

## **Presentazione di Project Work – Manuel Scrima**

### **EkoMusic– Advertising supported Social Network site**

#### **1. Obiettivi**

Studio di fattibilità di un sito di Social Network per gruppi musicali in stile Myspace.

Il sito Eko-Music.com si propone di essere un nuovo modo di fare social network sul web. Ispirandosi ai modelli di Myspace e Facebook, vuole inserire nuovi modelli di business innovativi e interessanti per il pubblico. Si metteranno a disposizione degli utenti diversi servizi gratuiti (download e streaming di musica del catalogo indipendente e major, video, testi musicali, ...) tutti con il solo supporto della pubblicità, come già è comune sugli altri media tradizionali.

La vera innovazione risiede nel fatto che è previsto un meccanismo attraverso il quale gli artisti potranno guadagnare grazie all'interazione tra di loro. Su questo elemento verrà incentrata tutta la campagna di comunicazione: Eko Music infatti è il primo sito che remunera gli artisti e non li sfrutta solamente.

Ogni artista avrà a disposizione una pagina con le informazioni, la musica e i video in streaming (e successivamente anche in download) che lo riguarda.

Ogni utente potrà creare una sua pagina personale che conterrà le sue informazioni personali e i suoi gusti musicali. Ogni utente potrà guadagnare dai ricavi pubblicitari veicolati dalla sua pagina (partendo con Google AdSense, ma non solo).

Il sito si propone anche di sviluppare partnership o di inglobare alcuni dei servizi 2.0 di più successo sulla rete, da wikipedia a youtube, da flickr a ebay, rendendoli disponibili tutti insieme su un'unica piattaforma. In particolare la pagina di un artista comprenderà molte informazioni ricavate dinamicamente dalle fonti più di successo del web, oltre che a diversi elementi pubblicitari che riguardano comunque l'artista (Ebay, Google AdSense, iTunes, Amazon, acquisto di Merchadinsing, di biglietti per Concerti, ecc... )

Il sito si propone anche di sfruttare il canale mobile, tramite il quale si pensa di offrire della musica gratuita supportata da pubblicità.

Il progetto comprende:

- ideazione/scelta delle funzionalità
- posizionamento sul mercato
- studio dell'architettura tecnologica necessaria
- veste grafica
- piano promozionale
- analisi dei costi

#### **2. Metodologia ipotizzata**

La fasi di lavoro si articoleranno in questo modo:

- Analisi di mercato
  - Analisi funzionale di società attive nei mercati di riferimento
    - social network e community (Myspace, Facebook)
    - società che utilizzano l'Advertising supported music (SpiralFrog, Qtrax, Ruckus)
  - Studio dei tipi di pubblicità online e mobile per determinare quelli più adatti, analisi dei costi della pubblicità online attuale

- Descrizione della funzionalità e posizionamento (tramite le informazioni raccolte e tramite tecniche di problem solving)
- Scelta della veste grafica
- Analisi dell'architettura tecnologica e dei costi relativi
- Piano promozionale

### 3. Letteratura di base e fonti

Bennato, Davide, *Piattaforme tecnologiche e Comportamenti di consumo dell'e-content*, 2007

Bruno, Antony, *Revenue on Tap*, "Billboard.biz", 10 Febbraio 2007

Arbitron/Edison Media Research, *Internet and Multimedia 2006: On-Demand Media Explodes*, 2006 [http://www.edisonresearch.com/home/archives/2006/06/internet\\_multim\\_4.php](http://www.edisonresearch.com/home/archives/2006/06/internet_multim_4.php)

ASK, *Economia della musica in Italia Rapporto 2007*, 18 Settembre 2007, [www.scfitalia.it](http://www.scfitalia.it)

Carnevale Maffè, Carlo Alberto, *Identità condivise – Il vero valore dei social network*, "Nòva 24" supplemento a "Il sole 24 ore", 11 Ottobre 2007, pp. 1,2

Conti, Luca, *Social network in evoluzione*, "Nòva 24" supplemento a "Il sole 24 ore", 5 Luglio 2007, p. 15

Conti, Valentina, *La pubblicità entra nei video di YouTube*, "Il sole 24 ore", 23 Agosto 2007, p. 11

De Biase, Luca, *Pubblicità di valore*, "Nòva 24" supplemento a "Il sole 24 ore", 8 Novembre 2007, p. 9

Distefano, Andrea, *Cellulari senza privacy e con pubblicità se vuoi parlare gratis*, "Affari e finanzia", supplemento a "La Repubblica", 1 Ottobre 2007, p. 25.

Dottavi, Alberto, *Intervista con Martin Sticksel, co-founder Last.fm*, "Infoservi.it", 11 Giugno 2007

Freiert, Max, *Facebook now ranked 3rd in Page Views; MySpace down nearly 20%*, "blog.compete.com", 11 Settembre 2007

Hof, Robert D., *So many ads, so few clicks*, "Business Week", 12 Novembre 2007, p. 38

Intercative Advertising Bureau, *IAB Internet Advertising Revenue Report*, Maggio 2007  
[http://www.iab.net/resources/adrevenue/pdf/IAB\\_PwC\\_2006\\_Final.pdf](http://www.iab.net/resources/adrevenue/pdf/IAB_PwC_2006_Final.pdf)

IFPI, *IFPI:07 Digital music report*, Gennaio 2007

IFPI, *IFPI:06 Digital music report*, Gennaio 2006

Interwoven, *Best Practices in Interactive Marketing*, 1 Maggio 2007

Izzo, Pietro, *La musica ai tempi dei social network*, "Apogeo online", 3 Aprile 2007

Levine, Robert, *New Model for Sharing: Free Music With Ads*, "The New York Times", 23 Aprile

2007

Longo, Alessandro, *Musica con ritorno*, “Nòva 24” supplemento a “Il sole 24 ore”, 11 Ottobre 2007, p. 4

Longo, Alessandro, *La community cambia musica*, “Nòva 24” supplemento a “Il sole 24 ore”, 10 Maggio 2007, p. 11

Magrini, Marco, *Telefono o grammofono*, “Nòva 24” supplemento a “Il sole 24 ore”, 11 Ottobre 2007, p. 4

Mattone, Massimo, *Tre modelli per il file sharing*, “Nòva 24” supplemento a “Il sole 24 ore”, 24 Maggio 2007, p. 15

M:Metrics - FIMI, *Musica e mobile*, 11 Ottobre 2007

M:Metrics, *Mobilens Data Matrix*, 2007

Nielsen/NetRatings, *Scanerio internet italiano*, 22 Febbraio 2007

Pavone, Layla, *La pubblicità? Meglio a misura di utente*, “Nòva 24” supplemento a “Il sole 24 ore”, 3 Maggio 2007, p. 5

Pfanner, Eric, *Internet pushes the concept of 'free' content, supported by advertising*, "The International Herald Tribune", 17 Gennaio 2007, <http://www.ihf.com/>

School of Management, Politecnico di Milano, *Mobile Content: aspettando Mobile Internet e Mobile TV*, “Rapporto 2007 Osservatorio Mobile Content”, 28 Giugno 2007  
[http://www.osservatori.dig.polimi.it/archivioReport.php?osservatorio\\_search=4](http://www.osservatori.dig.polimi.it/archivioReport.php?osservatorio_search=4)

School of Management, Politecnico di Milano, *Mobile VAS: il futuro delle Telco ... o dei Media?*, “Rapporto 2006 Osservatorio Mobile Content”, 27 Giugno 2006  
[http://www.osservatori.dig.polimi.it/visualizza\\_report.php?id\\_r=32](http://www.osservatori.dig.polimi.it/visualizza_report.php?id_r=32)

Scuccimarra, Vincenzo, *Il brand ricomincia da Carosello*, “Nòva 24” supplemento a “Il sole 24 ore”, 2 Agosto 2007, p. 6

Stone Brad, *The Battle Over YouTube*, “Newsweek”, 9 Ottobre 2006

Webb, Adam, *The end of the road for DRM?*, “The Guardian”, 8 Febbraio 2007

### **Problem Solving**

Per determinare un posizionamento sul mercato e per cercare di proporre qualcosa di innovativo, mi affido a delle tecniche di problem solving chiamate TRIZ (acronimo russo che sta per “Theory of Inventive Problem Solving”, TIPS – Teoria della soluzione inventiva dei problemi). Si tratta di un insieme di metodi e principi sviluppati da Genrich Altshuller e alcuni suoi colleghi cominciando dal 1946 ([www.triz-journal.com](http://www.triz-journal.com)). Il servizio si propone di essere il più innovativo possibile.

Mann, Darrell, *Application of Triz Tools in a Non-technical Problem Context*, “Triz journal”, agosto 2000, [www.triz-journal.com](http://www.triz-journal.com)

Petrov, Vladimir, The Laws of System Evolution, "Triz journal", marzo 2002, [www.triz-journal.com](http://www.triz-journal.com)

Petrov, Vladimir , Laws of Dialectics in Technology Evoluti, "Triz journal", giugno 2002, [www.triz-journal.com](http://www.triz-journal.com)

Sawaguchi, Manubu, Effective Approaches to solving Technical Problems by Combining TRIZ with VE, "Triz journal", marzo 2001, [www.triz-journal.com](http://www.triz-journal.com)

Sawaguchi, Manubu, Study of Effective New Product Development Activities through Combination of Patterns of Evolution of Technological Systems and VE, "Triz journal", 1 maggio 2000.

Shpakovsky, Nikolay, Man and Technical System (part I), "Generator", 20 gennaio 2003 [www.gnrtr.com](http://www.gnrtr.com)

Shulyak, Introduction to TRIZ, estratto da "40 Principles, TRIZ Keys to Technical Innovation", 1997 [www.triz.org](http://www.triz.org)

Strickland, Henry, Gadd, Karen, 40 Inventive Principles with Examples, "Oxfordcreativity", maggio 2002 [www.oxfordcreativity.co.uk](http://www.oxfordcreativity.co.uk)

Terninko, John, 40 Inventive Principles with Social Examples, "Triz journal", giugno 2001 [www.triz-journal.com](http://www.triz-journal.com)

**Tutor :**

Luca Stante (Eko Music Italy) [luca.stante@ekomusic.it](mailto:luca.stante@ekomusic.it)

Eko Music Italy svilupperà questo progetto servendosi di una struttura dedicata, formata da diverse figure professionali, tra le quali: un commercialista, un responsabile comunicazione, un legale e due ingegneri informatici. Luca Stante, Presidente di Eko Music, sarà il coordinatore del Team.