

Proprietà tecniche di Internet: openarchitecture

Proprietà economiche:

- ◆ Mediazione: mette in contatto soggetti che lo desiderino, una tipologia di mediazione si delinea distinguendo la natura degli attori tra utenza commerciale e pvt (b2c, ...)
- ◆ Universalità spaziale: è possibile trascendere le distanze geografiche
- ◆ Universalità temporale: la ricerca di informazioni può essere molto rapida, inoltre le multinazionali possono triplicare il proprio orario di lavoro
- ◆ Esternalità di rete: all'aumentare degli utenti, il valore della tecnologia aumenta; influsso benefico anche su prodotti complementari.
- ◆ Canale distributivo: internet è un nuovo canale distributivo per prodotti o sistemi digitalizzabili
- ◆ Riduzione delle asimmetrie informative: abbassando i costi di ricerca, e la presenza di una mole di dati abbassa il valore unitario.
- ◆ Capacità virtuale infinita: sensazione di potenzialità infinita per le richieste dell'utente
- ◆ Standard a basso costo: internet tecnologia aperta
- ◆ Distruzione creatrice: creazione di nuovi settori, o generazione di nuova domanda o conversione di quella attuale per le aziende già esistenti (trasferimento del contesto competitivo di settori preesistenti); trasformazione di processi esistenti nei settori tradizionali tramite l'ampliamento della base di utilizzo delle tecnologie informatiche.
- ◆ Riduzione costi transazione: standard a basso costo, università spazio-temporale
- ◆ Limite: conoscenza tacita di un'informazione non può essere memorizzata nella rete perchè gli utenti non riescono ad articolare il bagaglio di conoscenza/sensazione attraverso il linguaggio.

Modelli di business

- ◆ Brokeraggio: raccolta informazione, validazione, strutturazione e qualità
- ◆ Commercio: influsso di internet sulla struttura tradizionale di intermediazione produttore/consumatore
- ◆ Pubblicità: introiti dalle commissioni che gli inserzionisti riconoscono in base ai "click" degli utenti
- ◆ Affiliazione: come la pubblicità ma è importante la congruenza tra sito ospitante e prodotto reclamizzato
- ◆ Infomediazione: si basa sulla raccolta di profili di consumatori per rivenderli a terzi
- ◆ Comunità: attrarre utenti omogenei per un certo profilo, es community specifiche di consumatori
- ◆ Abbonamento e consumo: introiti pervenuti dal pagamento di canone o dal consumo del prodotto/servizio offerto