

Market@one and Micromachine Marco Polo 2.0

Fabio Carati

Sandro Speranza

Mattia Mialich

Shuhei Kuwabara

Yie Leng Chan

Attività e obiettivi

- Future Skill da Luglio 2008 (Startup Attività Future Centre e Selezione risorse internazionali);
- Finita la prima fase di ricerca sulla parte Market@one e Micromachine Luglio 2008, Settembre 2008;
- I Distretti del Futuro, Network di imprese e Università per lo sviluppo degli Ecosistemi di Business nei Distretti Produttivi Italiani (Uni di Venezia, Uni di Padova, Uni di Firenze, Uni di Pisa, diverse imprese Italiane, Regione Veneto e Toscana), governo Ministero dell'Innovazione;
- Inizio Progetto Marco Polo 2.0 con costruzione della piattaforma abilitante e sperimentazione sui Business Ecosystem Ottobre 2008, Settembre 2010; raccolta fondi e adesioni, mock-up e ricerca di mercato, release Beta per il Carnevale 2010, presentazione all'Expo di Shanghai 2010, presentazione Business Plan Settembre 2010;
- Dopo la presentazione BP valutazione di sviluppo di una NewCO a partecipazione mista (TI e Partner), Ottobre 2010.

La sperimentazione

Marco Polo 2.0 Italian Market@one

Un nuovo canale distributivo dei prodotti del made in Italy tramite un arricchimento dell'esperienza turistica in Italia mediante:

personalizzazione,
servizi e innovazione,
prova sul campo,
Acquisto.

Mercato di riferimento

Domanda

Offerta



Obiettivi dell'idea di Business

- Fornire alle Imprese del territorio una serie di servizi per abilitare la vendita dei loro prodotti a livello mondiale, attraendo e fidelizzando il turista che entra in Italia;
- Fare in modo che i prodotti giusti raggiungano il cliente giusto (Market@one) attraverso la prenotazione di una prova degli stessi (Trial dei prodotti nel mondo reale come nuova forma di Marketing);
- Abilitare la nascita di nuovi canali distributivi world-wide mediante accordi con imprenditori locali del mercato di interesse;
- Facilitare l'uso di nuove applicazioni HW e SW sia sul fisso sia sul mobile;
- Formazione di una Task-Force Pilota: aziende coinvolte nella prima fase (prodotti agricoli e artigianali del Made in Italy, Alberghi, Ristoranti e Locande, Vini di Qualità, Vetri di Murano, Agriturismi e Aziende Agricole, Gioielli, Artigianato Artistico, Musei della civiltà contadina e opere d'arte del territorio).

Value Proposition

- Facilitare la creazione di un Ecosistema di Business che integra le migliori competenze e i migliori prodotti e servizi del Made in Italy e dell'Italian lifestyle;
- ingresso per gli Imprenditori Innovativi nel mondo del social network, dell'e-commerce e della tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti del territorio;
- Promuovere i prodotti tipici del Made in Italy e catturare il cliente estero che arriva in Italia;
- Facilitare le Imprese Locali ad andare direttamente sui nuovi mercati senza intermediazione attraverso il Franchising del made in Italy;
- Abilitare il social marketing e lo sviluppo di applicazioni su rete fissa e mobile.

Luogo di incontro dei Prodotti Italiani e dei Turisti prima, durante, dopo il viaggio

Fornitori Prodotti
Servizi

Outlet Lusso
Calzature
Artigianato
Qualità
Tema Mobility
Murano Glass
Cantine
Gioielli

Hotel 5 Stelle

API

Mercati



Worldwide Users

PA sites
Pro Loco

YouTube



API



API



API

Kindle

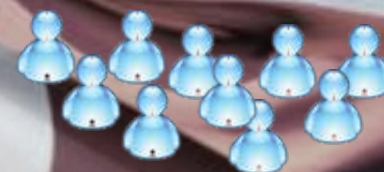
API

Mobile

app

API

Nuovi canali
Franchising



Worldwide
Entrepreneurs
(Travel Agencies)

**Virtual
Shop**

app

API

Consigli personalizzati
Servizi per il Turista
Prodotti personalizzati
Pagamento, Billing

TI platform

Gestione dei Flussi di cassa
tra gli attori, tracciamento del valore
Business Intelligence
Distributed Social CRM

Migliorare la consumer experience in Italia



Esempio di ambiente (Venezia) durante la visita nel posto di riferimento



La creazione dell'ecosistema...

Marco Polo 2.0 Italian Market@one

Gli attori dell'Ecosistema di Business:

- Shareholder
- Innovatori
- Stakeholder