



WebSphere Software

IBM WebSphere Commerce V6.0

Delivering the Next Generation of E-Commerce

Domenico Bumbaca
WebSphere Commerce
335 7368 765

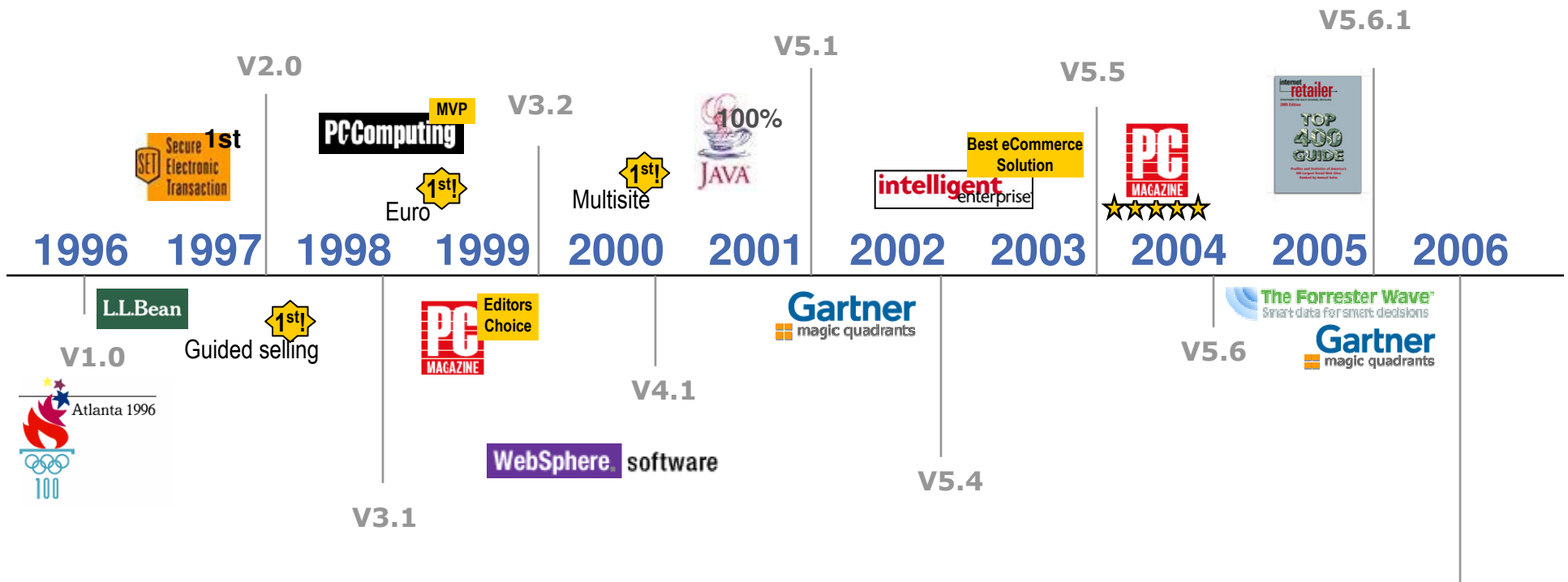


ON DEMAND BUSINESS™

© 2006 IBM Corporation

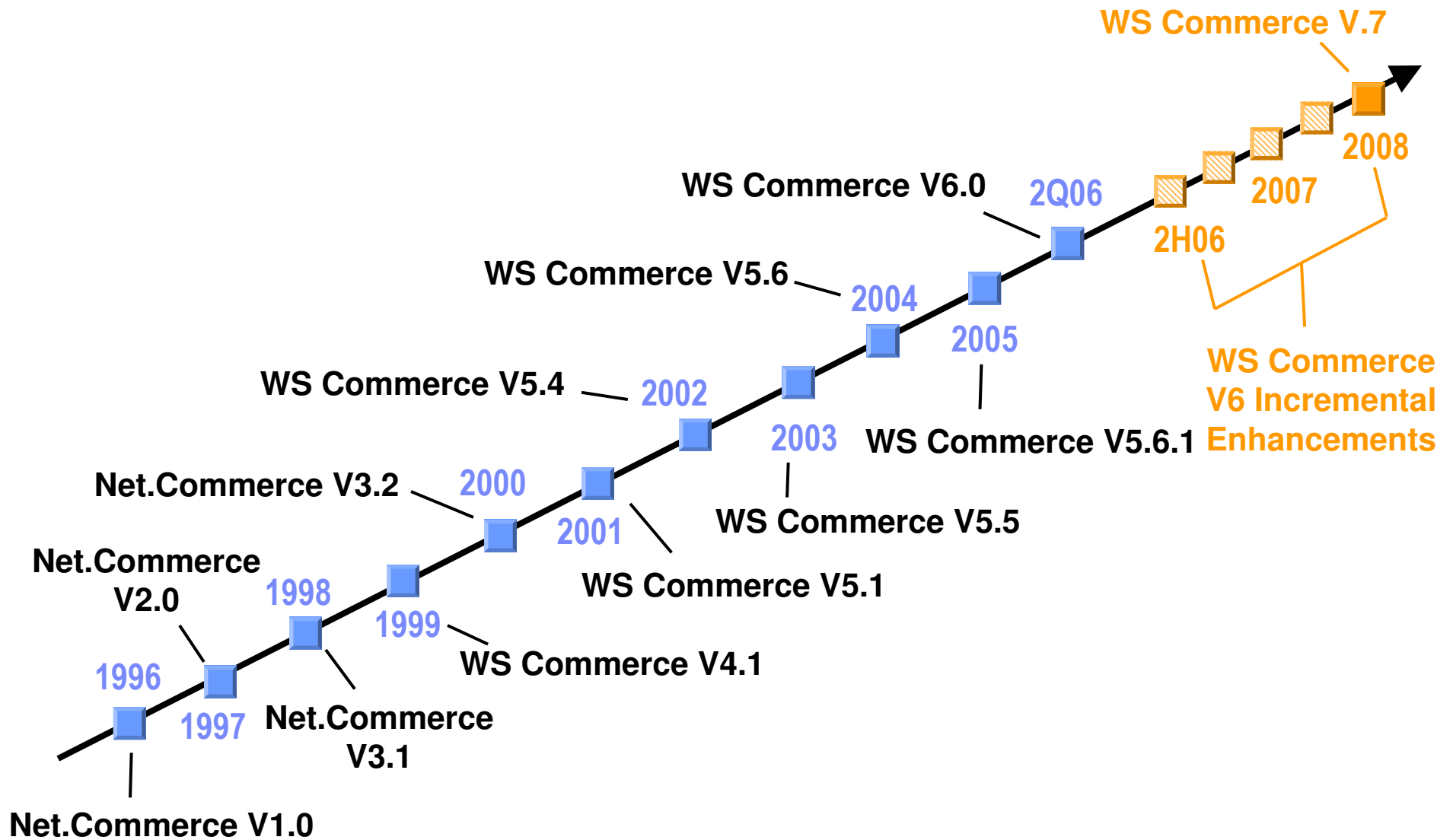
Ten Years of E-Commerce Leadership!

IBM. WebSphere. Commerce



IBM users in the next generation of e-commerce with WebSphere Commerce, Version 6.0

WebSphere Commerce Release Timeline

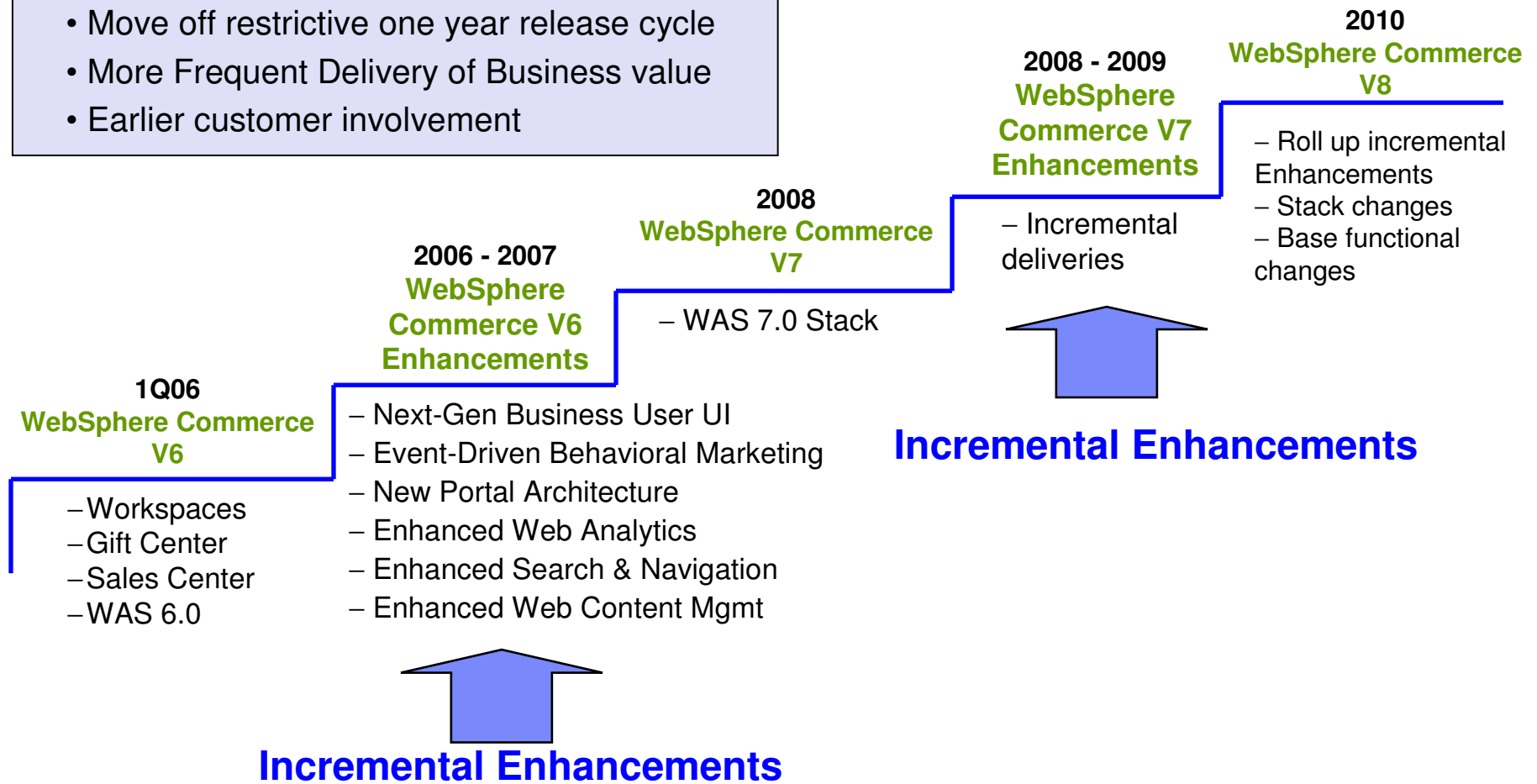


WebSphere Commerce Incremental Delivery Strategy

Base Infrastructure will be updated on a two-year cycle

Benefits

- Move off restrictive one year release cycle
- More Frequent Delivery of Business value
- Earlier customer involvement

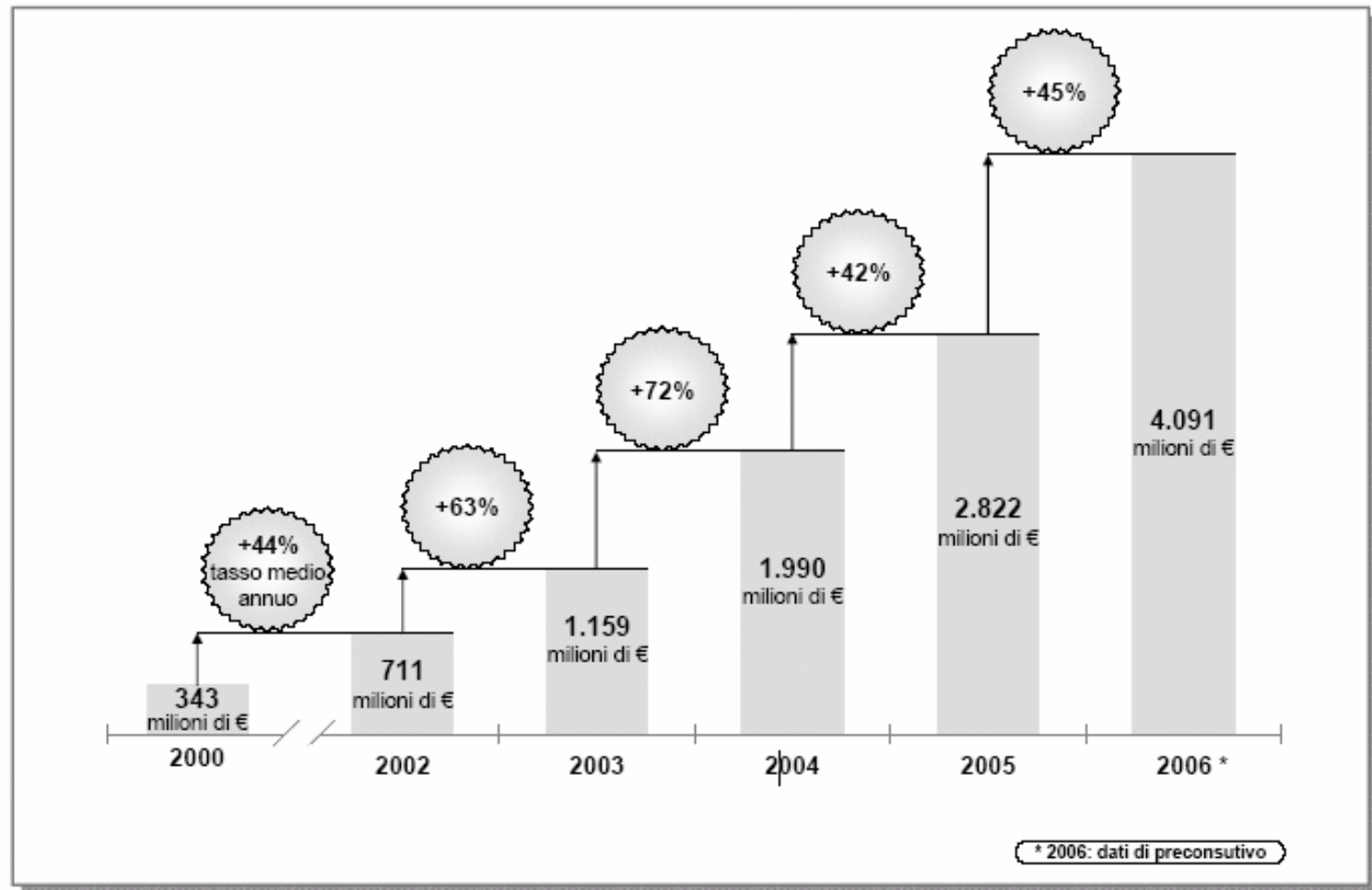


Quanto è stato venduto?

- La dinamica delle vendite in Italia (da Politecnico)

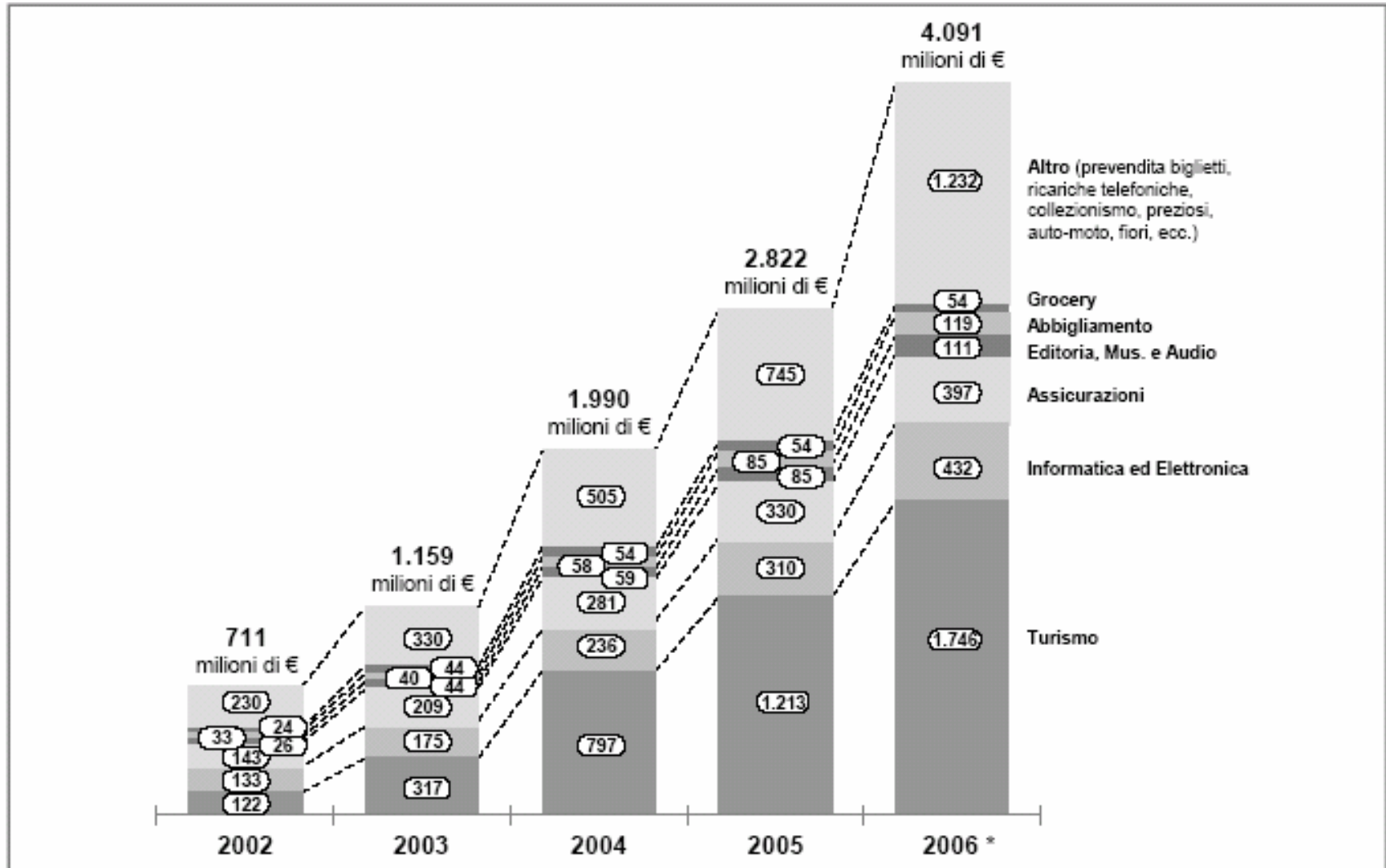
Fig. 1.1

La dinamica del mercato (2000-2006)



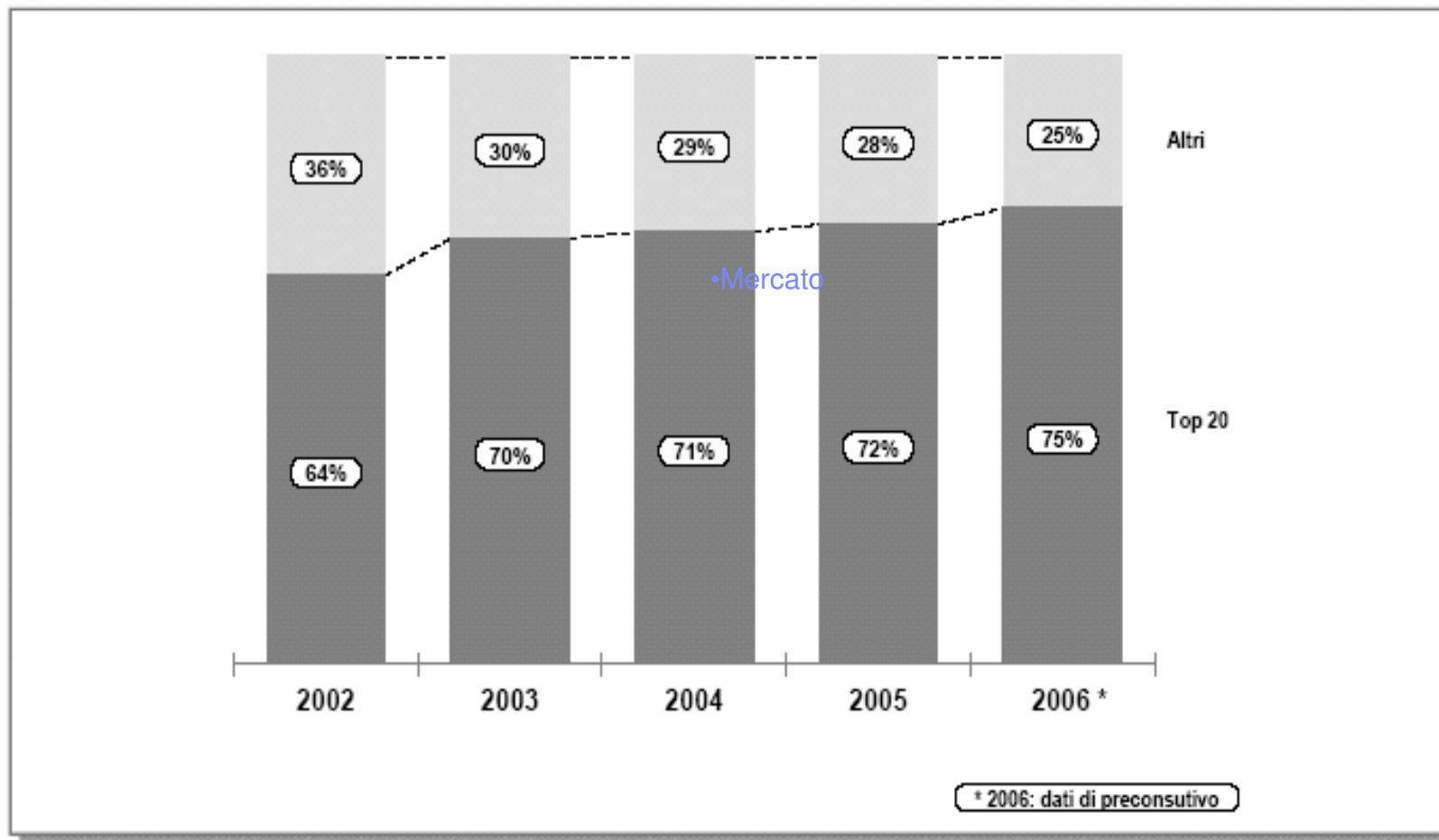
Quali mercati?

- Vendite per comparto



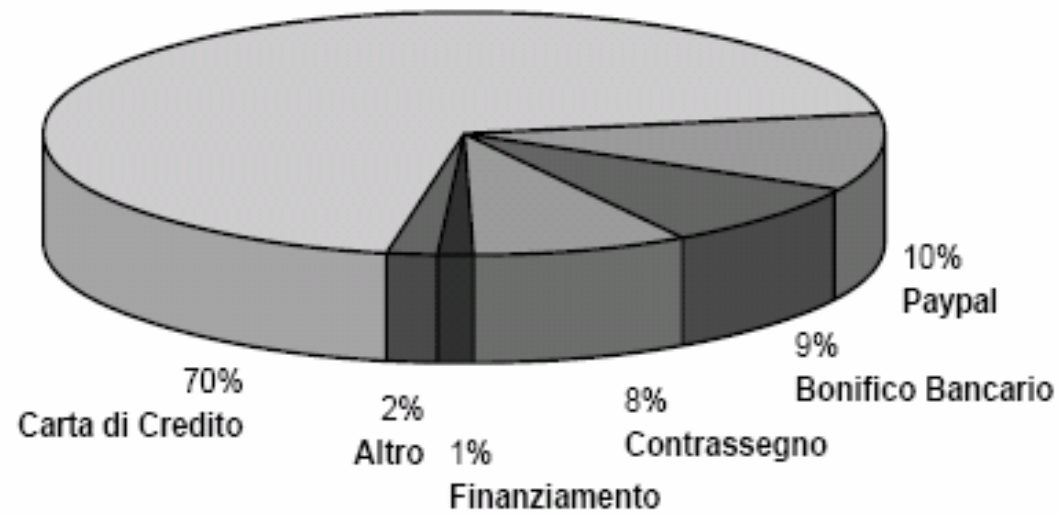
CHI?

- La concentrazione del mercato (eBay, Venere, Expedia, eDreams, Alitalia, Trenitalia, Esselunga, Mediaword, Vodafone)



Mercato

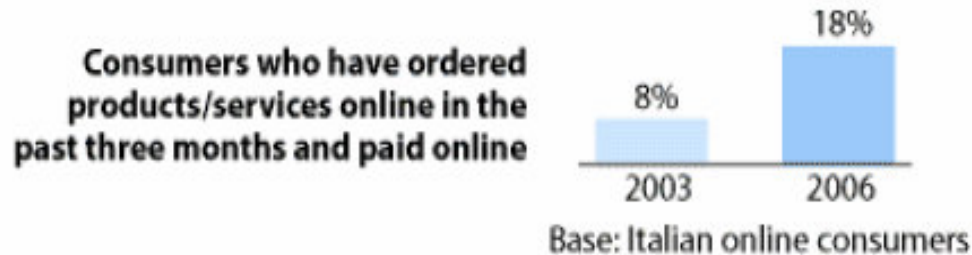
- Le modalità di pagamento



Un'altra prospettiva

- Trend (da IDC)

1-1 In Q2 2006, nearly 20% of the Italian online population had bought something online



1-2 Italian online buyers are wealthy, connected males

	2003	2006
Mean age	39	38
Male	69%	64%
Middle education	70%	63%
Upper income	57%	71%
Have broadband at home	17%	68%
Online tenure (years)	4	6
Hours actively online per week	8	12
Started to buy on the Internet	2 years ago	3 years ago
Think that personal information is secure when making a purchase online	42%	37%
Technology optimist	79%	77%

Base: Italian online buyers

? **Did you know?**
 In Q2 2006, 73% of Italian online consumers said they think personal information is not secure when making a purchase online versus 42% of European online consumers.

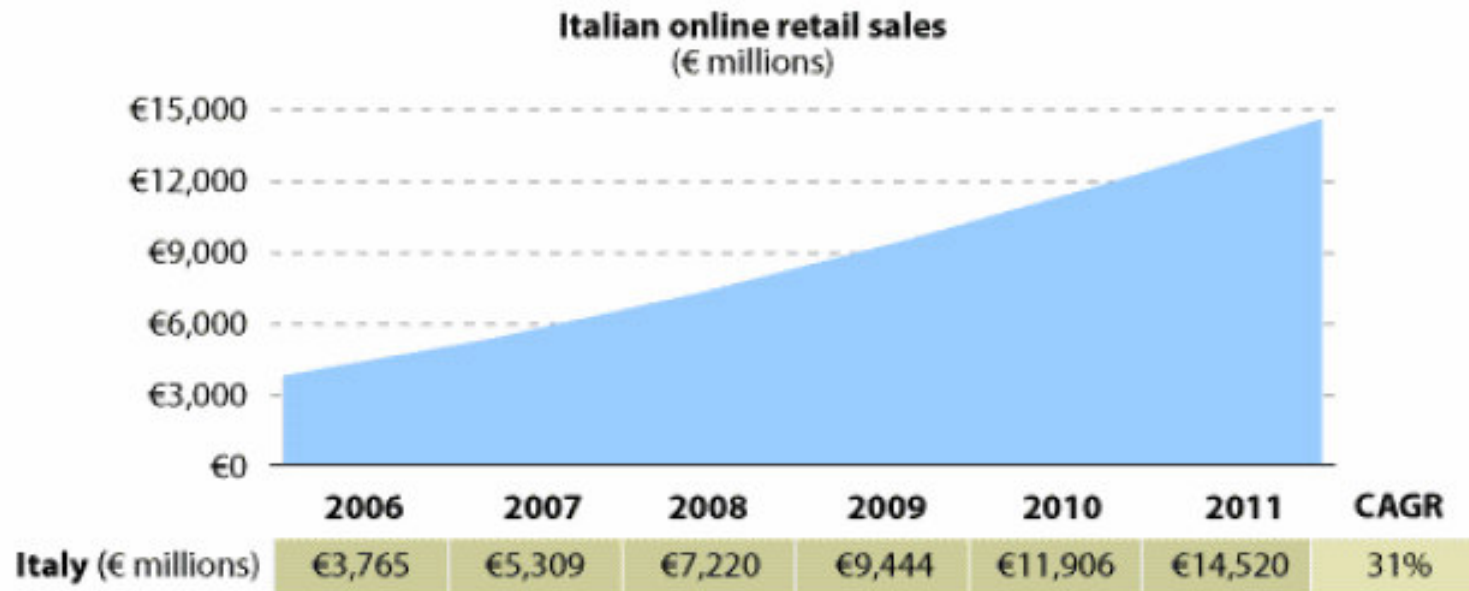


Mercato

- Trend (da IDC)

Figure 2 Forecast: Italian Online Retail Sales, 2006 To 2011

1 The spreadsheet detailing this forecast is available online.



(numbers have been rounded)

Market Dynamics Driving E-Commerce Today



Empowered Consumers

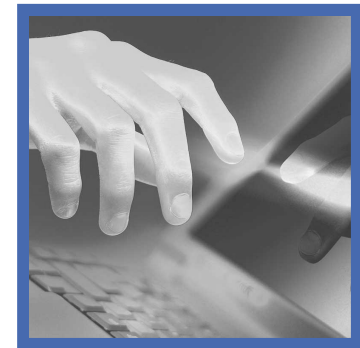
- **Connected and informed**
- **Want greater choice, convenience, control**

34% say most recent experience did not meet expectations

Multichannel Shopping

- **Consumers zig-zag in and out of channels**
- **Expect superior service at every touchpoint**

65% research online before purchase offline



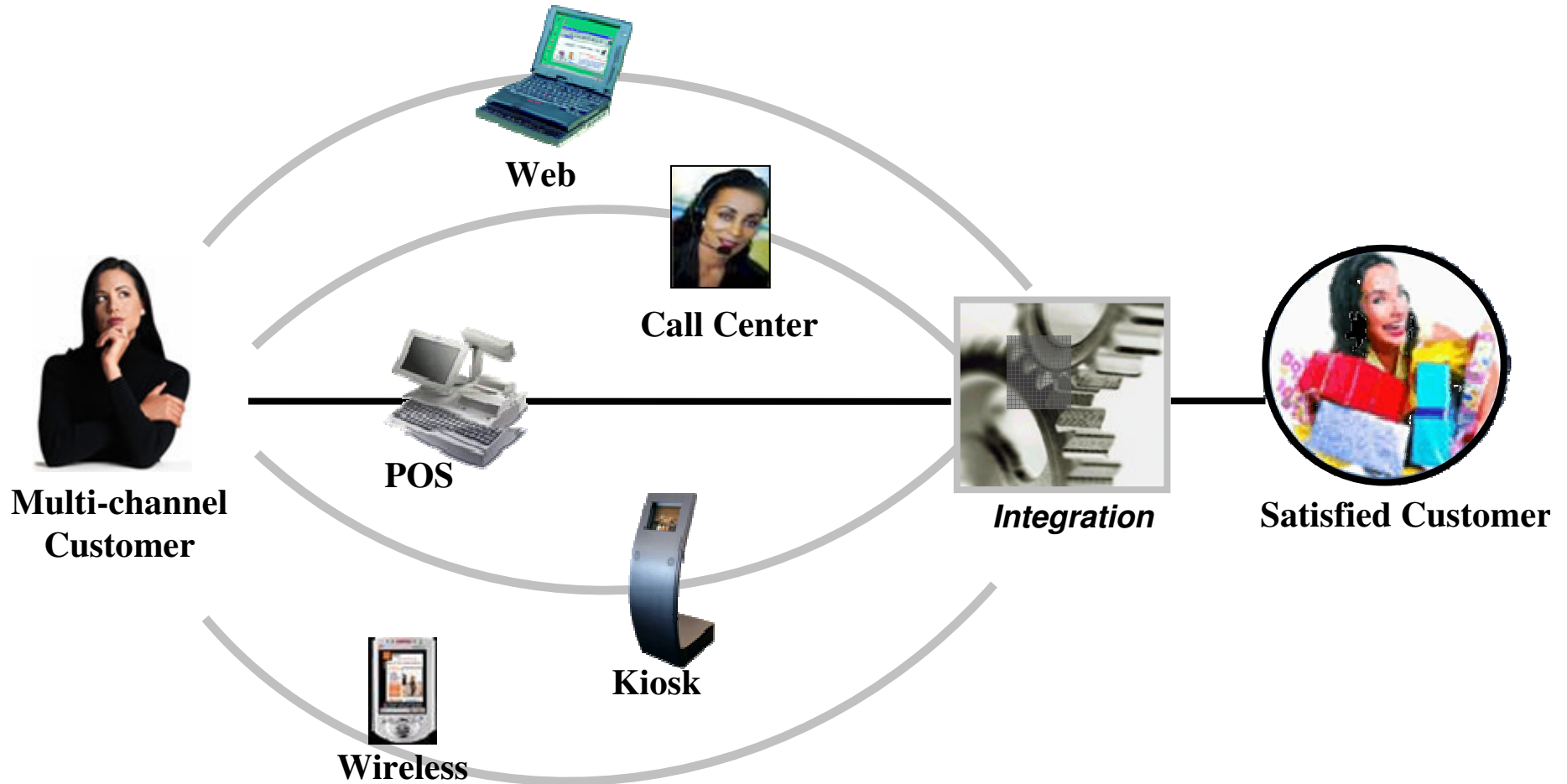
Expanding Role of E-Commerce

Web site is a key portal into your brand

45% have changed their opinions of brands due to online experiences

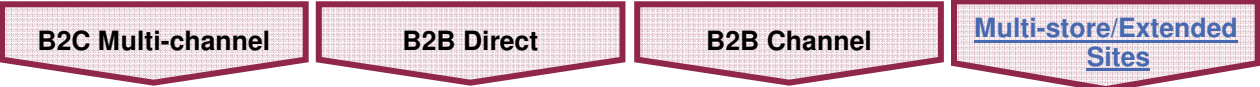
The Next Generation of E-Commerce is Multi-Channel

Empowering customers to shop whenever, wherever and however they choose



WebSphere Commerce Solution Architecture

Business Models



Tools

Business

[Commerce Accelerator](#)
[Catalog & Product Manager](#)
[E-mail Template Editor](#)

Admin

[Access Control](#)
[Installation & Deployment](#)

Developer

[Integrated Development Environment](#)
[IDE for Web Services](#)
[Plug-ins & Accelerators](#)

Configurable Business Processes

Catalog & Content

[Content Aggregation](#)
[Workflow & Workspaces](#)
[Product Management](#)
[eSpots](#)
[Sales Catalogs](#)
[Product Info Mgmt](#)

Marketing

[Search Optimization](#)
[Segmentation & Targeting](#)
[Promotions, Discounts, Coupons](#)
[A/B Testing](#)
[Affiliate Marketing](#)
[e-mail campaigns](#)

Selling

[Search & Guided Selling](#)
[Merchandizing: up-sell, cross-sell, bundles](#)
[Awards & Points](#)
[Gift Center](#)
[Auctions](#)

Assisted Interactions

[Sales Center Collaboration](#)
[Live Help & Customer Care](#)
[RFQ and Price Negotiation](#)

Order Management

[Order Capture, Processing & Fulfil](#)
[Cross-Channel Order Mgmt](#)
[Flexible Pricing](#)
[Payments](#)
[Approval Workflow](#)

Business Context Engine

Relationships & Agreements

[Roles & Member Management](#)
[Business Policies](#)
[Contracts & Entitlements](#)

Personalization

[Collaborative Filtering & Recommendation Engine](#)

Globalization

[Language & Cultural Support](#)
[Regulations & Practices](#)
[Multi-National Sites](#)

Analytics

[Coremetrics Analytics](#)
[Operational Reports](#)
[Clickstream Analytics](#)
[Intelligent Data Mining](#)

IBM Middleware Platform

[Open, Scalable, Reliable Infrastructure](#)

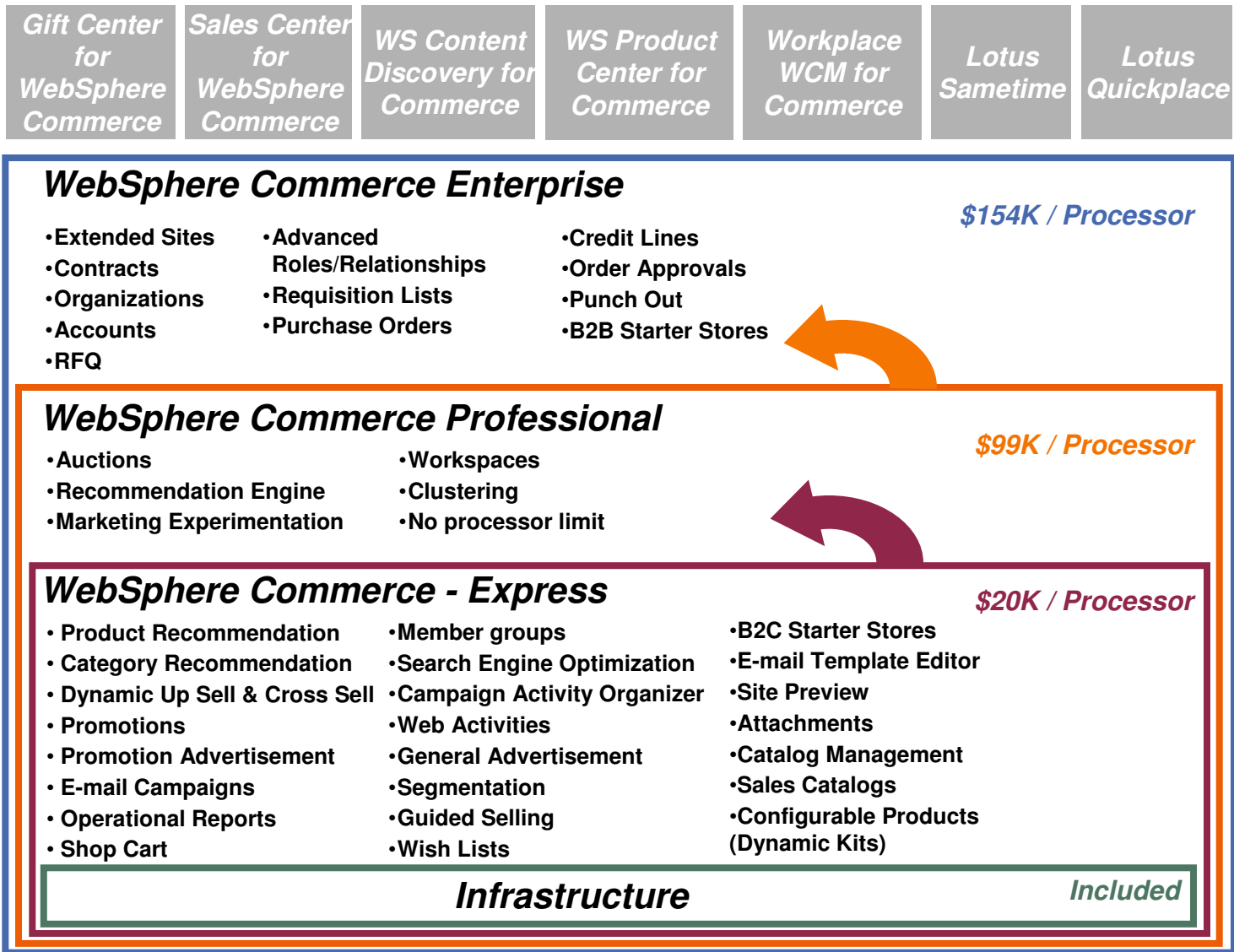
[Commerce Functional Architecture](#)
[SOA & Web Services](#)

[WebSphere Application Server](#)
[DB2 V8.2](#)
[Business Integration](#)

[Site Performance](#)
[Problem Determination & Autonomic Computing](#)



WC V6 Packaging



WebSphere Commerce Developer Enterprise

WebSphere Commerce Developer Professional

WebSphere Commerce Developer Express

Modelli

•B2C Business to Consumer

rappresenta la forma maggiormente conosciuta (e più facilmente visibile) di commercio elettronico, riguardante tutte le forniture di beni e servizi dirette agli utenti finali. Molti casi famosi della Rete riguardano questa forma di e-commerce, contraddistinta da alcune caratteristiche:

- offerta rivolta indistintamente a tutti i potenziali clienti della Rete;
- selezione dei beni/servizi da acquistare operata direttamente dal sito, che presenta i prodotti in catalogo;
- importi delle transazioni generalmente contenuti;
- integrazione tra fase di raccolta ordini e logistica;
- pagamenti effettuati on line ed off line;
- vantaggi di velocità, scelta e personalizzazione.

Le tipologie di mercati che ne possono beneficiare, sono, nell'ordine: Retail, Insurance, Travel, Telco, Fashion, Etc.

B2B Business to Business

Riguarda tutte le transazioni commerciali effettuate in Rete e messe in atto da parte di soggetti che non appartengono alla categoria degli utilizzatori finali (aziende vs aziende).

Le caratteristiche principali di tale forma di e-commerce sono:

- il numero limitato di soggetti coinvolti;
- la selezione dei prodotti operata sulla base di comuni classificazioni;
- gli importi tendenzialmente elevati e pagati solitamente off line;
- la stretta integrazione tra i comparti produttivi ed amministrativi.
- Il B2B può essere considerato un'evoluzione del tradizionale EDI ed è spesso legato ad esigenze di una migliore gestione della supply chain.

Le tipologie di mercati che ne possono beneficiare, sono, nell'ordine: MFG, Automotive, Life science, Elettronics, etc



Alcune Referenze

- **Active**
 - **Mercatone (B2C)**
 - **Giacomelli (B2C)**
 - **Mediamarket (B2C)**
 - **Comet (B2C)**
 - **Teddy (B2B2B)**
 - **Newprice**
- **Opportunità**
 - **Bulgari**
 - **SISPI**
 - **Confindustria**
 - **ILLY**
 - **etc**



Il progetto portale Mercatone Uno



Linee guida

PRO

- Trovo quello che cerco
- Ho migliori servizi
- Prezzi più bassi

CONTRO

- Non trovo i prodotti on-line
- Non è sicuro (pagamento)
- Non giudico la qualità
- Le persone danno servizio

DISPOSTI

- Beni sotto I 100 e oltre 500 €
- Beni voluminosi e pesanti

OPPORTUNITA'

- Profilazione del mercato
- Personalizzazione della vendita
- Offerte per profilo
- Up-sell per territorio
- Cliente proattivo sull'offerta
- Servizi e reclami in tempo reale

CONTENUTI INFORMATIVI

Internet come canale marketing interattivo e sempre aggiornato

Terzializzazione o gestione interna

Info cliente

Social marketing

Servizi informativi al cliente

Idee per il cliente

Spazio promozionale

.....

I nostri punti vendita

Seleziona una regione:

Bologna - v. Stalingrado 40128 Bologna - BO Tel.:051/4164711
 Castelfranco Emilia - via Archimede 6/8 41013 Castelfranco E. - MO Tel.:059/959611
 Cerasolo di Coriano - Superstrada S.Marino Km 6,100 47852 Coriano - RN Tel.:0541/363011
 Cesena - via Emilia Ponente 1455 47023 Cesena - FO Tel.:0547/305711
 Ferrara - via della Fiera 1 44100 Ferrara - FE Tel.:0532/972111
 Fiorenzuola D'Arda - via Emilia ang. Via Friuli 29017 Fiorenzuola - PC Tel.:0523/242511
 Mesola - via XXV Aprile 53 44026 Mesola - FE Tel.:0533/793011
 Parma - via Fleming 2-2/A 43100 Parma - PR Tel.:0521/908211
 Parma - via Mantova 61 - 43100 Parma - Tel.:0521/498111
 Rottofreno - S.S. 10 - via Emilia Pavese 29010 Rottofreno - PC Tel.:0523/784111
 Rubiera - via Marsala 7/A 42048 Rubiera -RE Tel.:0522/261511
 Russi - via Luciano Pezzi 2 48026 Russi - RA Tel.:0544/584611
 S.Giuseppe di Comacchio - S.S. Romea 63 44020 S. Giuseppe di C. - FE Tel.:0533/302911
 S. Ilario Enza - via F.Fellini,5-c/o Centro Comm.La Corte 42049 S. Ilario d'Enza - RE Tel.:0522/473311
 San Giorgio di Piano - Bo - v. Provinciale Galliera 40016 San Giorgio di Piano - BO Tel.:051/6656911

(Records trovati 17) Pagine: 1 2 >>

CHI SIAMO DOVE SIAMO OFFERTE LAVORA CON NOI B2B

Obiettivi generali del progetto – tre fasi (B2B2B)

- 1) procedura di immissione/acquisizione dei dati (cod. articolo, descrizione articolo, ecc.) in maniera semi-automatica o automatica direttamente dal gestionale
- 2) archivio immagini elettroniche
- 3) area di “accettazione” selettiva dei visitatori del sito internet (codice personale, password, ecc.), per consentire la visione delle immagini e dei prezzi profilati
- 4) carrello spesa elettronico
- 5) area statistiche di base
- 6) procedure di sicurezza, hardware e software
- 7) apparato server
- 8) connessione internet per il server
- 9) Procedura di pagamento elettronico
- 10) gestione documentazione di vendita pre-fiscale
- 11) procedura di controllo dello stato delle spedizioni, dalla partenza alla consegna
- 12) area di comunicazione interattiva con clienti consolidati e potenziali
- 13) procedura di trasferimento, direttamente al gestionale, dei dati relativi agli ordini acquisiti, per l'emissione della documentazione di trasporto e fiscale
- 14) procedura di comunicazione interattiva avanzata verso i clienti consolidati e potenziali
- 15) area statistiche evolute e relative proiezioni per orientare la produzione futura

Ulteriori obiettivi riconosciuti del progetto



- 1) “Strong Autentication” utenti mediante token per accesso ad aree riservate catalogo
- 2) Aste onLine
- 3) Integrazione fornitori su tracking ordini di competenza
- 4) Utilizzo del sistema mediante device wireless
- 5) Supporto onLine mediante sistemi di “instant messaging” e guida interattiva alla navigazione/acquisto
- 6) Integrazione del sistema nel Portale dell’Organizzazione
- 7) Estensione della vendita al consumatore (B2C)



WCS in Italia – progetto Tecla.it – B2B(2B)



moda91

Hello, Isabella

moda91

Hello, Isabella

[MY KART](#)
[MY ACCOUNT](#)
[LOG OFF](#)

01. genre

- WOMAN
- MAN

02. offers

- JACKET
- SWEATER
- TOP
- SHIRTS
- TROUSERS
- CROPS

03. fashion


- Hawaii
- Basic
- Jeans
- Fashion
- Street
- Marina

04. t


moda91

Hello, Isabella


Search results:
You search for **Woman/New arrivals**




LONGUETTE
CODE: CFC0002711003
€ 12.99 [VIEW DETAILS](#)





MINI SKIRTS
CODE: CFC0001965003
€ 13.99 [VIEW DETAILS](#)



LONGUETTE
CODE: CFC0003159003
€ 23.99 [VIEW DETAILS](#)





more details:






LINES: P.M.I.
CODE: CFC0002652003
NAME: SALOPETTE
DESCRIPTION: Cotton 65% Flax 35%
PRICE: € 18.99


colour patterns:



Orange



Blue



Red


White



BLACK


SAND


"Brown "Moro"; 1


"Green "Militare"; 1

CODE	XS	S	M	L	qta	
"Brown "Moro"; 1	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓
Red	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓
Blue	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓
White	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓
"Green "Militare"; 1	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓
Orange	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓
BLACK	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓
SAND	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	↓

[ADD THIS ITEMS TO YOUR KART >>](#)


20

Il progetto portale Gruppo Comet



▪ SITO ISTITUZIONALE COMET

▪ Internet come canale marketing interattivo e sempre aggiornato

▪ PUBBLICO

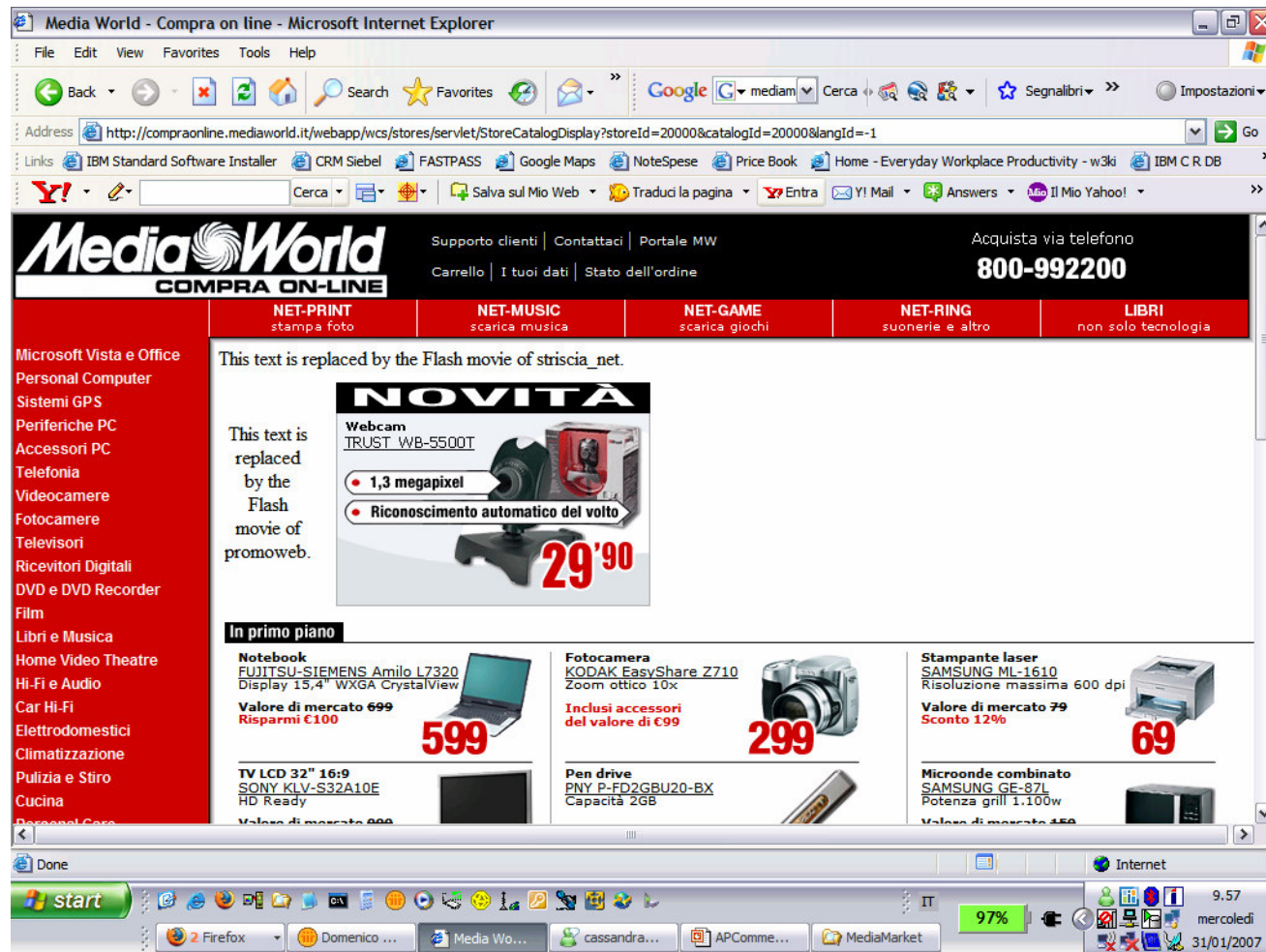
- Chi siamo
- Dove siamo
- Ricerca punti vendita (geo)
- News ed Eventi (es. aperture domenicali, ...)
- Promozioni del periodo
- Lavora con noi (sede e punti vendita)
- Contattaci
- Accesso a Lista di Nozze e Stampa foto
- Accesso Intranet Comet
- Accesso e-commerce
- Area servizi (comprende ricerca centri assistenza)

▪ AZIENDE

- Area riservata pubblicazione informazioni
- (es. bilanci, info punti vendita, ..) per fornitori, investitori, banche,...
- Area aziende per ordini buoni acquisto
- INTRANET (BACK-OFFICE COMET)
- Gestione / controllo utenti area riservata
- Pubblicazione pagine
- Ricerca e distribuzione curriculum
- Integrazione promozioni con eCommerce
- Pubblicazione info servizi
- Gestione archivio centri di assistenza
- Gestione archivio punti vendita
- Ricezione contatti (form / email)
- Gestione catalogo/promozioni (eCommerce)
- Gestione archivio buoni acquisto



Mediamarket



Plan to action

- **Tour (evento?) con clienti**
 - Resp MKT & Vendite (no IT)
- **Scouting BP**
 - Enablement
 - Fondi di co-MKT
 - Etc
- **Face-to-Face meeting**





Domenico Bumbaca
Software Group
Web sphere
eCommerce Sales Leader

IBM Italia S.p.A.
Via Sciangai 53
00144 Roma

Tel. +39 06 5966 0090

Fax +39 06 5966 4990

Mobile +39 335 7368 765

domenico_bumbaca@it.ibm.com

