

Jornada: Integración de Internet en la Estrategia de Negocio

APD, Asociación para el progreso de la dirección (<http://www.apd.es/>).

14 de marzo de 2007.

Isabel Aguilera, Directora de Google España.

Los productos se han diversificado (Coca-cola, Light, te... películas, series, videojuegos...)

Individualización de la oferta, Oferta segmentada->Long tail

Generación Always on, canal es Internet.

Tecnología permite costes bajos en llegar al Long Tail. Además nos da capacidad análisis (Todo se puede medir) -> Director de Marketing se convierte en Broker.

Google introduce la Sencillez de uso: Millones de páginas -> una página con un cuadrado en medio.

You don't know what is going to happen u just can be prepared to it

Google No es empresa de SW ni d contenidos, es un broker entre consumidores y productores

70 por ciento de los Usuarios de UK pasan por google.

La empresa se basa en: Innovación, talento e infraestructura

Open development, APIs los usuarios se convierten en desarrolladores.

Google Print y Google Radio: Broking the espacios publicitarios en Estaciones de Radio y revistas o periódicos.

Siguientes pasos: Quitar ruido de las búsquedas (Contextualizar) Google Finance, Google Scholar.

Google Checkout: Pasarela de Pago

El mundo online no se cone al offline, lo complementa.

Interpretaciones Sencillas a Problemas Complejos, eso es google.

Google: Regla 70-20-10

70% esforç i inversió en core business

20% en àrees relacionades però llunyanes

10% en el més allunyat del Core business.

Amadeu Abril, Consejero de Quatre Casas.

Notícies dolentes en Internet: Complexitat legal.

En qualsevol cas obligacions: Relacions contractuals, identitat online, seguretat...

Obligacions específiques poques, bàsicament com al món "real": Èsser un "bon" comerciant.

Bàsicament es demana: Informar com a mesura protecció pel consumidor.

Retencio dades només a les empreses d'infraestructura.

Així : No preocupant(s'ocupen tècnics)

Protecció consumidor i assumptió riscos per part del comerciant.

L'estàndar a Internet: Llibertat (bugs, versions... pots permetre defectes que veneno un croasant no).

HD desapareix -> problema propietat: Bases de dades, informació online, identitat digital gestionada per altres (Idiota a google -> bush)

Contracte SLA (Service Level Agreement):

vot pels tècnics però no vet.

Vet pels clients però no vot.

El client posa els límits però els tècnics defineixen l'acord.

Reptes:

Identitat, propietat, espai privat, titularitat

Ens ensortirem: Els contractes es fan negociant.

Seguretat: Sempre volem més però si ens passem és trenca l'efectivitat: No podem fer una anàlisi d'ADN per vendre software per Internet.

Hem d'assumir riscos.

No existeix un sistema de firma extés.

5pc transaccions legítimes no es cobraran (retorn per part del client...)