

Ćwiczenie 4: Definicja modelu generowania przychodów

Cel

Celem ćwiczenia jest opracowanie *modelu generowania przychodów* dla przedsięwzięcia internetowego.

Kontekst projektowy

Twoim zadaniem jest opracowanie struktury modelu generowania przychodów. Realizacja tego zadania wymaga szczegółowej analizy cyklu życia produktu (usługi), który zamierzasz sprzedawać on-line, możliwych mechanizmów rynkowych wyceny oraz źródeł przychodów.

Forma ćwiczenia

Ćwiczenie realizowane w grupach (maksymalnie 3 osobowych)

Rezultat ćwiczenia

Model generowania przychodów składający się z definicji mechanizmów rynkowych wyceny, oraz portfela źródeł przychodów. Każda podjęta decyzja projektowa powinna zostać uzasadniona.

Czas realizacji

2x45 min.

Zadania

1. **Ustal mechanizmy rynkowe wyceny dobra, które chcesz zaoferować on-line.** Analiza powinna brać pod uwagę cykl życia produktu (usługi). Może się okazać, że dla różnych etapów cyklu życia produktu zastosujesz różne mechanizmy wyceny.
 - a. Jeżeli zdecydujesz się na model dynamicznej wyceny, to jaki wariant protokołu aukcyjnego zastosujesz (aukcja angielska, holenderska, odwrotna)? Dlaczego właśnie ten protokół?
 - b. Jeżeli zdecydujesz się na barter, to jak będą wyglądać rozliczenia z wykorzystaniem wirtualnej waluty?

Krótko uzasadnij każdą ze swoich decyzji projektowych.

2. **Dobierz źródła przychodów.** Ustal, jak będzie wyglądał optymalny portfel źródeł przychodów. Może się zdarzyć, że zdecydujesz się na kilka źródeł przychodów równocześnie. W procesie analizy odpowiedz na pytania przedstawione poniżej.
 - a. Czy z założenia witryna będzie generować tak dużo odwiedzin, że istnieje możliwość uzyskania odpowiednio wysokich stawek za powierzchnię reklamową? W takiej sytuacji zastosujesz prawdopodobnie **model reklamowy**.
 - b. Czy zamierzasz zbudować wokół produktu (usługi) społeczność, która będzie tworzyć wartościowe i niedostępne w innych miejscach za darmo treści. Jeżeli tak, to być może dobrym pomysłem jest zarabianie na **modelu subskrypcyjnym**. Jakie warianty subskrypcji przewidujesz? Jak powinna wyglądać strategia różnicowania ceny w zależności od kategorii klientów?
 - c. Czy Twoja witryna będzie funkcjonować w charakterze e-ryнку pośrednika, umożliwiając wymianę handlową pomiędzy sprzedającymi i kupującymi? Jeśli tak, to być może **model transakcyjny** jest optymalnym wyborem. Jakie planujesz stawki prowizji i za co będziesz ją pobierać?
 - d. Czy jesteś w stanie ustalić, które witryny mają ofertę komplementarną wobec Twojej? Czy możesz skorzystać z ich programów partnerskich i zdefiniować model marketingu partnerskiego? Jaka będzie prowizja i za co będzie wypłacana?
 - e. Czy funkcjonujesz w charakterze odsprzedawcy produktów? Jaką planujesz marżę w związku ze sprzedażą produktów?