

# **Caso Mecmarket**

## **Università di Bologna**

---

Bologna, 16 Maggio 2001

Andrea Rossi  
Andrea Martinez  
Carlo Baffè

intervaluene

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale può essere fonte di interpretazioni sbagliate

©Copyright 2001 by Intervaluenet S.p.A

Le pubblicazioni non autorizzate, di parte o dell'intero documento, sono proibite

# Mecmarket Case Study

## Cos'è

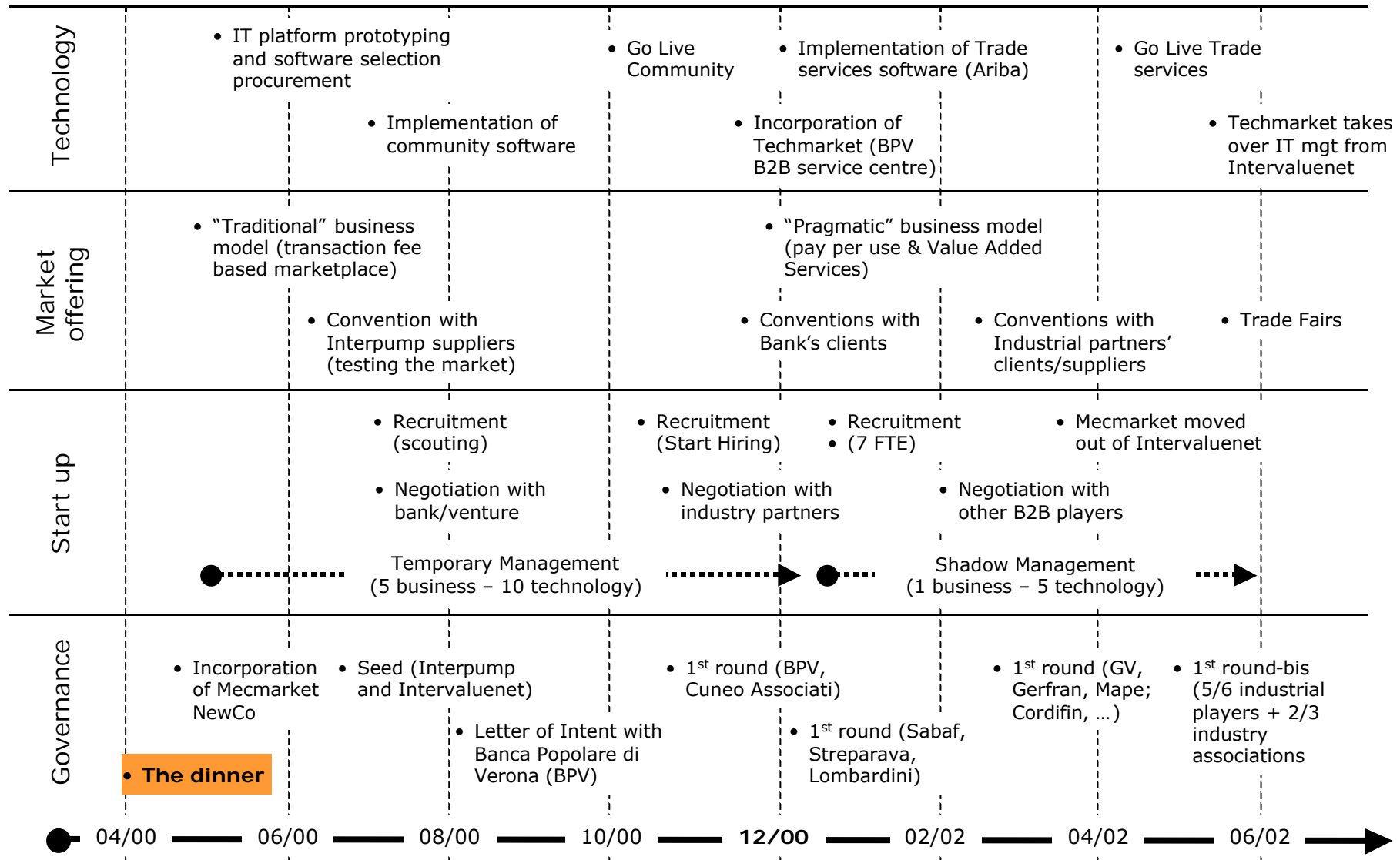
MecMarket è un portale verticale B2B per l'industria meccanica/metalmeccanica nato da ed indirizzato alle piccole medie imprese italiane (fase 1) ed estere (fase 2)

L'obiettivo di Mecmarket è di supportare le aziende meccaniche nel processo di digitalizzazione della proprie supply chain/distribution chain ...ovvero utilizzare il Web per efficientare i propri processi gestionali/relazionali

A tal fine Mecmarket fornisce alle aziende meccaniche un infrastruttura tecnologica evoluta, scalabile e affidabile e un'ampia gamma di Value Add Services (VAS) ...dal caricamento del catalogo (minimale), alla realizzazione di progetti web strategy, consulenza operativa e formazione (massimale)

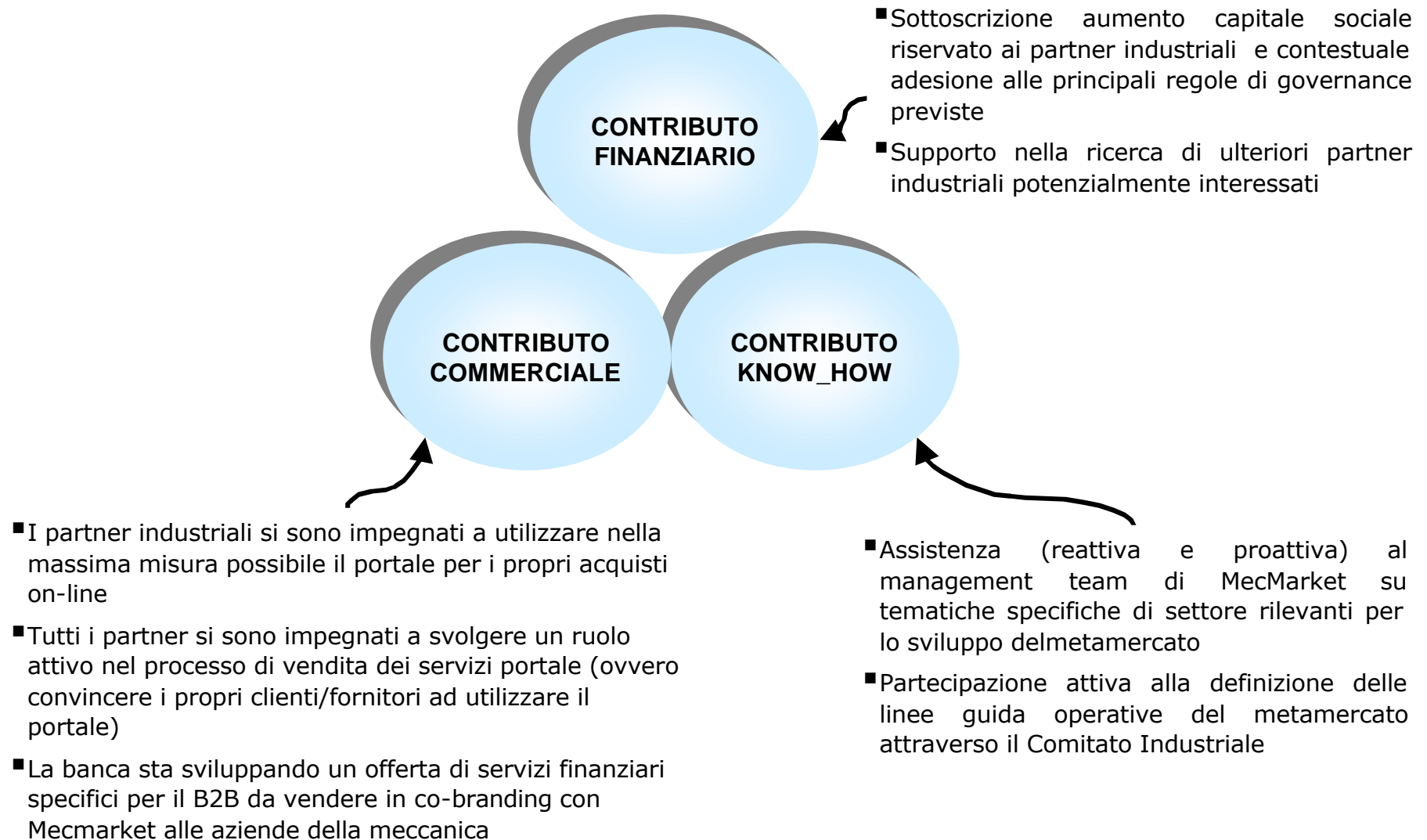
# Mecmarket Case Study

## Timeline



# Mecmarket Case Study

## Governance / Ruolo degli azionisti



# Mecmarket Case Study

## Governance/Percorso di Governance

	<u>Seed Capital</u>	<u>1<sup>st</sup> Round</u>	<u>1<sup>st</sup> Round-bis</u>	<u>2<sup>nd</sup> Round</u>
<b>Quando</b>	▪ Mag 2000	▪ Sett '00 – Mar '01	▪ Apr '01 Giu '01	▪ Fine '01
<b>Capitale raccolto</b>	▪ 350 mio Eu	▪ 3,2 mio Eu	▪ 1 mio Eu	▪ 10 mio EU
<b>Valore teorico</b>	▪ 350 mio Eu	▪ 9 mio Eu	▪ 10 mio Eu	▪ 50 mio Eu
<b>Aumento capitale</b>	▪ -	▪ 35%	▪ 10%	▪ 30%
▪ Interpump	▪ 80%	▪ 40%	▪ 36%	▪ 24%
▪ Intervaluenet	▪ 20%	▪ 13%	▪ 12%	▪ 8%
▪ Cuneo & Ass		▪ 10%	▪ 9%	▪ 6%
▪ Popolare Verona Bank		▪ 15%	▪ 13%	▪ 9%
▪ Lombardini Srl		▪ 2%	▪ 2%	▪ 1%
▪ SABAF Spa		▪ 5%	▪ 4%	▪ 3%
▪ Mape Spa		▪ 1%	▪ 1%	▪ 1%
▪ Streparava Spa		▪ 2%	▪ 2%	▪ 1%
▪ OMR		▪ 2%	▪ 2%	▪ 1%
▪ Gefran		▪ 2%	▪ 2%	▪ 1%
▪ GIVI		▪ 2%	▪ 2%	▪ 1%
▪ Metalwork		▪ 2%	▪ 2%	▪ 1%
▪ Cordifin		▪ 4%	▪ 4%	▪ 3%
▪ Industrial Association			▪ 10%	▪ 7%
▪ Management				▪ 10%
▪ Venture capital				▪ 20%

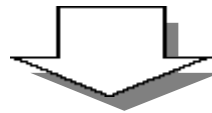
*Un approccio Step by step con un ottimo ritorno in termini di interesse da parte dei player industriali*

intervaluenet

## Mecmarket Case Study

### Business Model/1.0 “Tradizionale” (Maggio 2000)

- Many to many (“modello souk”)
- Revenue Model: transaction fee  
(1-4% su valore transato)
- Qualche Value Added Services (VAS)  
(training, catalogue loading, ...)
- Lo slogan ...un mercato digitale in grado di  
garantire maggior trasparenze/efficienza  
disintermediando il disintermediabile

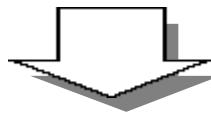


*Business Model sviluppato sull'onda della  
“Nasdaq fever”*

## Mecmarket Case Study

### Business Model/2.0 "Pragmatico" (Gennaio 2001)

- Per la maggior parte degli utilizzatori del portale un "one to many/many to one" ...ovvero private exchange/extranet "costruite" sulla stessa piattaforma tecnologica
- Many to many è sempre una possibilità ma non una priorità
- Revenue Model: pay per use (Lit. 5.000 a ordine perfezionato online indipendentemente dal volume/valore transato + tanti Value Added Services (from < Lit. 1 mio a > Lit. 160 mio + abbonamento (Lit 2 mio anno)
- Lo slogan ... un infrastruttura di comunicazione per re-intermediare i propri canali fisici efficientando i propri processi gestionali/relazionali



*Un modello di Business Model adattato ai  
bisogni/valori percepiti dal mercato*



# Mecmarket Case Study

## Struttura del portale

Funzionalità (software) pronte all'uso per la gestione integrata del proprio business in rete (es. cataloghi, gestione ordini online, gestione documentale, ecc.)

Notizie, informazioni, banche dati e letture su temi strategici del settore

Un parco di fornitori di servizi selezionati con i quali Mecmarket ha negoziato condizioni commerciali vantaggiose



# Mecmarket Case Study

## Linee di servizio / Quattro macro famiglie

### ABBONAMENTI

Canone annuo di abbonamento per aziende meccaniche buyer e/o supplier (ovvero circa 3 user name e password per l'accesso a tutte le funzionalità e strumenti gestionali [software] offerti dal portale)

### SUPPORTO ALL'ATTIVAZIONE (facoltativo)

- Caricamento cataloghi (cartacei e/o elettronici)
- Realizzazione sito aziendale in Mecmarket
- Formazione (buyer, supplier, CRM ecc.)

### VARIE (facoltativo)

- Attivazione fornitori di servizio (non core)
- Attivazione utenti aggiuntivi
- Attivazione flussi di approvazione
- Bannering/sponsorizzazioni ecc.
- ...

### PROGETTI SPECIALI

- *Verticalizzazioni* – creazione di una business community privata (intra/extranet) per mettere in rete fornitori, clienti, partner, collaboratori, agenti/filiali ecc. delle singole aziende
- *CRM back office vendite* – Interventi di consulenza organizzativa e formazione per l'uso del CRM nel ciclo attivo (pre vendita e vendita)
- *CRM acquisti/post vendita* – Interventi di consulenza organizzativa e formazione per l'uso del CRM nel ciclo passivo (acquisti) e nel post vendita (assistenza, reclami ecc.)
- *Integrazioni con sistemi gestionali/ERP* – progetti ad-hoc di integrazione “spinta” SW gestionali aziendali con SW Mecmarket: Ariba e/o Bordona

## Mecmarket Case Study

### Linee di servizio / Prezzi

<b>ABBONAMENTI</b>	Canone annuo	da Lit. 1,0 a 2,5 mio + circa da Lit. 5.000 a Lit. 15.000 di tariffa “pay per use” per ordine perfezionato online
<b>SUPPORTO ALL’ATTIVAZIONE (facoltativo)</b>	Caricamento cataloghi (cartaceo)	Lit. 1,8 mio per 200 articoli (Lit. 9.000 ad articolo)
	Caricamento cataloghi (elettronico)	Lit. 1,0 mio per 200 articoli (Lit. 5.000 ad articolo)
	Realizzazione sito aziendale	Lit. 2.0 mio (contenuti e foto a carico del cliente)
	Formazione	da Lit. 1,5 a 4,0 mio circa per corso per persona
<b>VARIE</b>	Attivazione fornitori di servizio (non core)	da Lit. 3 a 6 mio circa a seconda della complessità
	Attivazione utenti aggiuntivi	Lit. 100.000
	Attivazione flussi di approvazione	Lit 200.000
	Bannering/sponsorizzazioni	gratuite(per un anno)

## Mecmarket Case Study

### Linee di servizio / Prezzi

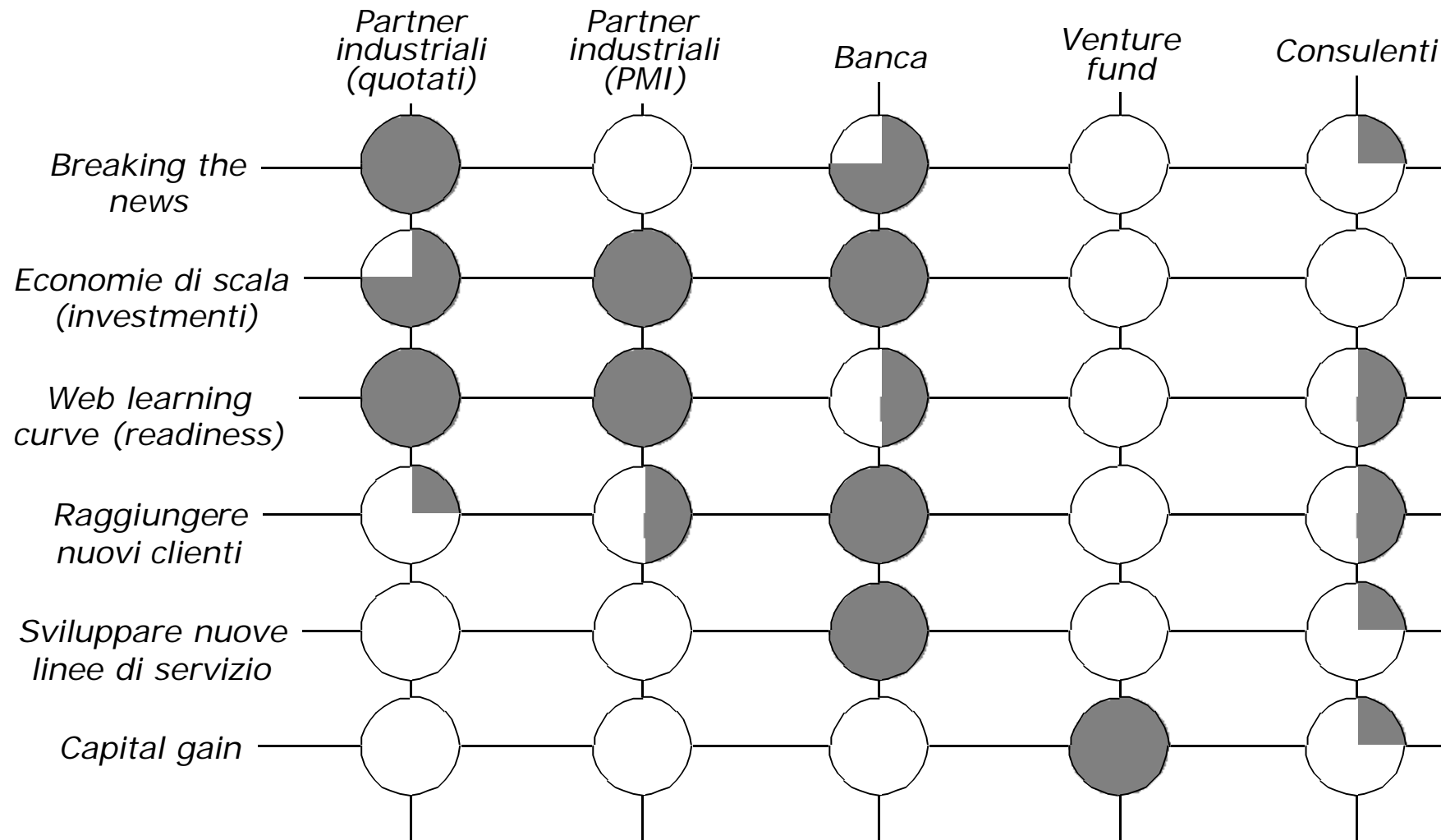
		<i>Verticalizzazioni</i>	<i>CRM vendite</i>	<i>CRM acquisti/post vendita</i>
<b>PROGETTI SPECIALI</b>	<i>Max</i>	Lit. 180 mio + 50 canone annuo	Lit. 80 mio	Lit. 90 mio
	<i>Min</i>	Lit. 40 mio + 20 canone annuo	Lit. 25 mio	Lit. 40 mio



*Veri e propri progetti di consulenza/supporto operativo per l'attivazione di una presenza Web ragionata e completa (acquisti, pre post vendita, gestione delle relazioni con collaboratori/partner ecc.)*

# Mecmarket Case Study

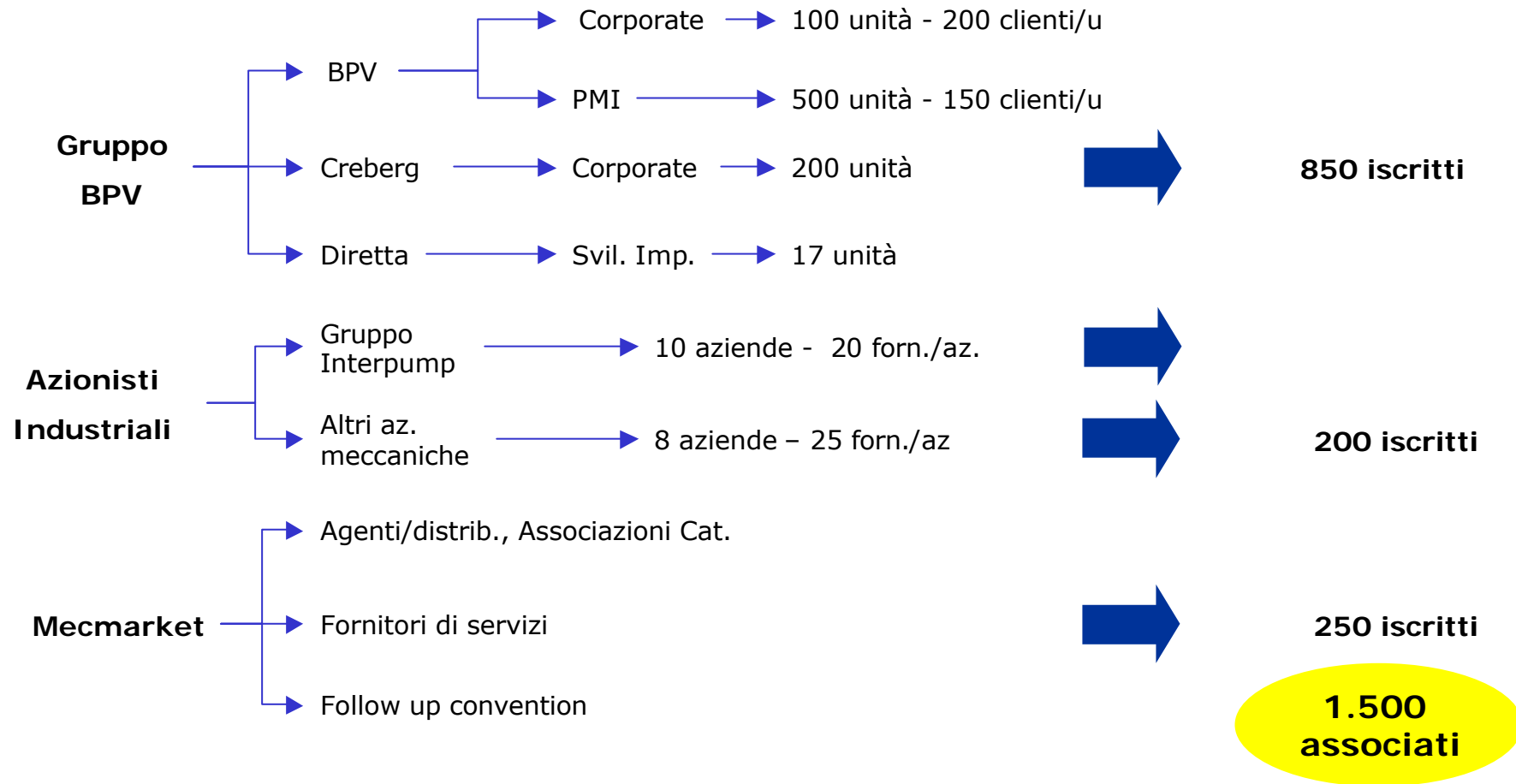
## Business Model / Attese degli Stakeholders



*"Gestire" le attese degli stakeholder in modo coerente*

# Mecmarket Case Study

## Business Model / Raggiungere i clienti finali (critical mass)



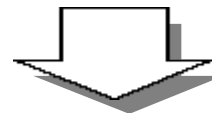
*Stimolare e coordinare il network degli azionisti per raggiungere i clienti finali*

## 2) Mecmarket Case Study

### Lessons learned/Do's e Dont's

#### Not Done

- Media advertising
- Information technology insourcing
- Tanto venture capital (big/quick 1st round)
- Management team composto da spin-off di consulenti rampanti
- Early Branding delle Associazioni Industriali
- Approccio globale dal giorno zero (il web è senza frontiere)



#### Done

- "One to one networking"
- Information technology outsourcing (prima i consulenti, poi la banca)
- Tanti partner industriali (con round di finanziamento "abbordabili")
- Temporary management prolungato (consulenti) and e management team di provenienza industriale
- Associazioni Industriali a motori rodati
- Un avvio molto locale (Nord Est) ed un progressivo aumento dei confini operativi nazionali/internazionali

*Approccio latino alla new economy*

## Contacts

**Intervaluenet S.p.A**

Via San Felice 26

40122 Bologna

Tel. + 39 051 27.31.57

Fax + 39 051 29.60.864

E-mail [info@intervaluenet.com](mailto:info@intervaluenet.com)

<http://www.intervaluenet.com>