

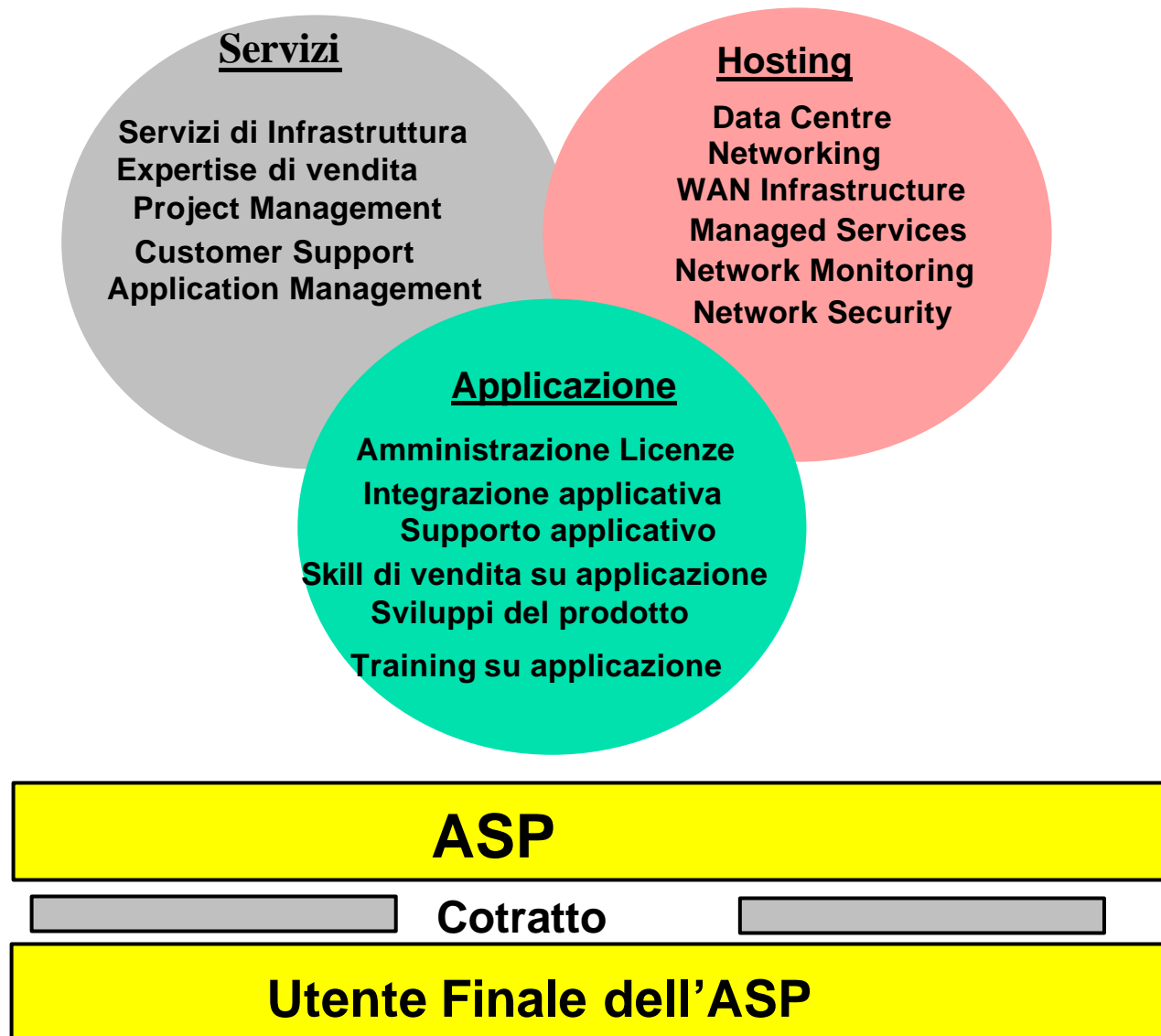
Evoluzione del modello ASP: Verso l' e-business on demand

Enrico Bozzi
Emerging Market IBM

- **Il difficile mestiere dell'ASP**
- **Cosa non ha funzionato nella fase 1?**
- **L'evoluzione del modello ASP verso l'e-sourcing**
- **Il modello IBM: l'e-business on demand**



Elementi necessari per implementare una soluzione ASP



E-BUSINESS ON DEMAND™
THE NEXT UTILITY™

Situazione del mercato ASP

- **L'adozione e la crescita sono state inferiori alle previsioni degli analisti , ma le prospettive sono interessanti**
 - L'awareness presso i clienti è ancora bassa
 - Non sono ancora disponibili “killer applications”
 - La value proposition iniziale non era adeguata
- **Il modello di Business è fondamentale e sarà discriminante per essere vincitori o perdenti**
 - Molti modelli sono stati provati in pochi anni
 - Molti “fallimenti” non avevano una forte value proposition, un preciso mercato di riferimento etc
 - Verso modelli a maggior valore aggiunto



Cosa non ha funzionato nella fase 1?

† ASP

- † **Approccio di vendita errato: “Creato il servizio I clienti arriveranno”**
- † **Modello di business non correttamente definito**
- † **Incomprensione della reale opportunità di mercato ... da costruire**
- † **Value proposition debole, specialmente nella modalità ASP reseller**
- † **Cicli di vendita più lunghi del previsto e alti costi di acquisizione dei clienti**
- † **Flusso di revenue esiguo nei primi mesi di ogni contratto**
- † **Modello e soluzioni degli ISV non consistenti con l'ASP (Sw come servizio)**
 - † **Problemi di integrazione della catena del valore (es skill di vendita, supporto..)**
 - † **Equivoco della soluzione standard: chiusa o configurabile**
 - † **No 'killer' application**
 - † **Modello di pricing (licenze vs subscription e/o pay per use)**

I Clienti: attese non soddisfatte

- † **Confusi dalla zuppa delle sigle e dal linguaggio da adepti**
- † **Hanno trovato una limitata esperienza, scarsi skill di business**
- † **Non hanno visto un progetto di evoluzione dei servizi**
- † **SLA con contenuti non soddisfacenti**
- † **Diffidenza verso l'esternalizzazione di applicazioni di business e verso Internet come adeguato strumento (es. Sicurezza ...)**



Come si presenta la fase 2?

† ASP: lezioni imparate

- † Focus, focus, focus (modello di business, mercato, offering, SLA, ..)
- † I servizi ASP come elemento di un portafoglio più ampio
- † SLA è parte integrale dell'offerta
- † Migliore integrazione degli ISV
- † Attenta identificazione delle partnership
 - † per la definizione dell'offering
 - † per la costruzione di un canale di vendita

† I Clienti: verso quali soluzioni e quali aspettative

- † Un puro modello 'pay as you go' non è ancora pronto per un utilizzo generalizzato, ... ma si possono già introdurre elementi di costo variabili e per commitment
- † Per ripartire i costi dei servizi su più clienti si devono "accettare" compromessi in termini di standardizzazione e/o condivisione degli asset e dell'infrastruttura
- † Referenze più solide e numerose facilitano lo sviluppo del mercato, anche in considerazione delle riduzioni dei budget IT



La value propositio di IBM per gli xSP

Agevolare i Partner IBM ad avere successo nel modello xSP utilizzando la tecnologia, l'infrastruttura e i programmi IBM

† Commitment di lungo termine sul mercato xSP

- † Team globale xSP
- † Programmi globali dedicati

† L'offerta più completa sul mercato a supporto del business xSP: non solo tecnologia , ma supporto in tutte le fasi del business

- † Workshop di business e tecnologici & offerta di business consultoing
- † Infrastruttura - eServers, SW, Linux, Storage, Sevizi finanziari, Servizi di consulenza, progetto e supporto
- † Uso dei Solution Center IBM per ASP (3 centri in Europa)

† Programmi di Partnership xSP




- † xSP Prime Programme for Developers
- † xSP Prime for Hosting Partner accreditation programme







E-BUSINESS ON DEMAND™
THE NEXT UTILITY™

Fattori di cambiamento: le nuove sfide per i clienti

Le preoccupazioni dei clienti

-  Rapidi cambiamenti e futuro incerto creano un clima a “alto rischio” per gli investimenti in tecnologia
-  I mutamenti nel business spiazzano i dipartimenti IT e i vendor tradizionali di IT
-  I budget sono limitati, le risorse disponibili diminuiscono – prevale il supporto alla parte legacy rispetto allo sviluppo di nuove capacità

Nuovi criteri per i decision makers

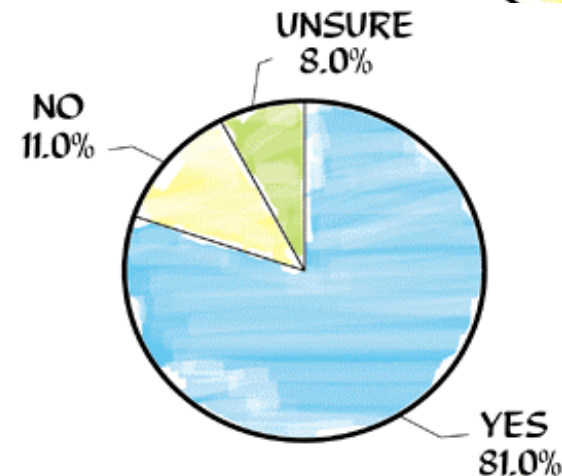
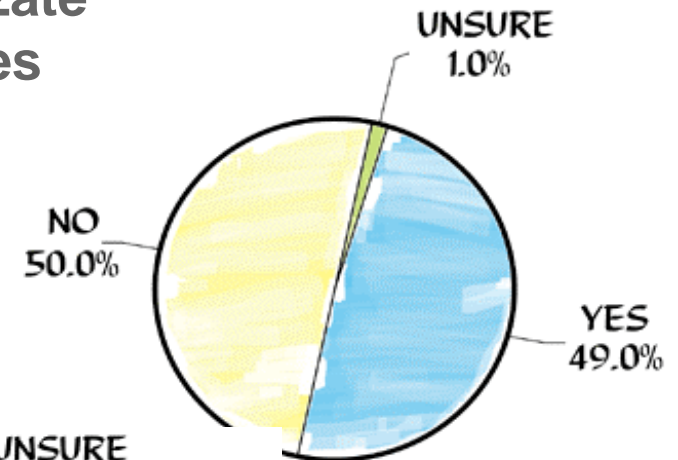
-  “Acquistare” piuttosto che “sviluppare”
-  Velocità nel raggiungere il mercato
-  Soluzioni flessibili e piattaforme aperte
-  Utilizzare vendor con una riconosciuta leadership di business e “industry-specific”



Fattori di cambiamento: le esigenze dei clienti

- Acquisire velocemente nuove capacità (81%)
- Migliorare il livello di servizio (76%)
- Ridurre investimenti upfront (73%)
- Utilizzare skills non disponibili internamente (73%)
- Fare tesoro di best practices (65%)
- Migliorare le economie di scala (58%)
- Soddisfare le fluttuazioni della domanda (57%)

Utilizzate utilities oggi?

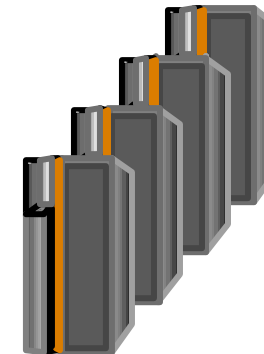


Lo farete entro 18 mesi?



Fattori di cambiamento tecnologici

- ✍ Diminuzione dei costi per la banda
- ✍ Realizzazione di architetture distribuite
- ✍ Virtualizzazione di server e storage
- ✍ Servizi basati su infrastrutture di e-business
- ✍ ...



E-BUSINESS ON DEMAND™
THE NEXT UTILITY™

L'ASP evolve verso l'e-sourcing

The delivery of **standardized** processes, applications and infrastructure **over the network, as a service,** with both **business and IT functionality**

- ✍ Un nuovo modo di acquisire l'IT come una utility
- ✍ Accesso immediato: quello che serve, quando serve
- ✍ Modello di pricing flessibile: si paga ciò che si usa



E-BUSINESS ON DEMAND™
THE NEXT UTILITY™

Il modello IBM : l'e-business on demand

3.

Know-how

KNOW-HOW: Patents, processes, best practices, Web services

2.

Business Process Portfolio

Public

Communications

Distribution

Industrial

Finance

VERTICAL BUSINESS SERVICES

HORIZONTAL BUSINESS SERVICES

1.

Infrastructure for e-business

MANAGEMENT SERVICES

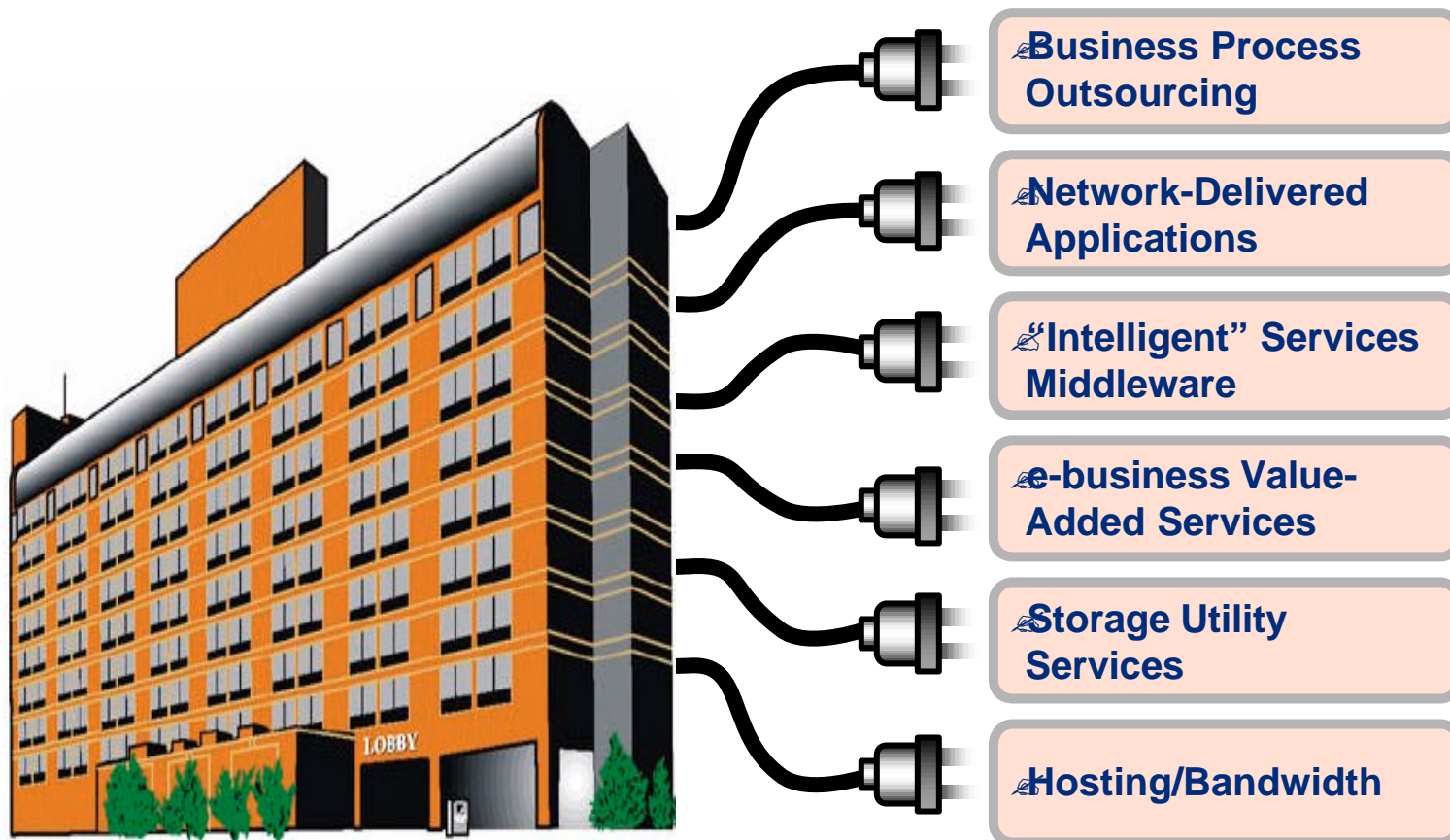
CORE INFRASTRUCTURE SERVICES



E-BUSINESS ON DEMAND™
THE NEXT UTILITY™

E-business on demand: l'IT diventa una utility

Fornitura attraverso la **rete** di processi, applicazioni e infrastruttura **standardizzate**, come **servizi** con funzionalità/contenuto **sia IT sia di business**.



E-BUSINESS ON DEMAND™
THE NEXT UTILITY™

Grazie
enrico_bozzi@it.ibm.com



E-BUSINESS ON DEMAND™
THE NEXT UTILITY™