

Corso di Economia Aziendale 2007/2008

Prof. Boni

Poste Italiane S.p.A. entra nel mercato della telefonia mobile

Tesina di Alessio Dezi (1053564)

1. Estremi articolo

Articolo da “Ilsole24online.com” di Roberto Iotti : Poste, dal 2008 bollettini via SMS
www.postemobile.it

2. Sintesi articolo

Il futuro di Poste Italiane S.p.A. si svilupperà sulle autostrade dell'informatica e su quelle più tradizionali della logistica e del "core business" ed i servizi offerti andranno ammodernati per far rimanere l'azienda al passo con il Paese, per questo motivo Poste Italiane ha pensato di entrare nel mondo della telefonia mobile: Il nuovo servizio offerto da Poste Italiane va oltre il semplice servizio voce ed SMS ma è un vero e proprio “money transfer”, la possibilità cioè di trasferire somme di denaro con l'ausilio del telefono portatile. Poste Italiane è la prima azienda al mondo ad aver attivato il trasferimento di denaro con il telefonino sviluppando un'infrastruttura che permette di gestire ogni transazione in tempo reale ed in modo sicuro. Questo servizio offrirà al cliente la libertà di inviare e ricevere denaro e quindi effettuare operazioni di pagamento o postali senza l'obbligo di recarsi allo sportello.

3. Collegamento agli argomenti trattati dal programma di EA

Poste Italiane S.p.A. prima di entrare nel mercato della telefonia mobile con una sua azienda PosteMobile, facente parte del suo gruppo, avrà sicuramente studiato il mercato in cui sta tentando di entrare. Un metodo che consente di studiare un mercato cercando di comprenderne le possibili minacce o opportunità visto nel corso è il modello di Porter. Il modello è diviso in 5 parti da esaminare:

Entranti potenziali: nel caso del mercato della telefonia mobile oltre a Poste Italiane le possibili aziende che potrebbero credere nell'opportunità di entrare nella telefonia, sono le aziende di telecomunicazioni, che magari possedendo reti televisive vogliono cercare di espandere il proprio business utilizzando anche la nuova tecnologia che consente di trasmettere programmi televisivi visualizzabili anche da telefoni cellulari, o in prima persona o effettuando delle joint adventure con altre aziende già presenti nel mercato. Altre società possibili “entranti” del mercato possono essere, come nel caso di Poste Italiane, aziende che hanno sviluppato nuove forme di utilizzo del telefono cellulare.

Potere contrattuale dei fornitori: Poste Italiane è in collaborazione con Vodafone che le fornisce la rete di appoggio per chiamate ed SMS, quindi per Poste Italiane non c'è la possibilità di essere molto flessibile sulle offerte riguardanti la telefonia.

Potere contrattuale dei clienti: per Poste Italiane le offerte di telefonia “classica” sono leggermente più esose dei concorrenti del mercato, però avendo dei servizi esclusivi rispetto

alle altre aziende potrebbe creare una specie di “monopolio” decretando lei stessa il giusto prezzo.

Prodotti sostitutivi: nel mercato della telefonia ci sono molti prodotti o servizi aggiuntivi che in linea di massima però sono omogenei, per quanto riguarda il servizio di pagamenti via SMS l'unico prodotto che potrebbe sostituirlo è l'internet banking, un servizio che negli ultimi anni sta avendo un utilizzo sempre maggiore, da parte soprattutto delle aziende che vogliono avere un pieno controllo ed essere aggiornati ogni istante sullo stato del proprio conto corrente.

La concorrenza: in questo mercato è elevatissima, attraverso lo strapotere di due aziende su tutte: Tim e Vodafone, che puntano anche ad una penetrabilità nel mercato grazie anche a delle pubblicità-fiction che rendono le pubblicità memorizzabili e riconoscibili attraverso lo sviluppo di storie e facendo innumerevoli investimenti su questo mercato cercando di creare offerte sempre più accattivanti. Più indietro c'è Wind che con minor investimenti e capitali cerca di tenere il passo dei due colossi della telefonia. Poste Italiane quindi punterà sulla diversificazione del prodotto e dei servizi offerti, non avendo però le stesse possibilità nella telefonia “classica” (chiamate e SMS) dove dovrà cercare di diminuire al minimo il gap con lo strapotere di Tim e Vodafone.

4. Commenti

L'impresa di Poste Italiane potrebbe far pensare ad una scelta rischiosa, però oramai l'informatica sta entrando prepotentemente in ogni campo, utilizzare le potenzialità dell'informatica, ampliandone la presenza anche su cellulari potrebbe essere una scelta giusta. Però il passaggio da abitudini consolidate (pagamenti di persona, rapporti faccia a faccia con impiegati, ecc), e la poca fiducia che la gente ancora ha nell'effettuare transazioni informatiche potrebbe portare ad un insuccesso nel breve termine. Sicuramente a lungo termine potrebbe portare ad un successo, se si riuscirà a creare nel cliente un senso di sicurezza, di semplicità ed affidabilità di questo servizio cercando anche di migliorare l'offerta riguardante la telefonia “classica”, facendo migrare clienti dalle altre compagnie offrendo lo stesso prezzo o leggermente superiore (visto che i costi di chiamate ed SMS sono vincolati dall'appoggio alla rete Vodafone), ma puntando sull'esclusivo servizio di pagamento via SMS. Sicuramente la fetta di mercato che deve interessare PosteMobile riguarda i privati di un'età giovane in quanto le persone anziane e le aziende difficilmente utlizzeranno i suoi servizi. Risultati positivi o negativi di questa scelta arriveranno tra qualche anno quando si potrà comprendere la risposta dei clienti a questa innovazione.