Internet

Velhos e novos modelos de negócio

Joaquim Hortinha

APPM - III Encontro Nacional de Estudantes de Marketing

14 Novembro 2001 - FIL

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. O que dizem os estudos de mercado
2. Mas será mesmo assim ?
3. Temos de ser positivos!
4. Velhos modelos de negócio
5. Uma mudança de estratégia
6. Novos modelos de negócio
7. Conclusões e cenários de evolução

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. **O que dizem os estudos de mercado**
2. Mas será mesmo assim ?
3. Temos de ser positivos!
4. Velhos modelos de negócio
5. Uma mudança de estratégia
6. Novos modelos de negócio
7. Conclusões e cenários de evolução

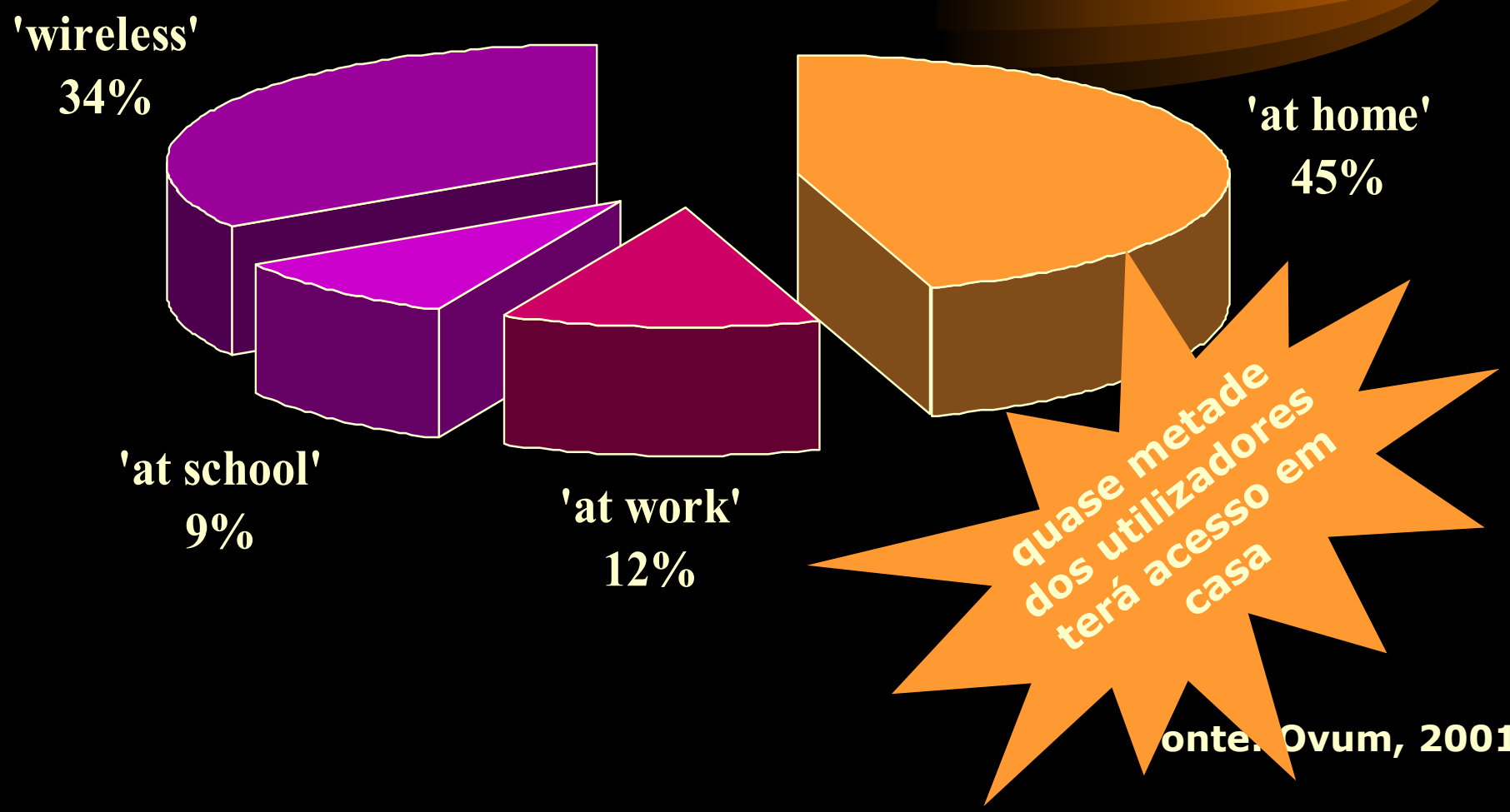
© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

1.O que dizem os estudos de mercado

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

1. O QUE DIZEM OS ESTUDOS DE MERCADO

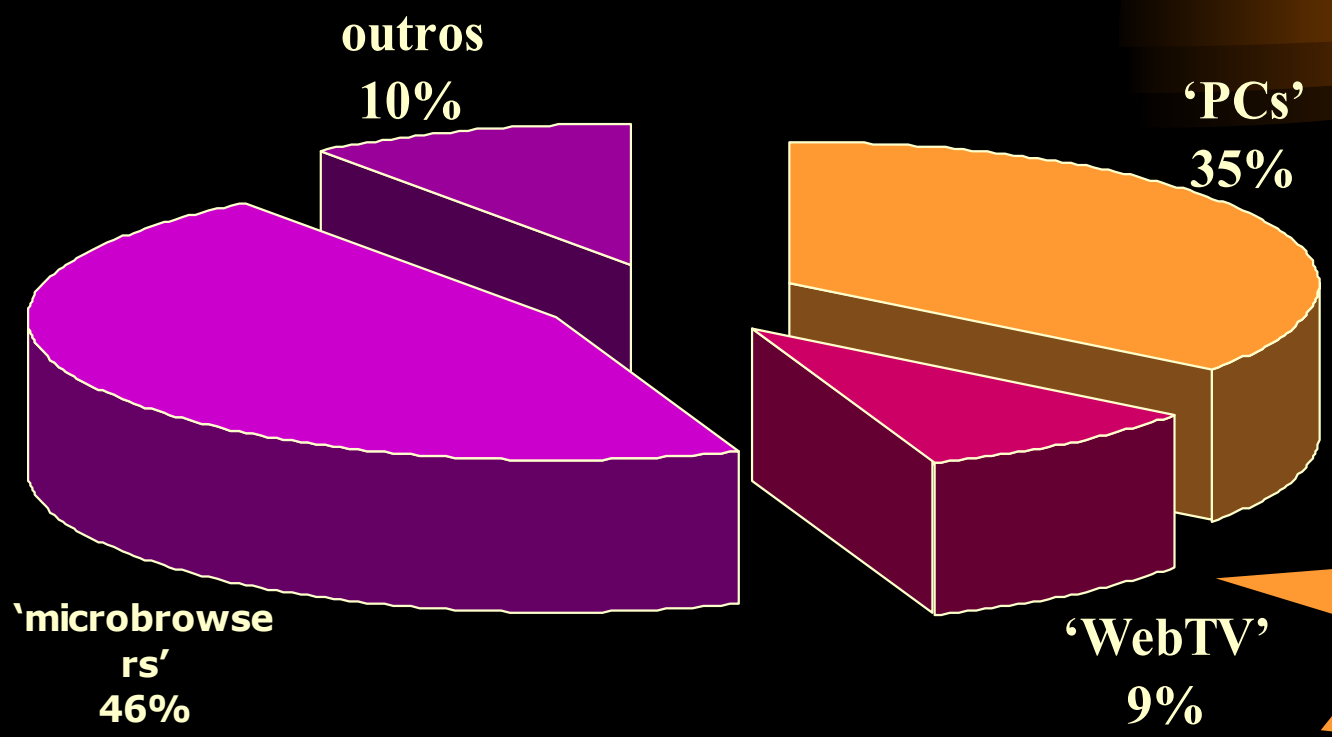
Total utilizadores WW (2005) 0,92 biliões



© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

1. O QUE DIZEM OS ESTUDOS DE MERCADO

Total terminais Internet WW(2005) 1,55 biliões



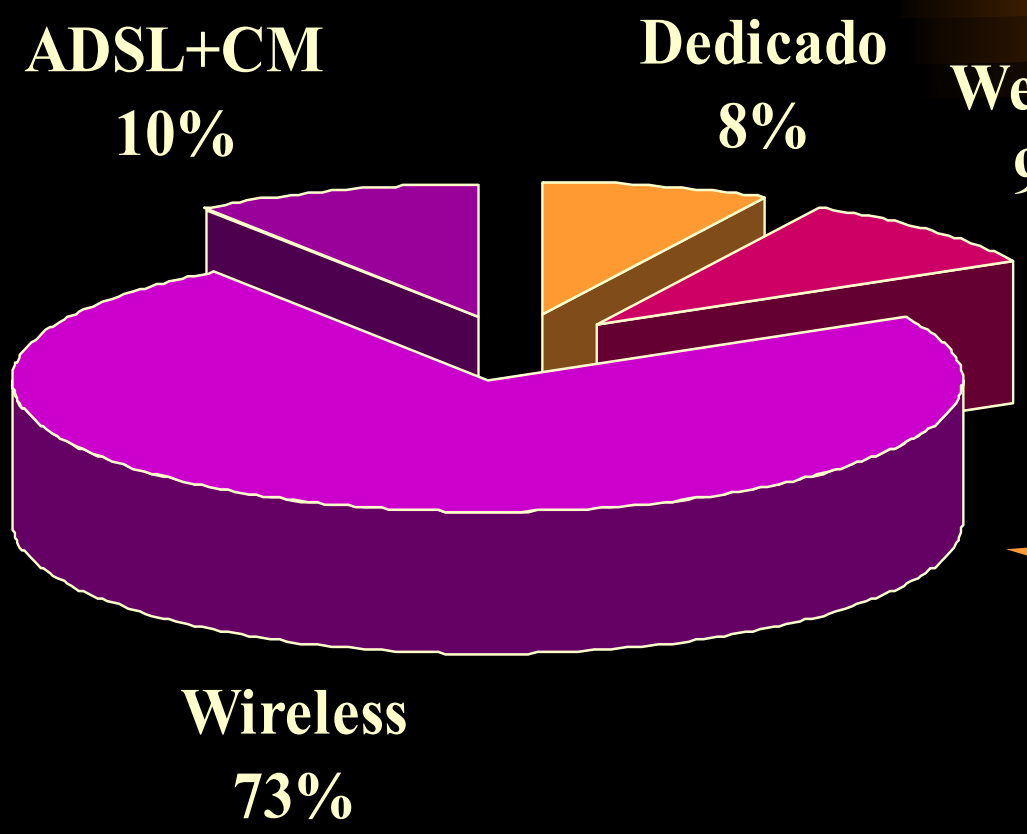
Microbrowsers e PCs dominarão

Fonte: Ovum, 2001

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

1. O QUE DIZEM OS ESTUDOS DE MERCADO

Total acessos 'Broadband' WW(2005) 979 milhões



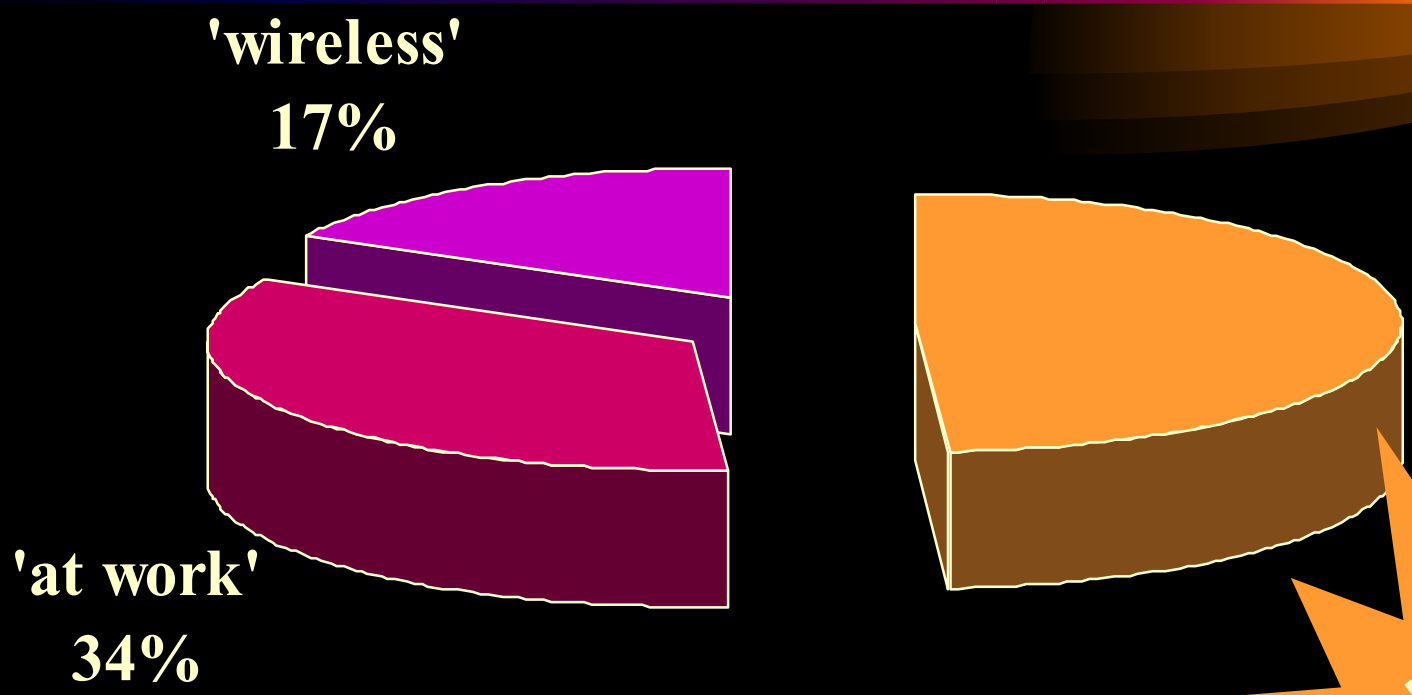
Dominio absoluto do wireless

Fonte: Ovum, 2001

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

1. O QUE DIZEM OS ESTUDOS DE MERCADO

Volume negócios Acesso WW (2005) 287 bnUSD



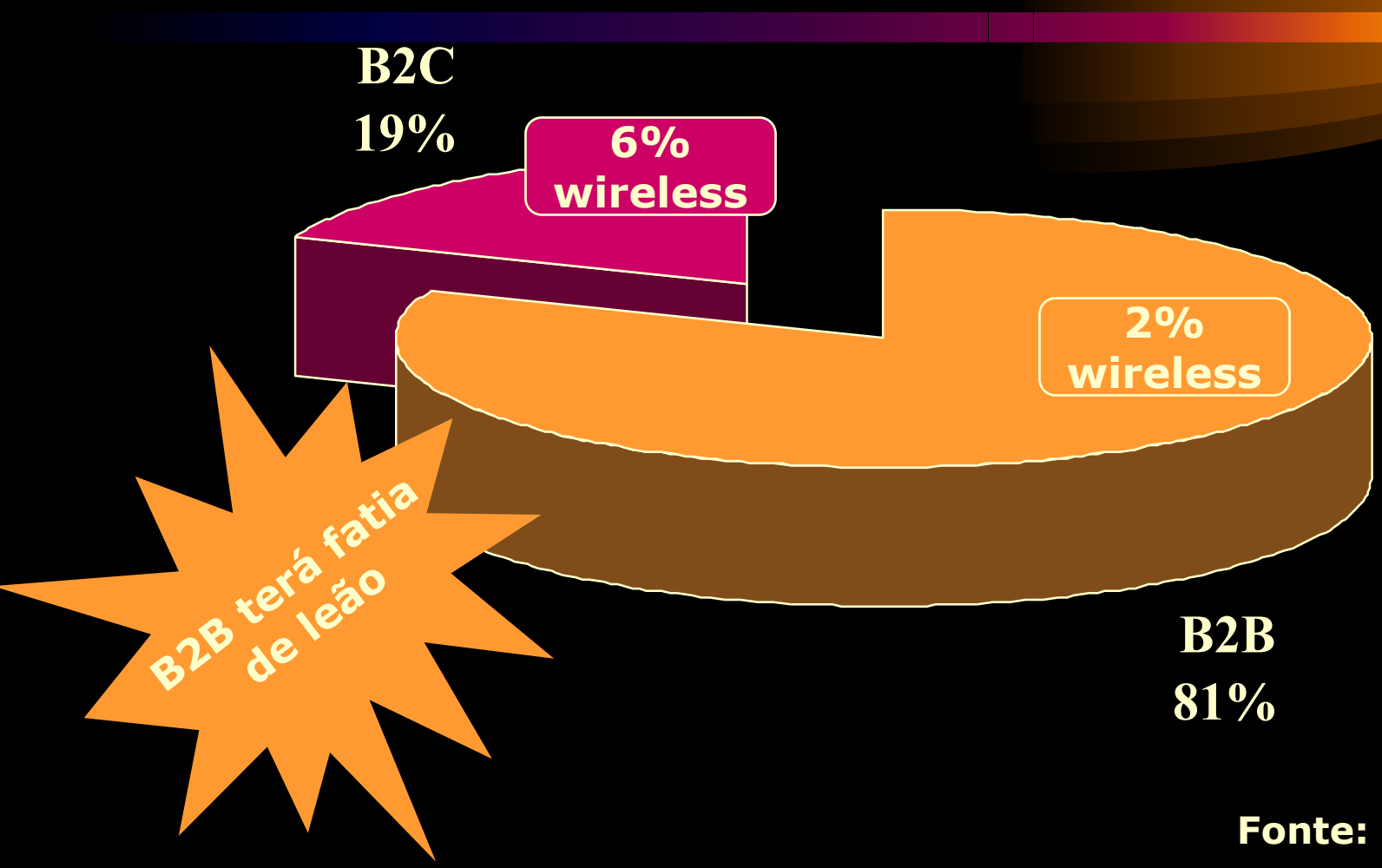
Fonte: Ovum, 2001

'at home' terá metade das receitas

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

1. O QUE DIZEM OS ESTUDOS DE MERCADO

Volume negócios e-comm WW(2005) 2,7 tnUSD

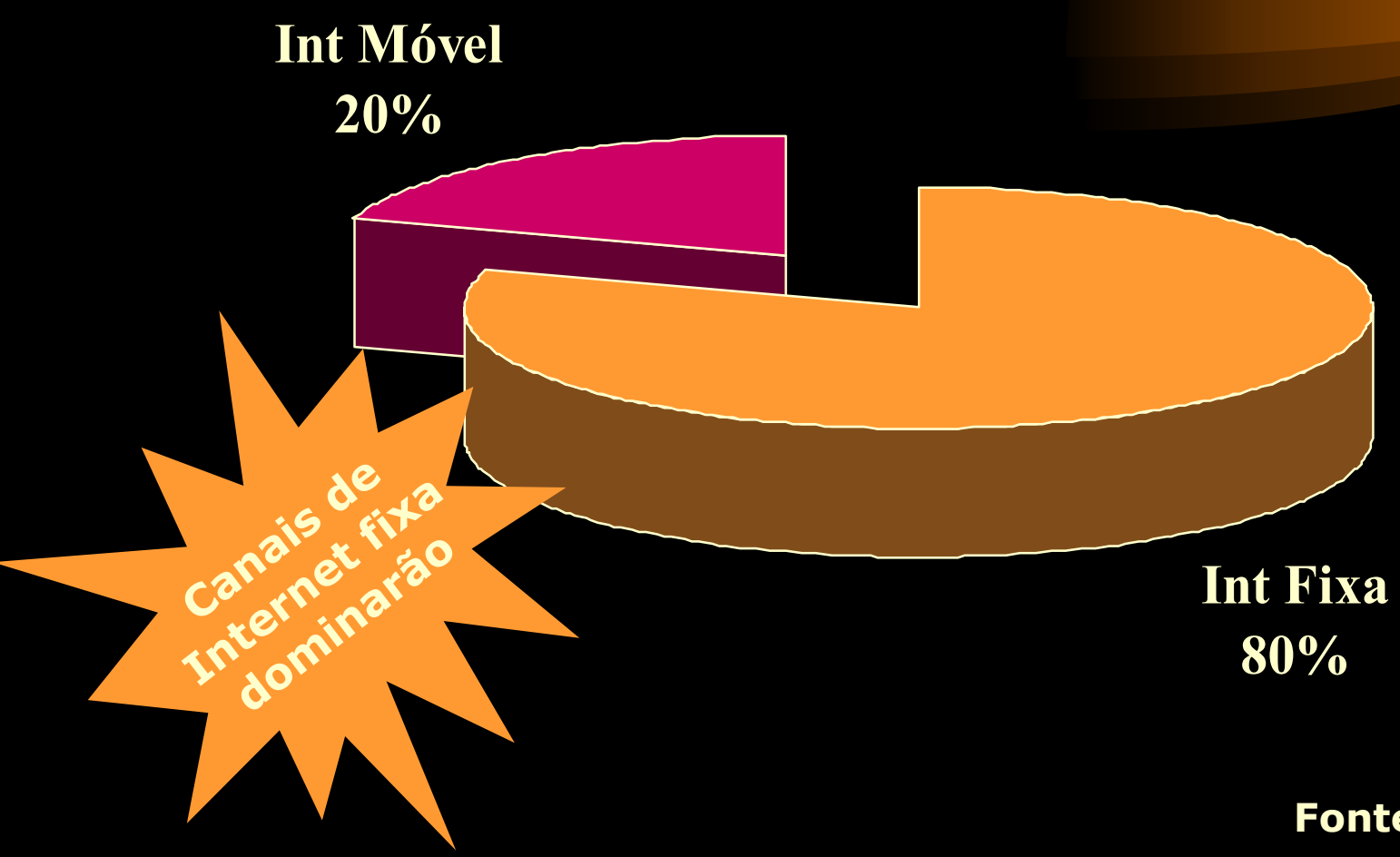


Fonte: Ovum, 2001

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

1. O QUE DIZEM OS ESTUDOS DE MERCADO

Volume negócios e-ads WW(2005) 83 bnUSD



Fonte: Ovum, 2001

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. O que dizem os estudos de mercado
2. **Mas será mesmo assim ?**
3. Temos de ser positivos!
4. Velhos modelos de negócio
5. Uma mudança de estratégia
6. Novos modelos de negócio
7. Conclusões e cenários de evolução

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

2.Mas será mesmo assim ?

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

2. MAS SERÁ MESMO ASSIM ?

Falências

"Philips despede 7.000 funcionários (3% do total)

Expresso, 21 Abril 2001

"Mais de 450 dotcom fecham as portas desde o inicío do ano 2001"

www.webmergers.com, Outubro 2001

Despedimentos

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

2. MAS SERÁ MESMO ASSIM ?

"Ericsson despede 15.000 funcionários (15% do total)

Expresso, 21 Abril 2001

Falências

"Mais de 450 dotcom fecham as portas desde o inicío do ano 2001"

www.webmergers.com, Outubro 2001

Despedimentos

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

2. MAS SERÁ MESMO ASSIM ?

Falências

"Alcatel despede 1.100 funcionários nos E.U.A"

Valor online, 3 Abril 2001

"Mais de 450 dotcom fecham as portas desde o inicío do ano 2001"

www.webmergers.com, Outubro 2001

Despedimentos

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

2. MAS SERÁ MESMO ASSIM ?

Insucessos

"Cisco despede 8.500 funcionários nos E.U.A"

Valor online, 18 Abril 2001

"Mais de 450 dotcom fecham as portas desde o inicío do ano 2001"

www.webmergers.com, Outubro 2001

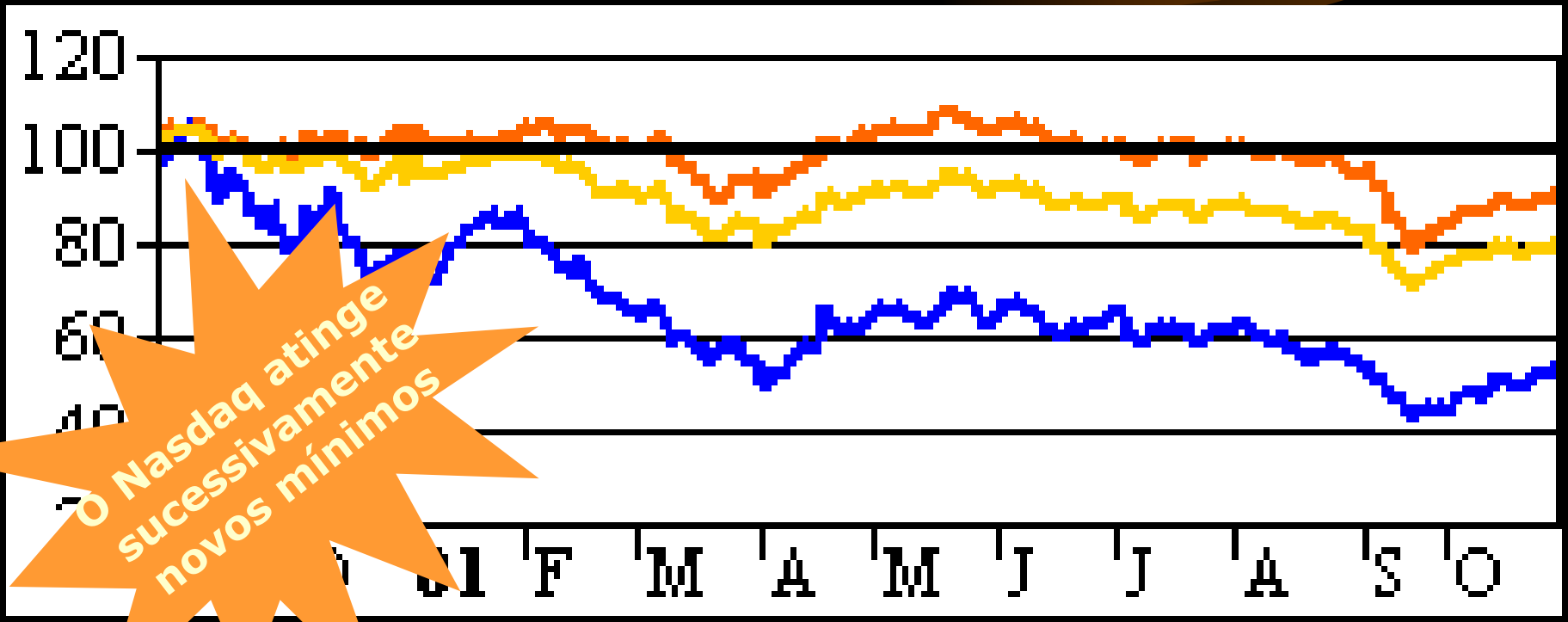
Despedimentos

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

2. MAS SERÁ MESMO ASSIM ?

NASDAQ

Nasdaq Market Indices - Nasdaq 100



O Nasdaq atinge sucessivamente novos mínimos

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

2. MAS SERÁ MESMO ASSIM ?

WEB HOSTING

VENDE-SE

EMPRESA PRONTA A FUNCIONAR

Vendem-se, em conjunto ou por item, os seguintes bens do espólio de sociedade em liquidação - PAGAMENTO À VISTA

	valor compra	preço venda P/ITEM
LOJA/ESCRITÓRIO	36,000,000	32,500,000
☆ ZONA comercial de Alfragide		
☆ ÁREA- 120 metros quadrados		
☆ REDE INFORMÁTICA ESTRUTURADA		
HARDWARE	16,000,000	13,700,000
☆ 8 SERVIDORES COMPAQ		
☆ LINHA DEDICADA TELEPAC		
☆ 2 BASTIDORES E EQUIP. DIVERSO		
MOBILIÁRIO	2,500,000	1,800,000
☆ 10 POSTOS TRABALHO COMPLETOS		
AUTOMÓVEL	16,000,000	9,000,000
☆ PORSCHE BOXSTER 1998		
PREÇO VENDA GLOBAL		50,000,000

INFORMAÇÕES PELO TEL.

As falências são o dia-a-dia do sector

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. O que dizem os estudos de mercado
2. Mas será mesmo assim ?
3. **Temos de ser positivos!**
4. Velhos modelos de negócio
5. Uma mudança de estratégia
6. Novos modelos de negócio
7. Conclusões e cenários de evolução

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

3.Temos de ser positivos !

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

3. TEMOS DE SER POSITIVOS !

Cotação **Yahoo**

=soma das três principais empresas de jornais

Cotação **e-bay**

=dez vezes a da Sothebys

Cotação/Vendas **Amazon**

=duas vezes superior à da Wal-Mart

Três casos de sucesso !

Fonte: The Economist, 2001

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

3. TEMOS DE SER POSITIVOS !

A Nova Economia é um processo irreversível com um impacto semelhante à revolução industrial

Uma constatação !

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

3. TEMOS DE SER POSITIVOS !

Baseada em industrias de produção

Velha Economia

Standardização

Escala

Replicação

Eficiência

Hierarquias

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

3. TEMOS DE SER POSITIVOS !

Baseada em industrias de produção

Baseada em industrias de informação

Velha Economia

Nova Economia

Diferenciação

Costumização

Personalização

Transparência

Rede

Velocidade

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. O que dizem os estudos de mercado
2. Mas será mesmo assim ?
3. Temos de ser positivos!
4. **Velhos modelos de negócio**
5. Uma mudança de estratégia
6. Novos modelos de negócio
7. Conclusões e cenários de evolução

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4.Velhos modelos de negócio

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

E-advertising

Banner
O mais comum

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

E-advertising

Barter

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

E-advertising

Barter

Transaction fee

Comissão sobre as vendas

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

- E-advertising
- Barter
- Transaction fee
- Vendas directas

Companhias aéreas é frequente

TAP AIR PORTUGAL

Click aqui

Reservas

Novidades
Frota
+ TAP
Qualiflyer
A Bordo
Contactos
Leilão
Reservas
História
Destinos
Index
Home

Qualiflyer Group

DISPONIBILIDADE | MEU PERFIL

VOO

ITINERÁRIO DO VOO

Classe solicitada: Económica restrita

Data	Voo	A partir de	A chegar	- Escalas - Equipamento	Duração	Classe
26 Abril	TAP Air Portugal TP 5530	Lisboa (LIS), Lisboa, Portugal 08:30	Franz Josef Strauss (MUC), Munich, Alemanha 12:25	Sem paragens 319	2h55min	Económica restrita
02 Maio	TAP Air Portugal TP 5531	Franz Josef Strauss (MUC), Munich, Alemanha 13:10	Lisboa (LIS), Lisboa, Portugal 15:15	Sem paragens 319	3h05min	Económica restrita

Tarifa padrão

Tarifa	Taxa	PTE
80390.00 +	4928.00 x 1 Adulto =	85318.00

Tarifa total = 85318.00

Para visualizar as tarifas noutra moeda: Seleccionar moeda CONVERTER

Condições: Para assegurar que conseguirá esta tarifa, a reserva deve ser feita agora mesmo. Esta tarifa pode incluir restrições e normas específicas. As taxas estão incluídas, excepto quando são cobradas no aeroporto na

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

- E-advertising
- Barter
- Transaction fee
- Vendas directas
- Fees Inst/Manut

Housing
Hosting
...

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

- E-advertising
- Barter
- Transaction fee
- Vendas directas
- Fees Inst/Manut
- **Mkt research**

Insider's Guide to Building an Effective eService Knowledgebase - Message (Plain Text)

Reply | Reply to All | Forward

File Edit View Insert Format Tools Actions Help

From: RightNow Technologies [mailbox@postmasterdirect.com] Sent: Ter 10-04-2001 14:27
To: joaquim.hortinha@oni.pt
Cc:
Subject: Insider's Guide to Building an Effective eService Knowledgebase

```
*************************************************************
                    Free White Paper
Insider's Guide to Building an Effective eService Knowledgebase
          http://www.rightnow.com/041001internet.html
*************************************************************

Since repeat visitors are the key to any Web site's success,
it is crucial to keep them from going astray. This means that
your Web site needs to act like your best customer service
employee - responsive, knowledgeable, accurate and ready to
help a y time of the day or night. Good, up-to-date information
needs  be ea y acc sible.

This e  s to help themselves; that is, find
immedi  questions on your Web site. The

*  action - customers get answers faster.
  e cost of delivering self-help via a
  e Internet is significantly less than a
  -mail or phone call.
  enue - he right information at the right time
  ers.

 how  you a icipate all the questions web visitors could
possibly have? Easy - you don't. Just let them ask questions as
```

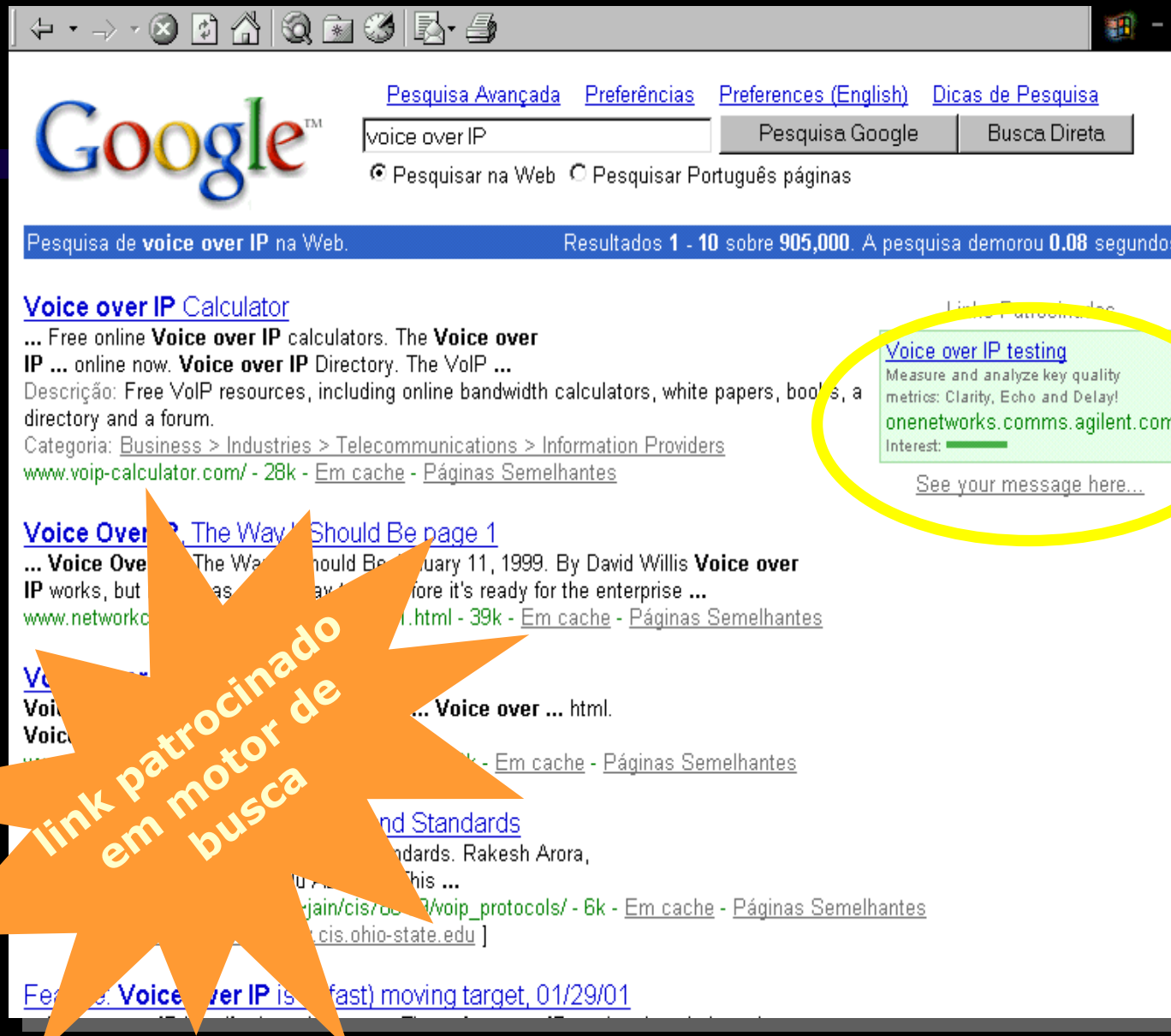
Start | Microsoft Pow... | Deleted Items -... | Acrobat Read... | Netc - Microso... | Insider's Gu... | 1:21

E-mailing o mais comum

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

- E-advertising
- Barter
- Transaction fee
- Vendas directas
- Fees Inst/Manut
- Mkt research
- **Referal fees**



© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

- E-advertising
- Barter
- Transaction fee
- Vendas directas
- Fees Inst/Manut
- Mkt research
- Referal fees
- **E-commerce**

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

4. VELHOS MODELOS DE NEGÓCIO

- E-advertising
- Barter
- Transaction fee
- Vendas directas
- Fees Inst/Manut
- Mkt research
- Referal fees
- E-commerce
- **Afiliados**

Remuneração por tráfego ou vendas

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. O que dizem os estudos de mercado
2. Mas será mesmo assim ?
3. Temos de ser positivos!
4. Velhos modelos de negócio
5. **Uma mudança de estratégia**
6. Novos modelos de negócio
7. Conclusões e cenários de evolução

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5.Uma mudança de estratégia

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5. UMA MUDANÇA DE ESTRATÉGIA

"What are your goals for your site ?"

	Now	2002
Driving online sales	96%	92%
Influencing offline sales	60%	64%
Branding/marketing	52%	40%
Gathering customer data	52%	64%

Fonte: Forrester

(Multiple responses acepted)

Site perde importância como canal de vendas e ganha importância como canal de contacto

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5. UMA MUDANÇA DE ESTRATÉGIA

Depois do "combate" vêm as "alianças"!

AOL Time Warner

Começam a perceber que não podem ser Pure Dotcom !

TOYSRUS.COM teamed with Amazon.com

ebay MARKETPLACE

YAHOO! + ? VIACOM

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5. UMA MUDANÇA DE ESTRATÉGIA

Baseada em industrias de produção

Velha Economia

Baseada em industrias de informação

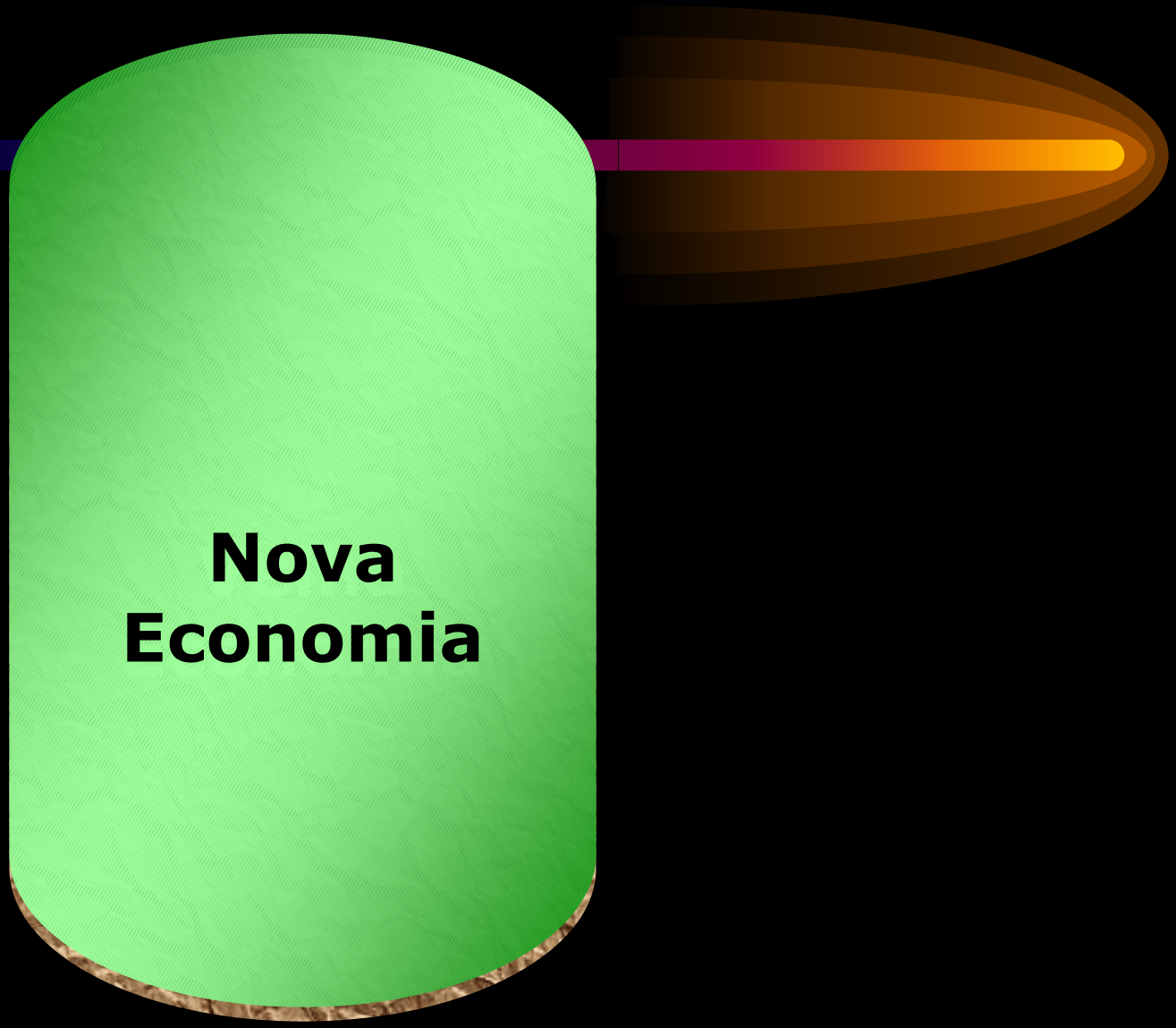
Nova Economia

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5. UMA MUDANÇA DE ESTRATÉGIA

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5. UMA MUDANÇA DE ESTRATÉGIA



© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5. UMA MUDANÇA DE ESTRATÉGIA

Next Economy

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

5. UMA MUDANÇA DE ESTRATÉGIA

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. O que dizem os estudos de mercado
2. Mas será mesmo assim ?
3. Temos de ser positivos!
4. Velhos modelos de negócio
5. Uma mudança de estratégia
6. **Novos modelos de negócio**
7. Conclusões e cenários de evolução

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6.Novos modelos de negócio

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

CPM

CPC

CPA

Novos modelos de pricing

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

120*90

125*125

120*240

Banners & Buttons

336*280

Rectangles & pop-ups

160*600
Skyscrapers

Novos formatos
e-ads (IAB)

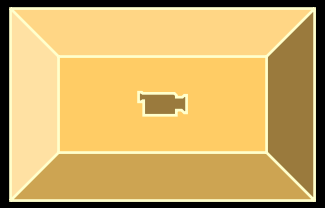
© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

Novos formatos
Layers

Novos formatos
Rich media



© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

SELECT A CATEGORY

Systems
Desktops
Handhelds
Notebooks

Peripherals
Digital cameras
Graphics & sound
Modems & Web phones
Monitors & display devices
MP3 players
Networking & servers
Printers
Scanners
...boards
...sors

Related Categories
Editors' Choice
Electronics
Gadgets
Internet Services
Software
Top 5s
Wireless

Today in Hardware

Dell PC diets to $599
Dell trims what little fat it can find in a PC to bring its new budget SmartStep system to market. Is it undernourished? Read our review.

What's hot
- Low-cost 17-inch LCDs
- Holiday gift guide
- Cheap PC vs. cheap PC
- Apple's new iMac
- New Pocket PCs arrive

Latest in

- Top 5 business PCs
- Top 5 cheap PCs
- Top 5 home PCs
- All desktop reviews

- Top 5 CD-RWs
- All CD-RW drives
- All hard drives
- All storage reviews

- Top 5 budget inkjets
- Top 5 personal lasers
- Top 5 multifunctions
- All printer reviews

advertisement
Quick links to Server Specs & Prices for these companies
Dell Servers Gateway Servers

PRODUCT WATCH What's on our radar

Sony VAIOs, now with XP

Publicidade contextual

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

Conteúdos pagos por subscrição

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

Economist.com **USER SERVICES**

Articles marked with the premium-content sticker EP are taken from *The Economist* and are reserved for subscribers to Economist.com. (Many other articles from *The Economist* are free.)

Subscribe	Buy	Current Subscribers
for unlimited access to Economist.com articles and archives. Sign up for:	one-time access for $2.95 (fulfillment provided by Northern Light*).	Log in to view the article.
a week, $4.95		
a month, $9.95 (automatic renewal)		
, $59		
Subscribe	Buy	Log in

Conteúdos pagos à peça

Subscriptions to *The Economist* include a free subscription to Economist.com for the term of the subscription. Click here for print subscription information. If you **already subscribe** to *The Economist* in print, you may register at Economist.com to claim free online access.

* **Per View access** to archived materials on Economist.com is provided by Northern Light. If you have problems with this service, please visit or contact Northern Light at: cs@northernlight.com. If you already have a Nothern Light account you can click here to log in.

Note: Archive retrievals from our Global Library and the EIU are not included in an Economist.com subscription. All retrievals from the EIU and many from the Global Library require separate payment.

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Mudança estratégica

Inovar com linha de produtos existente

Alojamento de páginas pessoais pago

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

AUCTION for AMERICA | 35th CMA Awards | Jeff Gordon Replica Car | Hasbro Toys

home | my eBay | site map | sign in

Browse | Sell | Services | Search | Help | Community

basics | buyer guide | seller guide | my info | billing | rules & safety

Own a Piece of your Favorite FOX Shows

Search | Smart Search

Search titles **and** descriptions

Are There Fees?

If you want to bid or browse at eBay, it's **free**. You don't pay a penny in fees.

If you are selling in the auction-format, you'll be charged:

- Insertion fee. This fee is between 30 cents and $3.30, depending on your opening bid.
- Final Value (final sale price) fee at the end of your auction. This fee generally ranges from 5% to 5% of your final sale price.

If you are selling fixed price items that only show up in your eBay Store, you'll be charged:

- Initial insertion fee of $0.05/listing (regardless of quantity)
- Regular eBay Final Value Fees (see above)

To maintain an eBay Store, you will be charged a basic subscription fee of $9.95/month.

For more information about eBay Stores, and the fees that apply, please click here.

Cobrar 'Referal fees' a utilizadores

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Inovar com linha de produtos existente

Suit mobile office Yahoo

1. Guardar, aceder e editar fich em qq lugar em qq momento
2. Permite acesso a terceiros (definido pelo utilizador)

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Site como apoio ao offline

Welcome! | Netscape | Mail | Calendar | IM | Search | Crisis Update:

HP 1.3 Mega-Pixel Digital Camera $129.99 Save $20 CLICK HERE

circuit city We're with you

BANK ONE Home Equity Loan℠

Fortune Conferences
Fortune Small Business
Business 2.0
Fortune Datastore

FORTUNE.com

HOME | INVESTOR | CAREERS | TECHNOLOGY | PERSONAL FORTUNE

October 1, 2001

Get Quote

Get up to 3000 additional minutes with select AT&T Wireless plans online

CLICK FOR DETAILS

Top Story

The Karachi Connection: bin Laden's Terror Engineer

Capturing fugitive Said Bahaji could foil further al-Qaeda attacks. FORTUNE tracks him to Pakistan.

more

Passport photo of Said Bahaji, alleged ringleader of attacks.

Special Report: The New War

More Stories

The Goop That Kills Anthrax

NanoBio, a tiny biotech startup, created a nontoxic agent that can destroy most every virus, bacterium, and fungus around, from influenza to E. coli to tough-to-terminate anthrax.

The Cheering Fades for Yahoo

THE MARKETS

Investor

Check the Dow, Nasdaq, and other key indexes.

COLUMNISTS

Street Life Online

by Bethany McLean

Last week's rally comes to a bad end,

SUBSCRIPTION CENTER

Sign up for Fortune, FSB, and Business 2.0. Plus:

- E-Mail Alerts
- Stock Tracker

Get 3 Risk FREE Issues

- Customer Service
- Downloads

The NEW Netscape Browser on CD! Click Here!

Netscape

'Montra' da publicação
Venda assinaturas
Campanhas integradas

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Site como apoio ao offline

Samsonite
WORLDPROOF

global home | travel centre | the world of Samsonite | help & FAQ

Welcome to Europe home | dealer locator | comparison chart | product warranty & care

Search Assistant

Help me find
the right product for:
- myself
- someone e

Product Sele

325 Series F'Lite

Are you ready to be carried away on a long and exciting journey? Try out F'Lite, Samsonite's latest and innovative luggage collection, which will turn your flight into a trip never to be forgotten.

Triple protection for your new Samsonite on every flight

As soon as you have bought a Samsonite Prof line deluxe product, you can obtain a 3 year free luggage insurance for air travel

Find out more>>

350 Series Paragon

New range of Polyester Computer Cases with optimum protection.

Samsonite by Starck

Samsonite by Starck

A line of luggage that combines the ultimate in elegance with the expertise of a great brand.

Find out more>>

'Montra' dos produtos
Imagem empresa
Gera tráfefo offline

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Diversificar dentro da área de marketing

Gestão promoções

Cupões electrónicos

G. Inf. Clientes

Estudos mercado

Rentabilização know-how e tecnologia

amazon.com. + TOYSRUS.COM teamed with Amazon.com

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

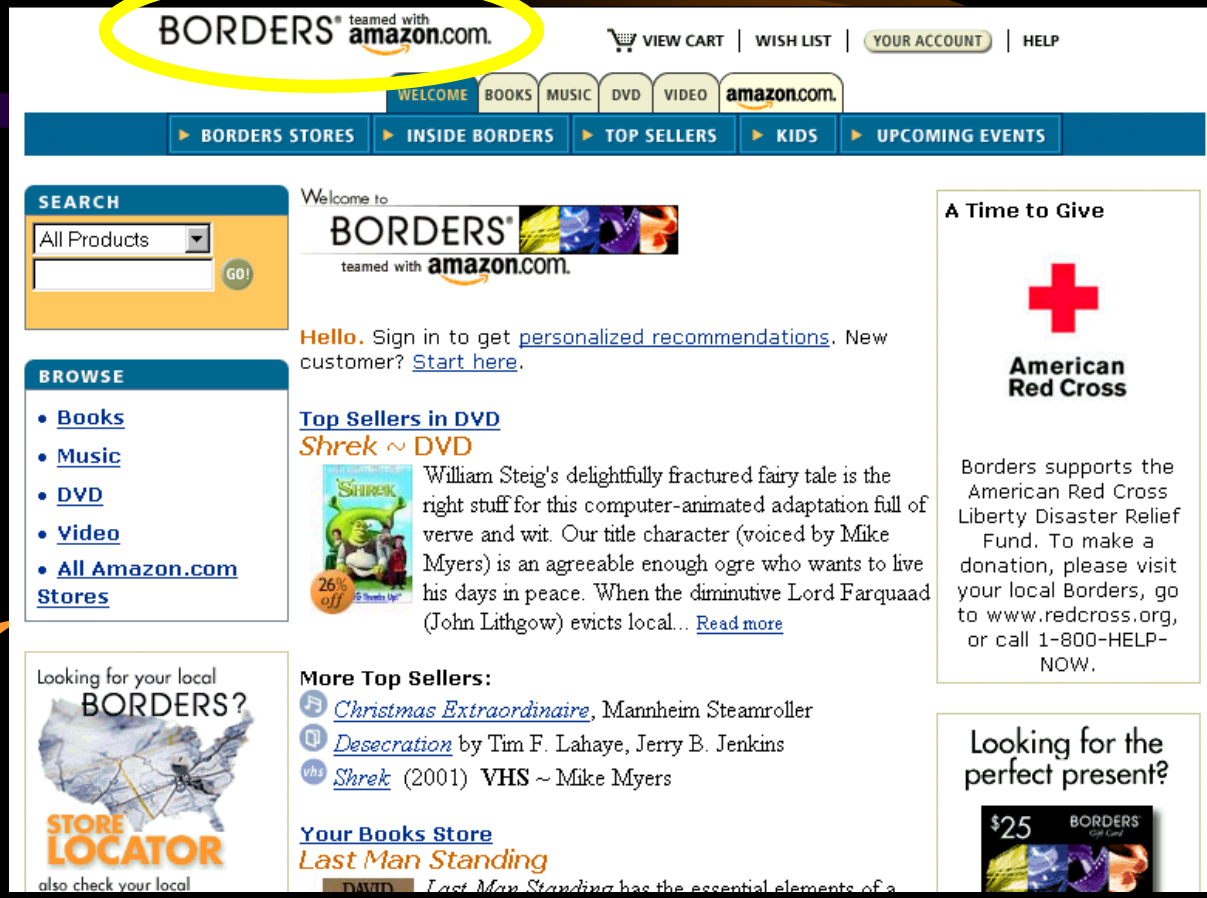
Diversificar dentro da área de marketing

Gestão promoções

Cupões electrónicos

G. Inf. Clientes

Estudos mercado



Rentabilização know-how e tecnologia

amazon.com. + BORDERS.com

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Diversificar noutras áreas de negócio

- Consultoria
- Construção
- Alojamento
- Manutenção
- Conteúdos
- Logística
- **Tecnologia**
- Contact cen

Google licencia tecnologia de pesquisa ao Yahoo

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Diversificar noutras áreas de negócio

- Consultoria
- Construção
- Alojamento
- Manutenção
- **Conteúdos**
- Logística
- Tecnolo
- Contact

Negocios.pt fornece conteúdos ao Clix

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

6. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Diversificar noutras áreas de negócio

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

INTERNET. VELHOS E NOVOS MODELOS…

1. O que dizem os estudos de mercado
2. Mas será mesmo assim ?
3. Temos de ser positivos!
4. Velhos modelos de negócio
5. Uma mudança de estratégia
6. Novos modelos de negócio
7. **Conclusões e cenários de evolução**

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

7.Conclusões e cenários de evolução

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

7. CONCLUSÕES E CENÁRIOS DE EVOLUÇÃO

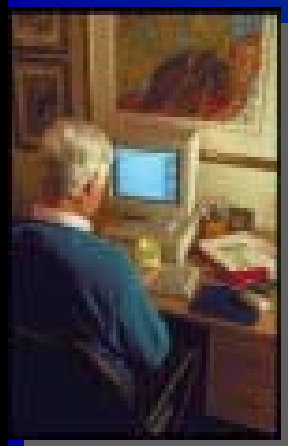
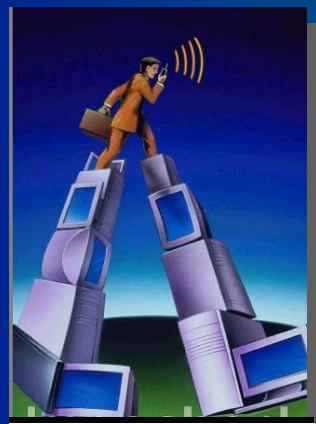
© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

7. CONCLUSÕES E CENÁRIOS DE EVOLUÇÃO

RITMO	Sete x sectores tradicionais
CRIATIVIDADE	Inovação quase ao segundo
COMPETÊNCIA	Negócios baseados massa cinzenta

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

7. CONCLUSÕES E CENÁRIOS DE EVOLUÇÃO

MERCADOS	TECNOLOGIA	EMPRESAS
 		amazon.com. + TOYSRUS.COM teamed with Amazon.com + BORDERS.com
Always online	**multiplataformas**	**Pure dotcom + + Brick&mortar**

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

‘Roma e Pavia não se fizeram num dia’

© Joaquim Hortinha www.e-marketinglab.com

Obrigado

www.e-marketinglab.com

hortinha@e-marketinglab.com