



DRAFT PROPOSAL : **OnYourWay** - VIAGGIARE INSIEME (LOGO IN VIA DI DEFINIZIONE, NOME PROVVISORIO PER IL TEST PILOTA).

SERVIZIO WEB BASED SU APPLICATIVI E SOFTWARE REALIZZATI DA CART SRL DI PESARO, CHE PERMETTE DI REALIZZARE PROCESSI DEFINITI IN SEGUITO DI CAR POOLING E PIÙ IN GENERALE DI RIDE SHARING.

Draft 0.1
Last update: Feb. 8, 2008 Last update : October, 1, 2008
Author: Walter Giacobelli Co-Author: Andrea Costa Co-Author: Federico Bo Co-Author: Mauro Maccagnani Reviewers: Kublai Community

Abstract:

Individuare la strategia collaborativa, di marketing e di realizzazione ottimale per realizzare un servizio web based e in particolare un widget su ride sharing (ed in particolare car pooling, e altre forme di social mobility) col quale sia possibile individuare percorsi di mobilità integrata con orari-tratte segnalate direttamente dagli utenti, stile sistema Google Transit.

Individuazione di un set di Portali/Community globali e territoriali, in cui poter implementare il demo test service del plugin del car pooling.

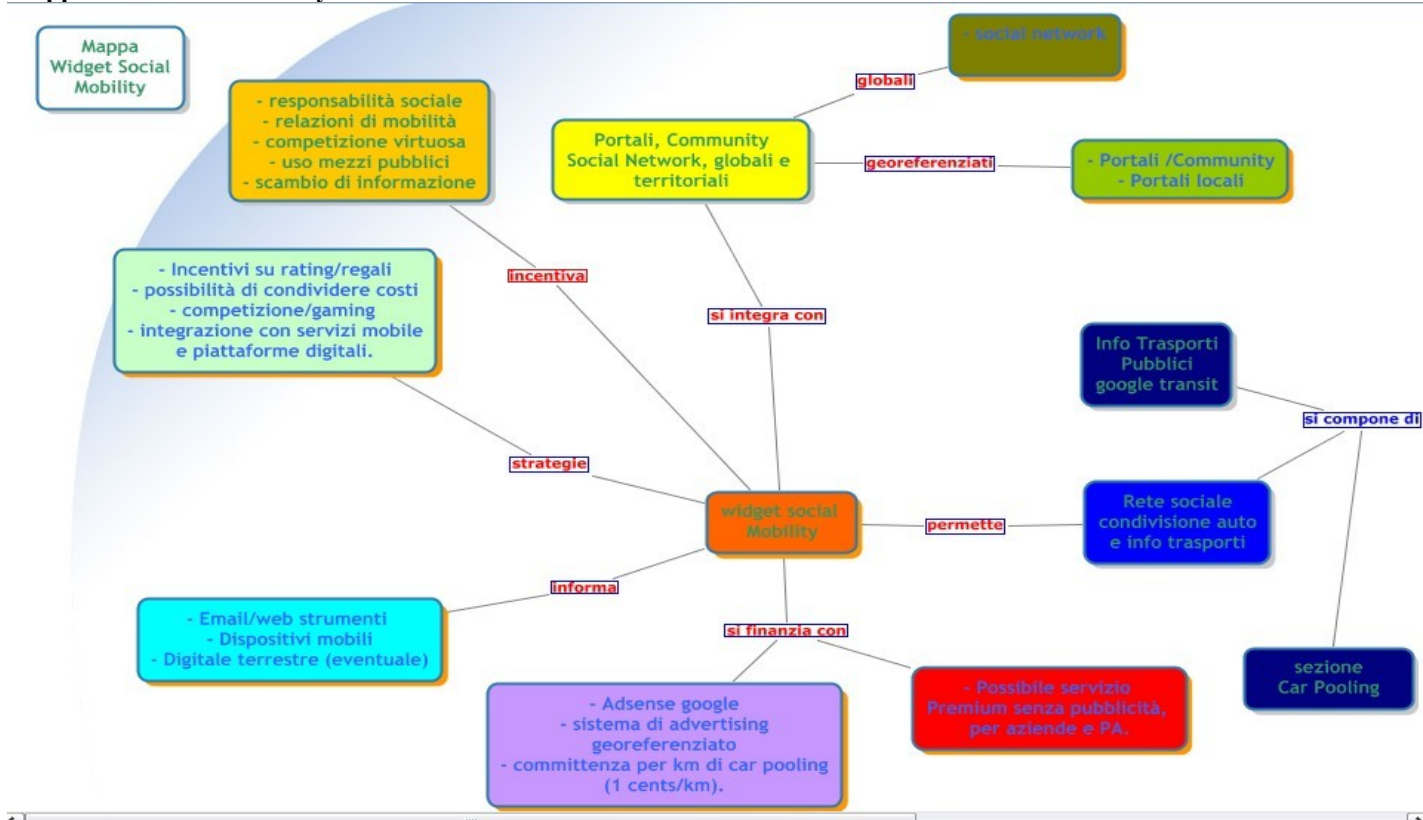
Proiezioni e stime in merito a campagne di advertising (google adsense e campagne georeferenziate con sponsor vari).

Si rimanda per le caratteristiche del widget alla scheda tecnica del Car Pooling.

...Ogni utente si può iscrivere liberamente in invitare un altro utente ad iscriversi. Deve essere possibile inserire il link del carpooling nei siti di social networking come descritto qui:

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites.

Mapa della Social Mobility



1.1 Il widget

Funzionalità car pooling: le funzionalità del widget in dettaglio vengono analizzate nel documento di progettazione tecnica apposito, con tutte le variabili ed attributi da attivare sin da subito o in seguito in base al software realizzato da Cart.

Le caratteristiche che dovrebbe avere il software-widget sono:

- Possibilità di avere una visione di insieme della mappa dei percorsi da condividere.
- Possibilità da parte del proponente di poter scegliere se rendere pubblica l'offerta o solo visibile a una cerchia ristretta di amici con relazioni già stabilite, (eventualmente agli amici dei propri amici).
- Gestione delle relazioni amicali del network di amici (da poter selezionare anche da più network differenti, ning, facebook, myspace, ecc... il widget dovrebbe poter permettere di visualizzare i profili dalle differenti piattaforme e poter però aggiungere nella cerchia di amici ai quali relazionarsi per il car pooling.
- Ricerca tragitti ed eventi.

Considerazioni:

- **Sarebbe auspicabile poter suddividere le tipologie di utenza-servizio in**
 - 1 Percorsi casa-lavoro (con caratteristiche costanti e orientate alle aziende).
 - 2 Percorsi casa-scuola/università possono essere pensati anche come tragitti in cui i genitori prendono i figli di altri.
 - 3 Percorsi casa-tempo libero (seriali) (ad esempio palestra, sport, lezioni di musica, ecc. a giorni fissi)
 - 4 Percorsi casa-tempo libero (concerti, discoteca, pizzeria, ecc.) concentrati generalmente nei week end.
 - 5 Percorsi per eventi (concerti, festival, ecc) generalmente anche fuori regione.
 - 6 Percorsi per vacanza-viaggio (condivisione del viaggio-vacanza).
 - 7 Utenti che vogliono l'utilizzo del servizio in maniera gratuita, semplicemente quindi con un rating che possa segnalare l'offerta o la fruizione di car pooling ma sostanzialmente senza regole di condivisione costi. (Auspicabile all'inizio per incentivare l'utilizzo, in test senza creare barriere).

1.2 Strategie di vantaggio, per facilitare o agevolare il car pooling.

Il ride sharing, ed in particolare il car pooling, ha successo se diventa una comodità la possibilità di tracciarlo per il sistema, non diviene macchinoso e diventa una strategia di vantaggio per chi ne fruisce e per chi lo offre, che possono modificarsi come attori. Individuare tramite social network le proprie relazioni amicali è sicuramente un grande vantaggio e una grande possibilità di socializzazione autentica oltre a tracciare anche i costi e dividerli.

- **Individuare incentivi di tipo economico:** il richiedente può segnalare o meno la volontà di condividere spese o meno (può essere un'opzione per brevi tragitti, sporadici o perché i conducenti hanno risolto autonomamente la condivisione dei costi).
- **I conducenti in ogni caso acquisiscono un rating** basato sui km * utenti, che creano un coefficiente che crea un punteggio.
- Coloro che costituiscono **scalano dal loro credito di punti di cui sopra**, condividere i costi oppure scegliere opzioni di car pooling senza condivisione costi.
- Possono essere individuate per ogni **zona delle piazzole specifiche di car pooling**, in cui gli equipaggi per comodità possono incontrarsi, possono essere piazzali antistanti locali, o parcheggi, in ogni caso luoghi facilmente raggiungibili da mezzi pubblici (1-2 per quartiere dovrebbe essere la georeferenziazione ottimale).
- Realizzare **adesivi coi quali poter comunicare di far parte di un circuito di car pooling**, oppure attività quali bar, librerie o altro che condividono e promuovono l'iniziativa rilasciando brochure o facendosi promotori.
- **Partner privilegiati quali critical city**, sono importanti per poter trainare con l'effetto-gioco processi di car pooling legato ai giovani.

1.3 Strategie di rating e/o segnalazione tragitti/costi:

E' probabilmente la parte più delicata del processo.

In base alle informazioni che (limitate per ora) del software di Cart, credo che disponga di tutte le funzioni per gestire un processo seguente:

Una volta che si sono definiti tramite widget-software, gli equipaggi/tragitto, sia per coloro che usano la modalità no pay, che per quelli che invece condividono i costi, il sistema invia un'email di validazione (anche sms volendo), sia al conducente che a coloro che fruiscono del car pooling, i quali hanno un TTD (Time To Death) variabile da 24 ore a 30 giorni per poter confermare che il processo del carpooling è avvenuto oppure no, nel caso ci fossero informazioni contrastanti, verrà reinviata l'email a entrambi fruitori e offerente il car pooling e in mancanza di chiarezza il processo di car pooling verrà considerato nullo.

Nel caso di processi di car pooling reiterati, esempio tragitti casa-lavoro, sarebbe auspicabile poter calendarizzare come fa il sistema google calendar la frequenza.

Caso no pay: aumenta solo il rating di chi offre il car pooling, scala il rating di chi lo riceve.

Caso pay: aumenta il rating di chi offre il car pooling, oltre al costo teorico di spesa per costo teorico per (km/numero di fruitori * km totali), nel caso dei fruitori diminuisce il rating oltre a scalare il credito (precedentemente attivato) secondo un coefficiente dato dal consumo teorico del veicolo per (km / numero di fruitori * km percorsi).

Nota: Nella modalità pay, sarebbe possibile in ogni caso anche poter prevedere una provvigione di servizio esempio di 5 cents / 5 km o frazioni minori, da suddividere equamente tra equipaggio.

Ovvero ogni 1 km realizzato da un equipaggio il car pooling guadagna 1 cents.

1.4 Sponsor georeferenziati

Gli sponsor sono coloro che permettono di offrire regali, gadget o premi a coloro che si fanno principalmente promotori del car pooling, accumulando rating che il sistema dovrà compensare al raggiungimento di una certa soglia. Ad ogni modo un altro sistema di royalties sono le pubblicità ad sense di google, (di cui sotto alcune stime di ROI secondo parametri medi).

Link: Car PoolKing (widget presente anche su Facebook) <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=19527327480>

Visionare il sistema di punteggio di critical city www.criticalcity.org

1.5 Widget sul trasporto collettivo.

Il widget sul car sharing e car pooling dovrebbe poter integrarsi in una delle sue viste, con quello sul trasporto pubblico, magari integrando e mashando google transit.

Qui la strategia che vedo dovrebbe essere una strategia di tipo partecipativo-collaborativo, soprattutto favorendo la raccolta di tratte e orari dei mezzi pubblici delle città campione.

- Chi sottopone le tratte dei vari mezzi pubblici acquisisce un rating di punteggio, che come nel caso del car pooling può essere commutato in determinati regali e/o gadget, offerti sempre da sponsor georeferenziati. La difficoltà è qui invece determinata a individuare la soluzione migliore su come le informazioni che gli utenti immettono dal widget-sito-db sono poi integrate in Google Transit o mappa simile.

Anche in questo caso sarà fondamentale cementare community territoriali molto fidelizzate e partecipative (massa critica di 100 utenti ogni 100 k abitanti grosso modo). Anche se con utenti particolarmente motivati, le tratte di autobus di una città come bologna (circa 100 linee) potrebbero essere inserite e gestite da pochi utenti molto motivati, stile wikipedia, oppure realizzare una sorta di meccanismo di on demand di tratte di trasporto pubblico, le quali vengono sottoposte alla community di collaboratori che provvede a cercare gli orari-percorsi e inserirli nel db in cambio di rating di punteggio.

(Sempre secondo uno stile simile a quello di critical city).

Ps: Google transit è un ottimo sistema (potenzialmente), in realtà è ancora poco accessibile e utilizzabile, già poter offrire un widget invece dove c'è un approssimazione tra percorso ideale e percorso realizzabile con trasporti pubblici, e orari delle linee sarebbe ottimale.

Link Google Transit: <http://www.google.it/transit>

Nota: in google transit dovrebbe poter essere inserito i parcheggi di interscambio, e il bike sharing.

Nota: Il sistema può essere consultato anche su cellulare e palmare, ed eventualmente anche su digitale terrestre, su canali appositi dedicati ai servizi cittadini.

Di seguito vengono descritti alcuni portali e community globali, nazionali e locali che potrebbero diventare partner o facilitatori col widget nel diffondere la cultura e l'utilizzo del car pooling, della mobilità pubblica e del bike sharing.

2.1 Caratteristiche dei portali

1 Portali Globali: Questa categoria comprende Portali/community di visibilità elevata (mondiale in alcuni casi), tra i più importanti citiamo Myspace, Youtube, Facebook, Badoo, Bebo, Classmates, Windowslive, last.fm ecc.

Per caratteristiche di integrazione, di numero di utenti (220 milioni di iscritti), di diffusione e di realizzazione eventi (particolar modo concerti), sicuramente

MySpace (semberebbe favorevole) appare il portale ideale in cui poter sperimentare un servizio su scala globale di Car Pooling.

Alternativa valida e/o parallela potrebbe essere **Last.fm**, una community web2.0 basata sulle musica condivisa e taggata tra utenti, oltre a segnalazione di eventi e concerti (particolarmente indicati nella pianificazione di car pooling). Utenti iscritti 15 milioni, ma in forte crescita.

- **Ning** : geolocali come 40xveneziana oppure come la Community di Kublai, Recidivi o simili.

A livello aziendale, si potrebbe provare con www.europages.com la più grande directory europea b2b, (tra l'altro sta da poco lanciando la nuova interfaccia web2.0, che dovrebbe poter integrare plugin), possiede 600 mila aziende iscritte, può essere una leva promozionale molto interessante per il sw della gestione flotte.

Badoo: è un portale community, non particolarmente complesso, anzi piuttosto banale, ma proprio la sua norme semplicità è stato un punto di forza (in poco più di un anno è passato da meno di 1 milione di utenti a 14 milioni). Ha una buona territorialità, ovvero sfrutta molto (anche furbescamente) i tuoi primi contatti msn (spesso amici che conosci realmente), ma questo ti porta ad avere inserito diversi amici che abitano nella tua stessa città o provincia tra i contatti. (ottimo per car pooling).

Dei portali globali allo stato attuale ritengo particolarmente meritevoli di attenzione: facebook, myspace, ning.

2.2 Community Italiane: Si possono individuare un certo numero (massimo 5-6) community italiane particolarmente interessanti per poter proporre relazioni basate su pianificazioni del car pooling.

Elenco potenziali community (già contattate in passato, partner e comunque adatte per il car pooling):

- **Studenti.it:** sarebbe particolarmente indicata poiché molto diffusa come community, con un target particolarmente elevato (l'equivalente italiano di facebook), non ha particolari organizzazioni di eventi, ma possiamo facilmente intuire che relazioni create tra studenti (molti senza macchina propria) possano avere grande importanza nel pianificare processi di car pooling.
- **Nightguide.it:** Portale Community, sul mondo delle discoteche e delle serate, lavora in network (uno dei primi nuclei di irradiazione è stato taranto, Bologna, Bari, Brescia, Capri, Cosenza, Lecce, Matera, Milano, Napoli, Roma). (La sezione di Taranto è promotrice di un "messaggio per non morire" potrebbe essere tarato il car pooling, sul guidatore che non beve a turno).
- **Critical City:** Start up e community che vuole realizzare contest e giochi autoregolamentati pianificati online e poi realizzati in luogo.
- **Oblok.it** : la directory che gestisco col mio team, target soprattutto aziende (7000) stiamo provvedendo a implementarla, potremo strutturare l'implementazione prevedendo il plugin appunto. Potrebbe essere un trampolino per offrire alle aziende la soluzione enterprise del software della gestione Flotte.
- **Blogitalia:** E' una delle più importanti piattaforme di Blogging italiane, organizzata per aree territoriali, il plugin potrebbe essere inserito in Blog Italia e successivamente potrebbe essere scaricabile dal portale dai vari blog (che dovrebbero avere un certo interesse territoriale).
- **Rockit.it:**Portale/community di amanti del rock italiano, community molto affiatata e motivata, sicuramente il car pooling per i concerti può essere un 'iniziativa di grande successo.
- **Duespahi.it:** Gestita da Marco Palazzo (il primo a essere contattato per il discorso dei plugins), ha pochi iscritti, ma è sicuramente molto interessante per organizzare equipaggi.
- **GAS:** www.retegas.org (gruppi di acquisto solidale) sicuramente sono un referente molto interessante sia nell'utilizzo che nel veicolare pratiche di car pooling a livello territoriale.
- **Bookcrossing-Italia.com:** <http://www.bookcrossing-italia.com> è il portale italiano dell'iniziativa mondiale di bookcrossing, ovvero liberare un libro per poterlo condividere con altri.(possiede 20000 iscritti, con forti potenzialità associative).
- **Bookerang:** un marketplace che cerca di far incontrare case editoriali, lettori e librerie, bookerang è un progetto marchigiano che cerca stringere forti legami territoriali con librerie e con utenti fidelizzati, diventando una community georeferenziata di sicuro riferimento.
- **Meet up (utilizzati da amici di Beppe Grillo):** rappresentano community georeferenziate fortemente interessate a quelle che possano essere le ottimizzazioni legate alla mobilità.

Portali Territoriali:

Le specifiche dei vari portali territoriali saranno elencate direttamente nella tabella a seguire.

Visite: sono i visitatori unici che mensilmente giungono nel sito (sono desumibili dalle statistiche prelevate da www.alexa.com) attraverso un calcolo di proiezione definito reach di alexa che rappresenta un coefficiente tra utenti che accedono al tal sito, rispetto agli utenti globali della rete.

In http://www.alexa.com/site/ds/top_500 è possibile visionare l'elenco dei primi 500 portali mondiali, prendendo come riferimento Yahoo.com (il primo) è possibile "tarare" le visite di tutti gli altri.

Yahoo.com: http://www.alexa.com/data/details/traffic_details/yahoo.com

2.3 Reach for Yahoo.com: ?

Percent of global Internet users who visit this site

Yesterday	1 wk. Avg.	3 mos. Avg.	3 mos. Change
28.049999%	27.645%	27.355%	No Change

Il numero di utenti unici al 2008 è di poco superiore a 1 miliardo.

Per questo il reach di yahoo è 28,05% di 1 Mld= **285** Milioni utenti unici.

Il **Roi** : return of investment, rappresenta il coefficiente tra visitatori unici e % di ritorno in termini di dollari. Nel caso di google questo valore solitamente oscilla tra 0,1-0,5% . Ovvero ogni 1000 utenti unici il **ROI** dovrebbe avere come range 1-5 dollari.

Le modalità pubblicitarie adottabili sono:

A Ad sense di Google: generalmente andrebbe bene su tutti i portali, anche a diffusione mondiale come Myspace, Badoo o altro, (chiaramente dopo aver stabilito eventuali royalties da riservare al portale host).

B Pubblicità Georeferenziata: questa modalità pubblicitaria potrebbe essere introdotta in un successivo momento per i portali/community italiani, con dominio georeferenziale : Nazione-Regione- Provincia, dove tramite un sistema di gestione delle impressions (visualizzazioni dei banner sponsor) si stabilisce l'acquisto di stock di impressions (100 mila, 250 mila ecc.).

La georeferenziazione Nazionale, permette sponsorizzazioni anche a livello di regione e provincia.

La georeferenziazione Regionale, permette sponsorizzazioni anche a livello di provincia.

La georeferenziazione Provinciale, permette sponsorizzazioni solo a livello provinciale.

Mediamente il rapporto delle impressions è di 2,5-3 impressions/ visite.

Nota: non necessariamente potrebbe esserci corrispondenza tra visitatori unici/impressions, ma per semplicità di calcolo, stimiamo un rapporto di 2.5 impressions/visitatori unici.

2.4 Tabelle Visite/Roi per portali.

Portale	Coefficiente Alexa	Visite/Mese	ROI stimato Mese (\$)	Tipologia Portale
Portali Globali		-		
www.myspace.com	6,2%	62 Milioni	0,1 – 62000 0,5 – 300000	
http://it.myspace.com/		1 Mil	0,1-1000 0,5 -5000	
www.last.fm	0,3%	3 Mil	0,1- 3000 0,5- 15000	
www.europages.com	0,0025%	30000	0,1 – 30 0,5 - 150	
www.badoo.com	0,33%	1 Mil	0,1 – 1000 0,5 - 5000	
Portali Nazionali				
www.studenti.it	0,13%	350 000	0,1 – 350 0,5 - 1500	
www.nightguide.it	0,003%	90 000	0,1 – 100 0,5 - 500	
www.oblok.it		6000	0,5 – 50 (dato certo)	
www.blogitalia.it	0,02%	200000	0,1 – 200 0,5 - 1000	
www.rockit.it	0,0008%	60000	0,1 – 60 0,5 -300	
www.duespaghi.it	0,001%	60000	0,1 – 60 0,5 - 300	
www.bluecommunity.it	0,00015%	10000	0,1 – 10 0,5 - 50	
www.retegas.org	0,00004%	8000	20-30	
http://www.bookcrossing-italia.com	0,00003%	6000	20-30	

Portali Territoriali				
Pisa				
www.pisaonline.com	0,00005%	10000	0,1-10 0,5 - 50	
www.saimicadove.it	0,00075%	20000	0,1 – 20 0,5 - 60	
http://comune.pisa.com	0,0004%	30000	0,1 – 30 0,5 - 150	
Rimini				
http://www.rimini.com/	0,00035%	25000	0.1 – 30 0,5 - 150	
http://www.comune.rimini.it/	0,0002%	15000	0,1 – 15 0,5 - 75	
http://www.riminirimini.com/	0,00005%	10000	0,1 – 10 0,5 - 50	
http://www.abcrimini.com/	0,00015%	15000	0,1-10 0,5 - 50	
Bari-Taranto				
www.ba2015.org	n.r.	1000		
http://www.comune.bari.it/	0,0001%	10000	10-50	
http://www.barimia.info	0,00045	20000	20-100	
http://www.barionline.it/			10-20	
www.tarantovillage.it	0,00025%	20000	0,1 – 20 0,5 - 100	
www.comune.taranto.it		5000	10-20	

Nota: è auspicabile che ci sia tra i portali territoriali, 1 portale di riferimento istituzionale (PA, reti civiche o altro) e 1-2 portali territoriali e/o turistici.

2.5 Stime di Roi:

Portali mondiali: Stima globale (molto variabile, dipende dagli accordi raggiunti).

basterebbe definire un accordo importante con una grande community (last.fm, MySpace.com, Badoo.com) per garantirsi un ROI di diverse migliaia di euro/mese. (nel caso di myspace mondiale si stima 200 k dollari/mese).

Con un investimento comunque contenuto, poiché basterebbe allestire un dinamico e veloce servizio di backoffice, per eventuale assistenza o contatto (possibile realizzarlo in outsourcing anche a compensi a minuto).

Sarebbe auspicabile fissare una massa critica di ROI per operare a livello internazionale col widget e il portale di riferimento (Italiano, Inglese minimo).

Portali Nazionali: 2000-3000 \$ /mese

suggerirei di testarne 8-10 inizialmente, divisi in 3 categorie :

Cat. 1 2-3 con ROI medio > 500-1000 dollari

Cat. 2 2-3 con ROI medio 100-300 dollari.

Cat 3 2-3 con ROI medio 30-100 dollari.

Portali Territoriali : 500-1000 \$ /mese

sono quei portali che permettono accordi a carattere territoriale (molto importanti per favorire car pooling di tipo turistico ad esempio, o tra conoscenti).

Permettono anche di offrire alle PA servizi di car pooling e far testare best practice a carattere territoriale che possono poi essere tradotte in car sharing richiesto dalla PA e/o altre forme di mobilità integrata (magari sempre con soluzioni web based).

Mediamente ogni portale territoriale può generare **un ROI che oscilla tra i 30-100 Dollari**.

Portali Business:

E' molto difficile poter operare con community business per diffondere il car pooling, spingeremo sicuramente con Oblok, e possiamo provare con Europages. Il car pooling a livello b2b potrebbe generare attenzione verso il sw di gestione di flotte aziendali.