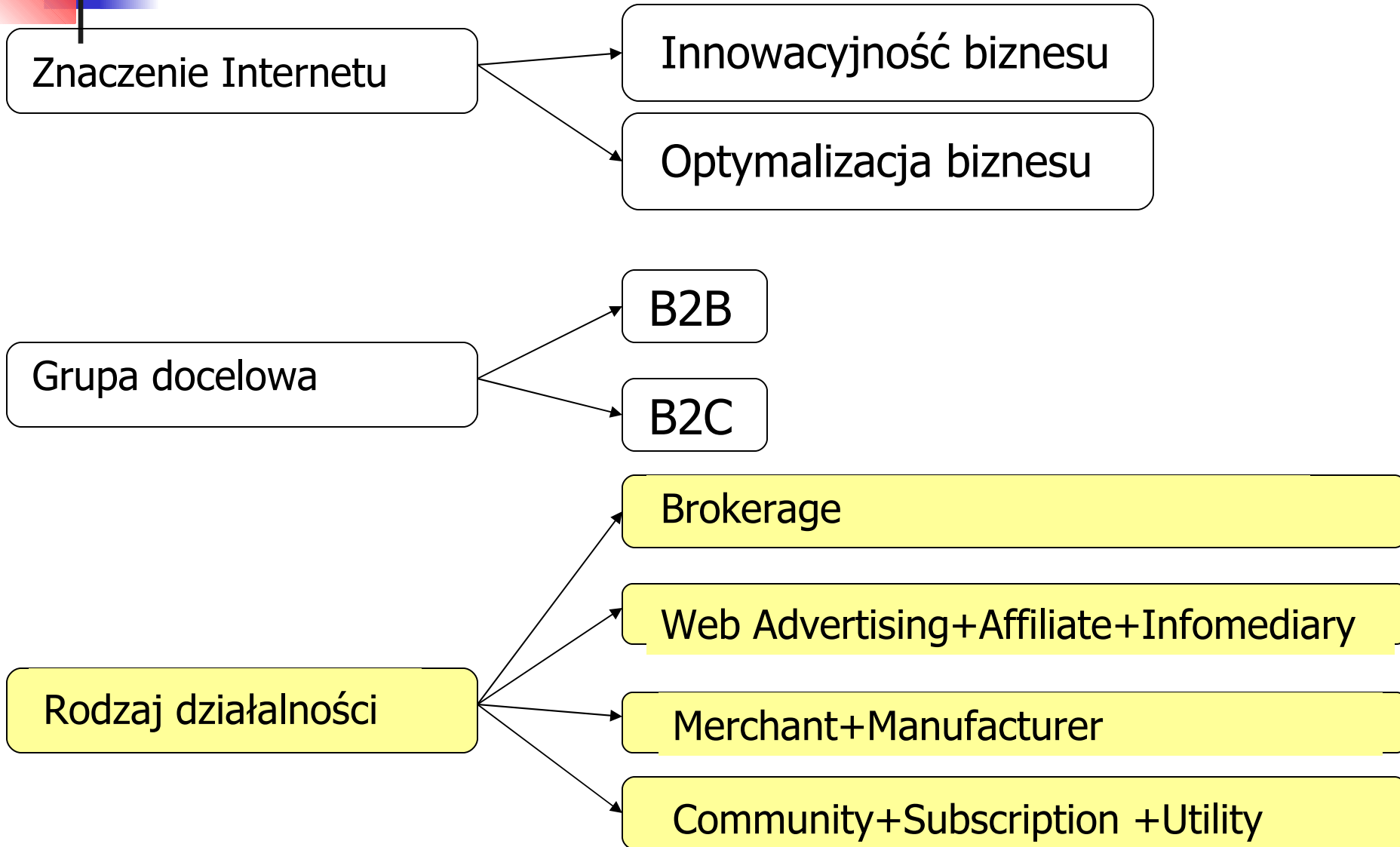


Modele biznesu w Internecie

B2C – podział

- Reklama
- Sprzedaż dostępu do zawartości
- Pośrednictwo
- E-commerce
- Usługi związane z siecią
- Nowa usługa

Modele biznesu w Internecie





Modele biznesu w Internecie

Brokerage model

- Doprowadzenie do/umożliwienie spotkania sprzedającego z kupującym
- Dochód – prowizje pobierane za dokonane transakcje
- Najpopularniejsze formy biznesu:
 - Aukcje internetowe
 - Systemy płatnicze



Modele biznesu w Internecie

Brokerage model: aukcje internetowe

- Serwis umożliwiający dokonywanie transakcji
- Podstawowe źródło dochodu: prowizje
- Najbardziej znane serwisy:
www.ebay.com, www.allegro.pl

Modele biznesu w Internecie

Brokerage model: **aukcje internetowe (przykład)**



- Na rynku od 1999 roku
- Ponad 5 milionów kont
- Obrót na Allegro w ciągu pierwszej połowy 2006 to 1,1 mld PLN



Modele biznesu w Internecie

Web Advertising+Affiliate+Infomediary

- Najbardziej znane formy:
 - portal
- Internet pozwala:
 - Usprawnić przepływ
 - Dotrzeć do dużej liczby odbiorców
 - Ułatwić prowadzenie bazy danych o klientach



Modele biznesu w Internecie

Web Advertising+Affiliate+Infomediary: Portal

- Dostarczanie odnośników do dalszych informacji
- Podział:
 - Portal generalny www.onet.pl
 - Portal spersonalizowany– można go dostosować do swoich potrzeb my.yahoo.com
 - Portal specjalistyczny – inaczej wortal, zajmuje się określoną tematyką www.money.pl

Modele biznesu w Internecie

Web Advertising+Affiliate+Infomediary:

Portal (przykład)



- na rynku od 1996
- 3 mln zysku netto za 1 kwartał 2006
- 9,4 mln użytkowników
- 2 mld odsłon miesięcznie



Modele biznesu w Internecie

Merchant+Manufacturer

- Sprzedaż produktów
 - Merchant – pośrednik między klientem, a producentem
 - Manufacturer – sprzedaż bezpośrednia
- Dochód za pośrednictwo, lub bezpośrednio ze sprzedaży
- Najpopularniejsze formy:
 - Sklep internetowy



Modele biznesu w Internecie

Merchant+Manufacturer: Sklepy internetowe

- Sprzedaż produktów
- Wykorzystanie zalet Internetu:
 - Dostępność
 - Personalizacja
 - Niższe koszty utrzymania



Modele biznesu w Internecie

Merchant+Manufacturer:

Sklepy internetowe (przykład)



- Na rynku od 1999 roku
- 40,5 mln przychodu za 2005 rok
- 1,6 mln klientów
- 2,1 mln odsłon miesięcznie



Modele biznesu w Internecie

Community+Subscription +Utility

- Dostęp do dóbr o określonych tematach osób o podobnych zainteresowaniach
- Dochód dzięki opłatom za dostęp, lub rozszerzenie funkcjonalności



Modele biznesu w Internecie

Community+Subscription +Utility:

Social networking

- Serwis skupiający „przyjaciół”
- Daje możliwość kontaktu z innymi użytkownikami

Blog

- Internetowy pamiętnik
- Blogi firmowe, specjalistyczne



Modele biznesu w Internecie

Community+Subscription +Utility:

Przykład 1. Grono.net („polski MySpace.com”)

- Powstało w lutym 2004 roku
- Ponad milion użytkowników
- 350 milionów odsłon miesięcznie

Przykład 2. Mylog.pl

- Najczęściej odwiedzany serwis blogowy
- 0,3 mln blogów
- 37 mln odsłon



Modele biznesu w Internecie

Przedsięwzięcia niestandardowe

- Często jest to tzw. „nowa usługa”

Przykład 1. [Skype.com](https://www.skype.com)

Przykład 2. [YouTube.com](https://www.youtube.com)

Przykład 3. [Snajper.net](https://www.snajper.net)