Casos de Éxito de Negocios Fotográficos por Internet

Marzo 2009, Las Vegas

Pierre Koloboff, Renato Rossello

ROLLPiX

photoweb

ROLLPIX

Contenido

1 Barreras para el crecimiento

2 Casos de éxito

3 Tendencias

4 Conclusiones

photoweb

Barreras para el crecimiento

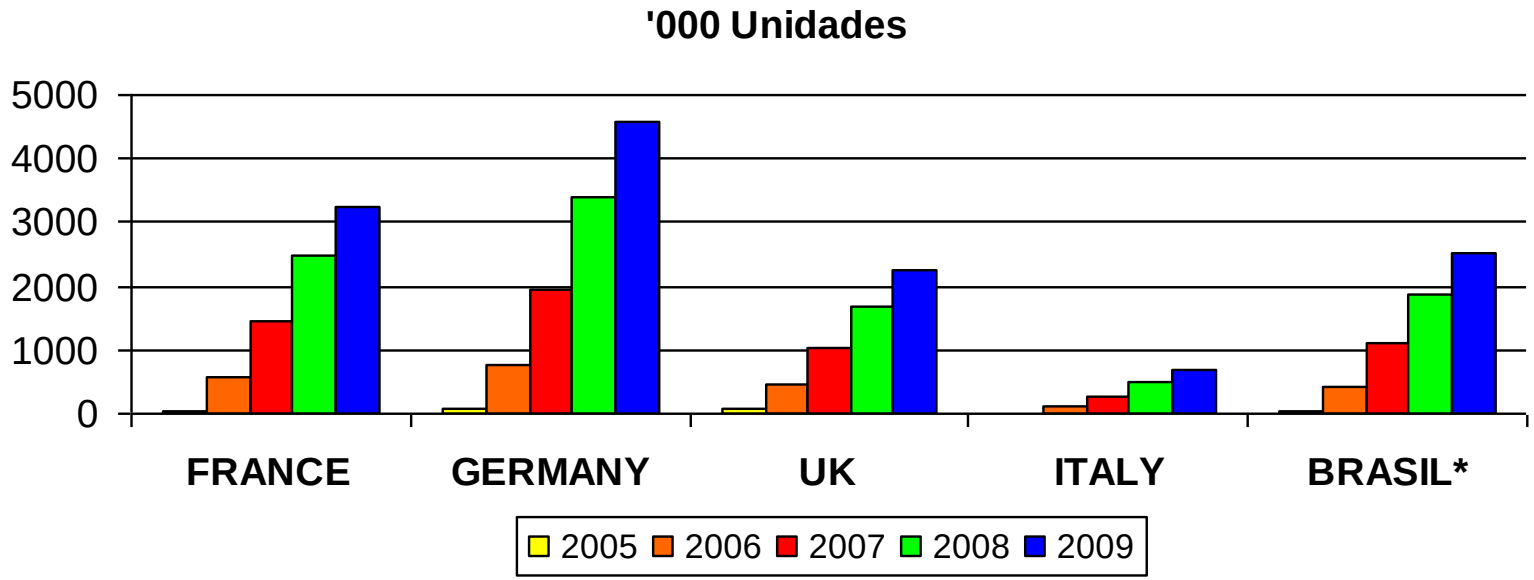
En el mercado Mexicano nos encontramos con una serie de barreras que han frenado el desarrollo de la categoría de Photobooks y productos personalizados con fotografía Digital

- **CATEGORÍA INEXISTENTE**
- **PENETRACIÓN DE INTERNET**
- **MEDIOS DE PAGO**
- **LOGISTICA**

Los casos de éxito se centrarán en ejemplos de compañías que a través de su estrategia y ventajas en el mercado buscan evitar las barreras claras de la categoría.

Barreras para el Crecimiento
Categoría Inexistente

Sabemos que la categoría de Photobooks se ha desarrollado de manera interesante a nivel mundial, con crecimientos anuales importantes en todos los países.



En México la categoría representa menos del 50% del volumen de Brasil en el 2005 y las impresiones de fotografías siguen siendo más del 95% de la venta actual en los sitios de Internet.

Fuente: Digital Imaging Watch Progress Report, Pohtobook Market Report July 2007 (Brasil Estimado)*

Barreras para el Crecimiento
Penetración Internet

- **En México hay 12.5 millones de computadoras de las cuales el 60% tienen acceso a Internet. Considerando sólo las computadoras en casa, el 7% de la población tiene acceso a una computadora y solo el 4% tiene acceso a Internet.**

Base Instalada de Computadoras	Millones	Empresas	Casas
Computadoras Personales (PC's)	12.5	40%	60%
PC's con Acceso a Internet	7.4	41%	59%

- **Las conexiones a Internet van mejorando, podemos decir que cerca del 68% de las conexiones son de banda ancha.**

Base Instalada de Computadoras	Millones
Modem Dial UP	27%
Cable	23%
Banda Ancha (ADSL / Prodigy)	45%
Enlace dedicado (T1/E0)	3%
Otros	2%

- **Aún así notamos que en este caso sólo el 2.72% de la población podría tener acceso a Internet de Banda Ancha**

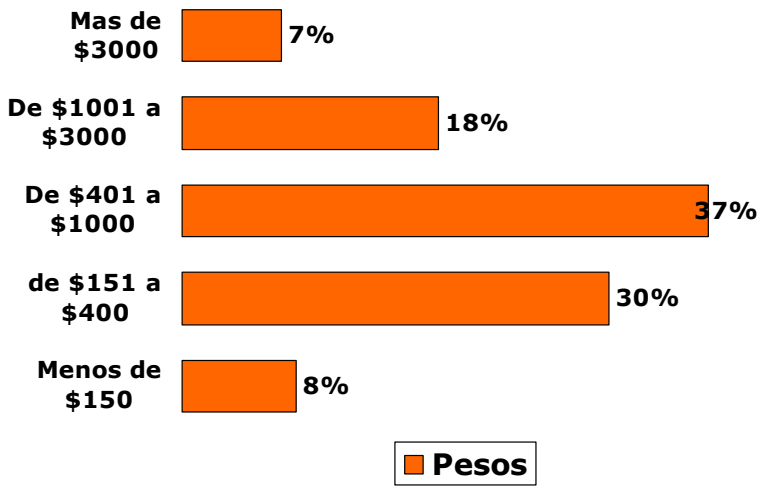
Fuente: Select Estudio trimestral de computadoras Personales en México e Internet, Agosto 2006

photoweb

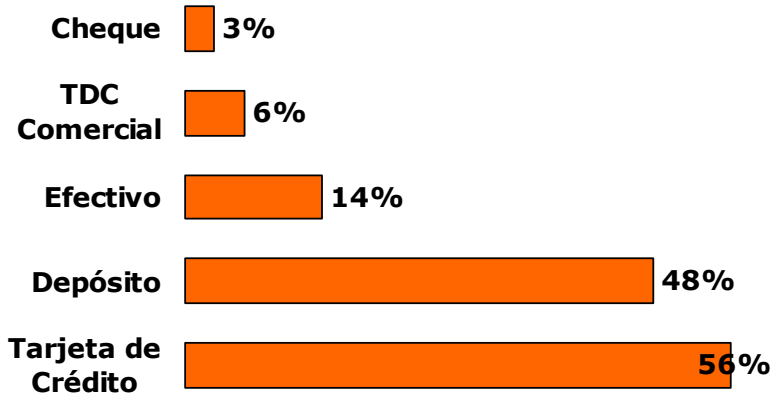
Barreras para el Crecimiento
Medios de Pago

- **El comercio electrónico es poco utilizado entre los internautas en México, sólo el 41% lo utilizan y de estos el 70% hace compras menos de 3 veces al año.**

PROMEDIO DE GASTO POR COMPRAS PERSONALES POR INTERNET



MEDIO DE PAGO UTILIZADO EN COMPRAS DE INTERNET



- **Una de las posibles causas del bajo éxito del comercio electrónico es que la tarjeta de crédito es el medio de pago más utilizado, y la penetración en el mercado de las mismas sigue siendo baja**

Fuente: Sondeo por internet AMIPCI 2006 realizado por Elogia Consupemiso.

photoweb

Barreras para el Crecimiento
Logística

- **El Territorio Mexicano es muy extenso, el servicio Postal Mexicano es poco efectivo en cumplimiento de entregas.**
- **La paquetería especializada es cara, pongamos ejemplos considerando el valor promedio de un photobook en $150 pesos (US 11)**

Express
$80-135 Pesos
90% del Valor

D.F. y Área Metropolitana
$34 – 40 Pesos
27% del valor

De 2 a 5 días
$50 – 80 Pesos
53% del valor

Casos de Éxito

Nos centraremos en estas barreras, y veremos como los principales jugadores las están sorteando a través de sus estrategias para acelerar la construcción de la categoría

CATEGORÍA INEXISTENTE

PENETRACIÓN DE INTERNET

MEDIOS DE PAGO

LOGISTICA

photoweb

Soriana

Cadena de Supermercados en México con más de 460 tiendas.

CATEGORIA

- Promociones Cruzadas
- Productos Entry Level
- Insertos Photobooks en Pedidos Fotos
- Display en tiendas con muestras físicas

PAGOS

- En tienda, integrados con su sistema Punto de Venta en cajas

FotoSoriana DIGITAL

INTERNET

- Kioscos con conexión a Internet 100% dedicada en todas las tiendas.
- Envío de pedidos Desktop a través de Kioscos

LOGISTICA

- Manejo de logística interno, posibilidad de pedir en cualquier punto y recoger en otro o a domicilio

www.fotosoriana.com

Palacio de Hierro

Tiendas Departamentales dirigidas a NSE Medio y Alto con alta actividad en e-commerce.

CATEGORIA

- Mailings a Base de Datos existentes
- Publicidad en Sitio a través de Banners
- Promociones cruzadas con negocios relacionados (cámaras)

PAGOS

- Múltiples formas de pago, incluidas Tarjeta de Crédito, TDC Comercial y Depósitos Bancarios

FOTOS Palacio

INTERNET

- 2º Sitio en relevancia de tiendas departamentales en México*
- Enfoque a universo de clientes con alta actividad en internet

LOGISTICA

- Distribución por Paquetería
- Entrega en tienda en México D.F. (95% venta)

www.fotospalacio.com.mx

** Dato Confidencial Proporcionado por Palacio de Hierro*

Empresa de Artículos de Oficina con 45 tiendas habilitadas para la impresión de productos

CATEGORIA

- Muestras físicas en Puntos de Venta
- Promociones en tienda
- Variedad de productos para todos niveles

Office DEPOT

INTERNET

- Kioscos con conexión en tienda para pedidos al momento

PAGOS

- Pago en tienda previo a la producción

LOGISTICA

- Entrega en el mismo punto en 1 hora

Farmacias ubicadas en el Centro y Norte de México, con más de 500 puntos

CATEGORIA

- Apalancamiento con Fotografía (negocio importante)
- Promociones cruzadas
- Promoción con Escuelas
- Generación de Comunidades y mecánicas de Contagio

PAGOS

- Pago en tienda limitado a un monto mínimo y máximo
- Tarjeta de Crédito

fotobenavides.com

INTERNET

- Dirigido a usuarios frecuentes de Internet

LOGISTICA

- Distribución en tiendas (más de 500 puntos)

www.fotobenavides.com

Tendencias

- Pese a estas barreras actuales la tendencia del **crecimiento del acceso Internet y del e-commerce** en los mercados latinoamericanos es clara y estos indicadores vienen creciendo exponencialmente año a año.

- Es por ello que es necesario enfocar la estrategia de negocio a **ofrecer servicios fotográficos en línea** a través de Internet.

- Para maximizar el uso, la difusión y las ventas de los servicios de fotografía por Internet es necesario que los mismos evolucionen de la mano de las **nuevas tecnologías y formas de uso de Internet**.

Tendencias

Internet en Latinoamérica

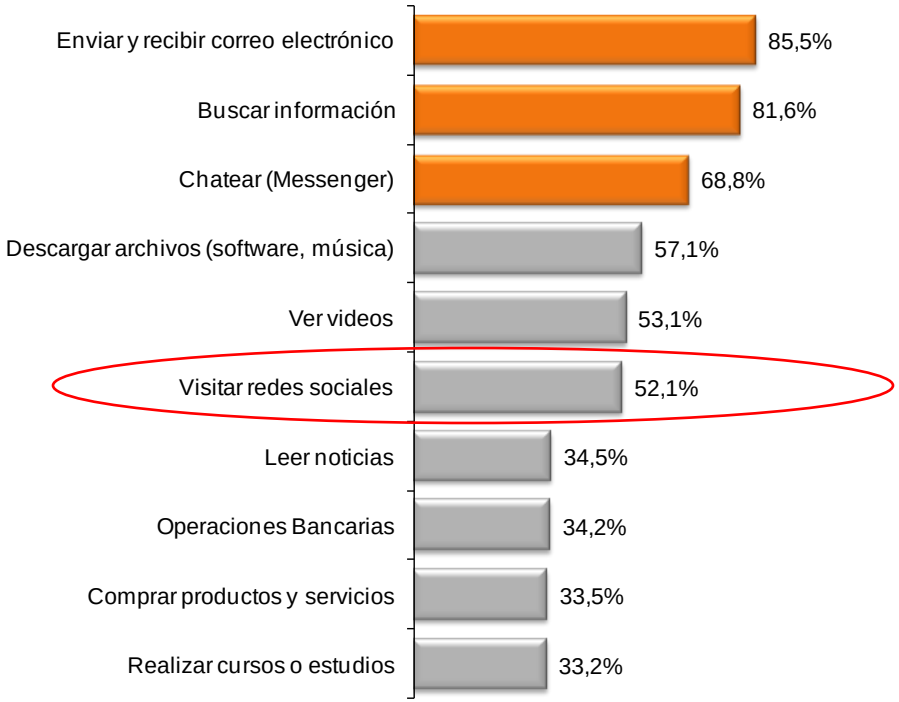
- **560 millones habitantes,**
- **27,5% son usuarios de Internet**
- **154 millones de usuarios, 11% de los usuarios mundiales**
- **más de 600% de crecimiento en los últimos siete años**
- **101% de crecimiento en los últimos tres**
- **En 2008**
  - **crecimiento explosivo del uso de las redes sociales**

    +121% en general y +800% Facebook
  - **el ecommerce creció un 67%**

    50,10% de los usuario compraron

Fuente: Estudio "Indicadores del uso de Internet en Latinoamérica 2008" de Tendencias Digitales.

Uso de Internet en Latinoamérica en 2008



Facebook 175 M usrs activos
+ 60% en 6 meses

36.8% usrs redes sociales comparten fotos

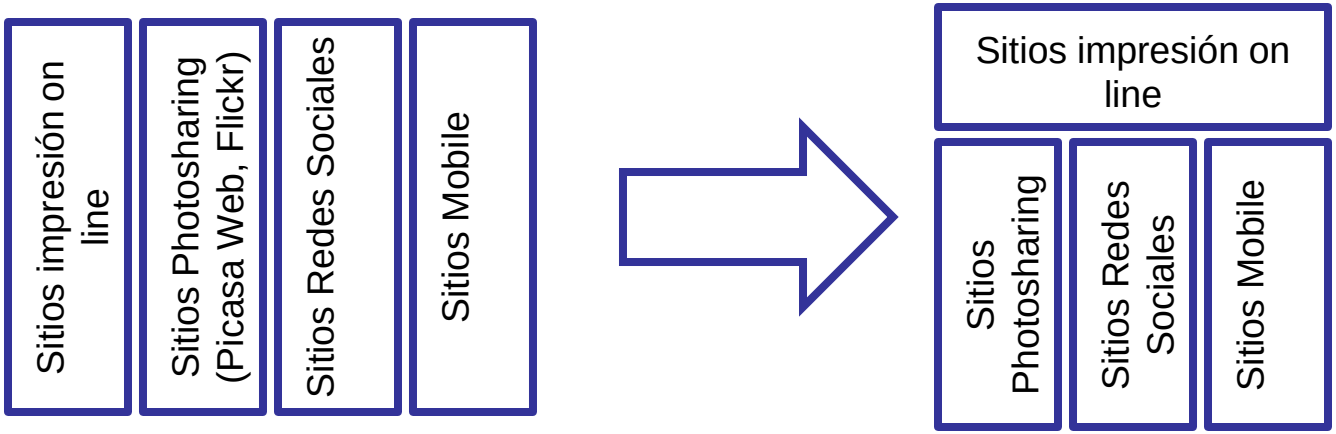
Argentina, Colombia, México y Venezuela entre los 30 países con más usuarios de Facebook

Fuentes: Estudio "Indicadores del uso de Internet en Latinoamérica 2008" de Tendencias Digitales.
Encuesta JP Morgan 2008

Dónde están las fotos

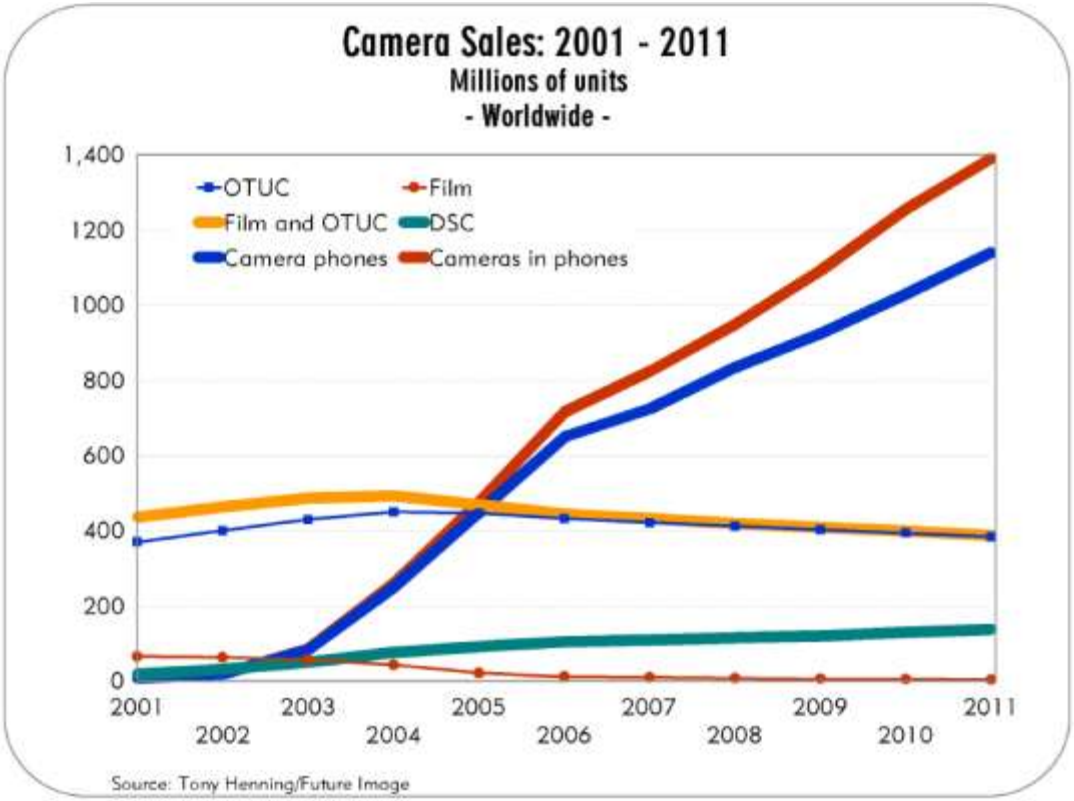
- Dónde están las fotos hoy
  - En los celulares
  - En sitios de organización de fotos: Google Picasa, Flick, etc.
  - En sitios de redes sociales: Facebook, Myspace, etc.

- Los sitios web de impresión en línea deben convertirse en servicios transversales de impresión de fotografía en Internet.



Fotografía y Móviles

- En 2008 979 M de móviles con cámara vendidos y 535 M de cámaras digitales (incluyendo las descartables)

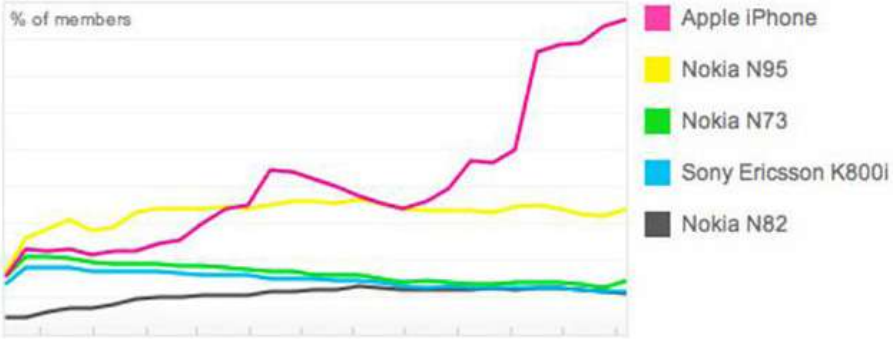


flickr

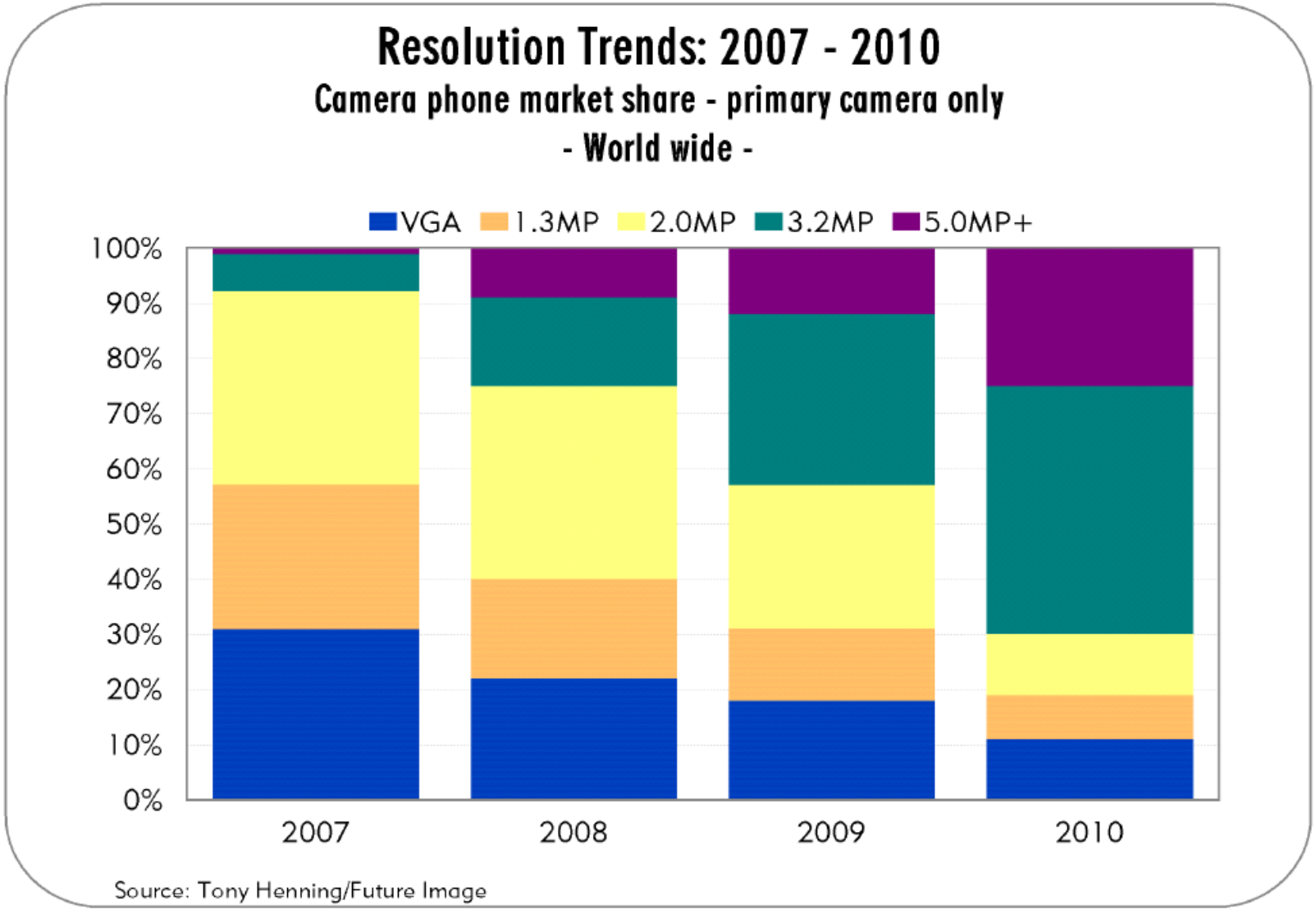
Home The Tour Sign Up Explore

Camera Finder

Popular Cameraphones



Name	# of items [?]	Avg. daily users [?]	
iPhone	5,028,804	2404	• 19,180 items uploaded yesterday • 2,970 users yesterday
N95	3,314,294	1129	• 6,953 items uploaded yesterday • 1,079 users yesterday
N73	2,918,574	369	• 2,623 items uploaded yesterday • 367 users yesterday
K800i	4,006,065	322	• 2,966 items uploaded yesterday • 276 users yesterday
N82	592,164	317	• 1,665 items uploaded yesterday • 313 users yesterday


Resolution Trends: 2007 - 2010
Camera phone market share - primary camera only
- World wide -
VGA
1.3MP
2.0MP
3.2MP
5.0MP+
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
2007
2008
2009
2010
Source: Tony Henning/Future Image

Fotografía y Móviles

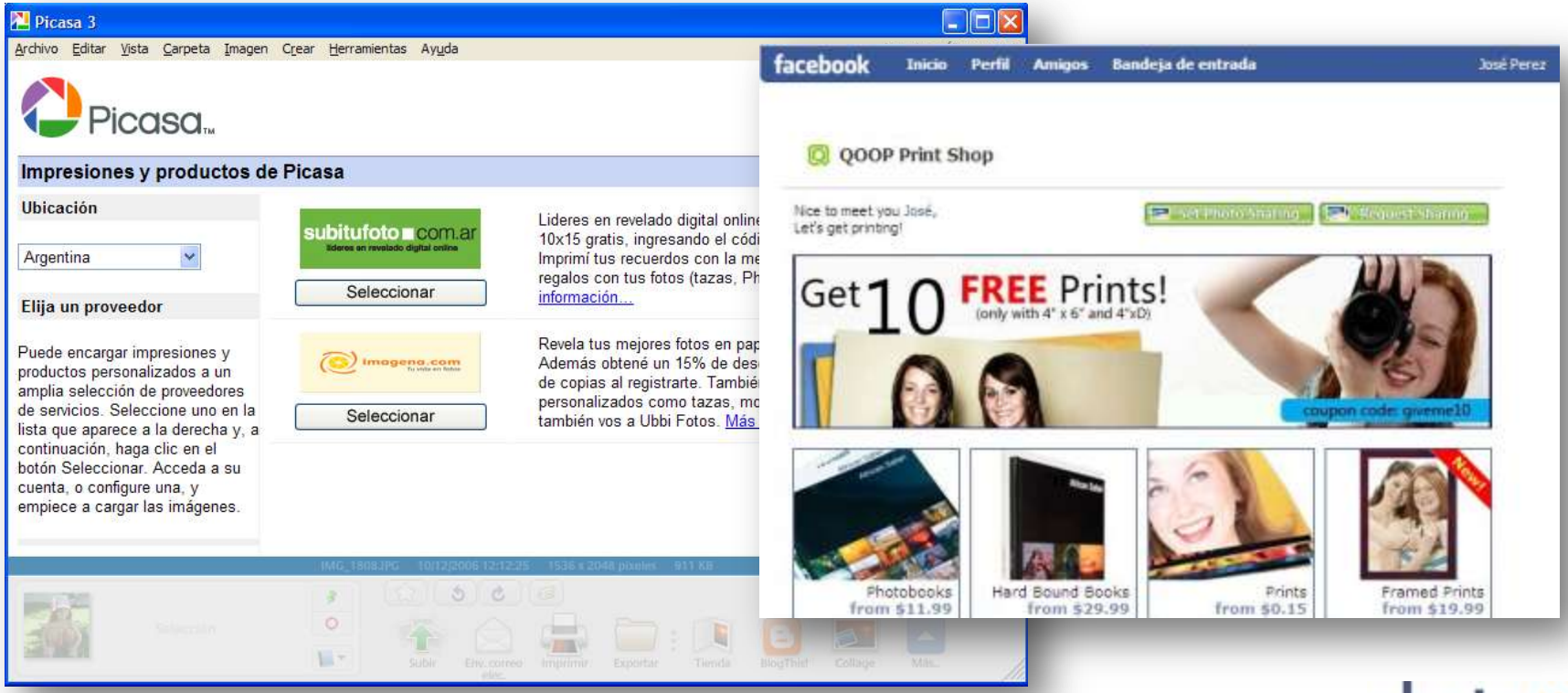
- Integración de soluciones web con el móvil
  - visualización de fotos, envío de invitaciones.
- Soluciones para pedir impresiones directamente desde el móvil.

Integraciones

- Flexibilidad y comodidad para su cliente: permitir desde su sitio web pedir impresiones, fotolibros y fotoregalos con fotos publicadas en otros sitios.

Integraciones

- Generación de nuevos clientes integrando servicios de impresión en sitios y herramientas donde los clientes tienen sus fotos:
  - Link a imprimir desde herramientas de administración de fotos
  - Aplicaciones para pedido de fotos en sitios de redes sociales



Integraciones

- Comunidad y efecto contagio:
  - Permitir publicar fotos y fotolibros en sitios de comunidad para compartirlos más fácilmente.
  - Integrar el uso de contactos de sitios de redes sociales para gestionar las invitaciones a ver fotos y fomentar el efecto contagio

Integraciones

Google Friend Connect

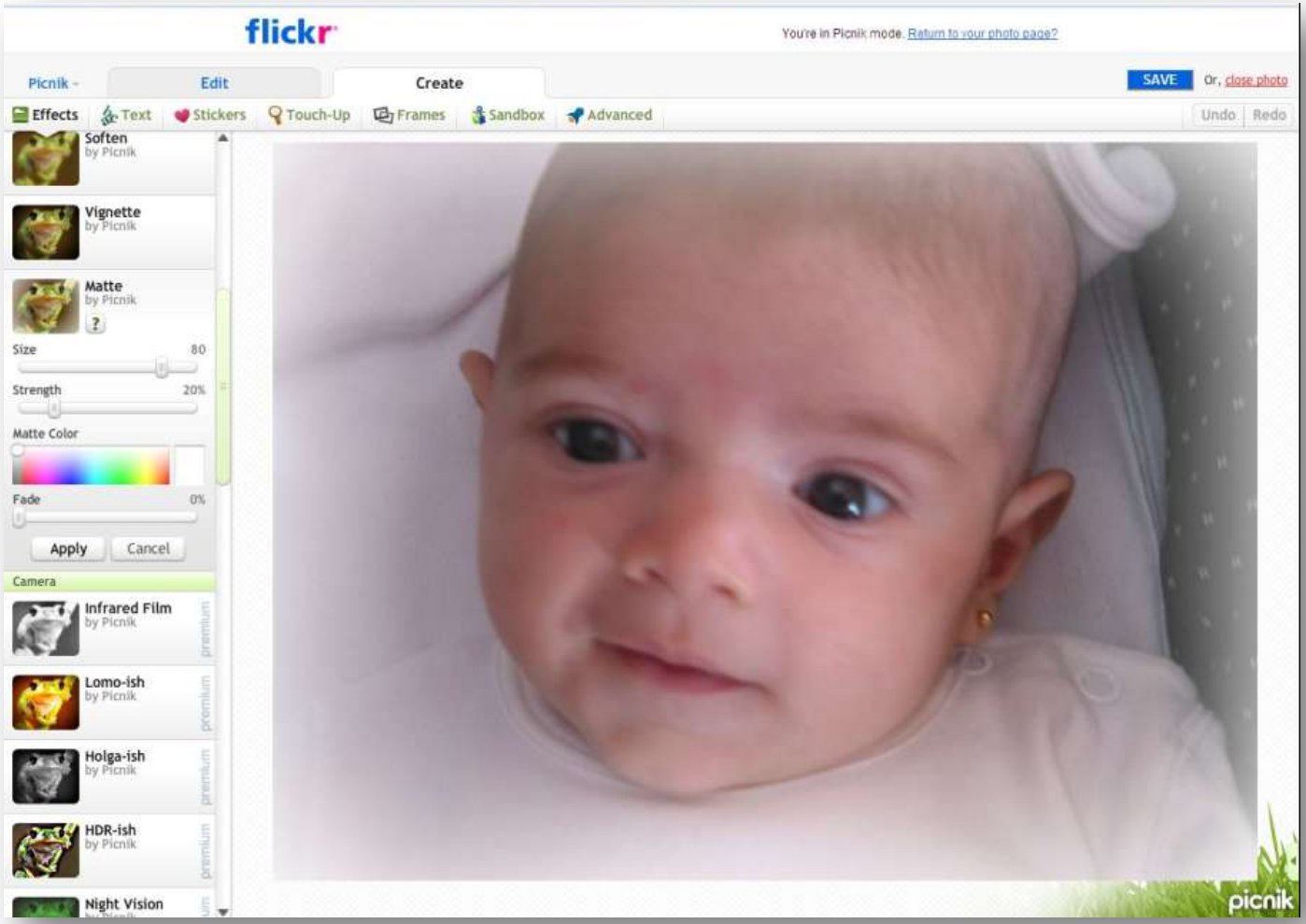
- Widgets
- Abierto a distintas redes de contactos
- Lo social pasa de ser un producto a una funcionalidad

Facebook Connect

- Agrega una capa social a su web
- Identificación
- Información de perfil y de contactos
- Integración de dos vías (aparecer en newsfeed)

Integraciones

- **Servicios complementarios de valor agregado**



ROLLPIX

Conclusiones

- **No existe una sola estrategia para llegar al mercado**
- **Los grandes retails hoy tienen una posición estratégica**
- **Buscar modelos asociativos**
- **Muy atentos a qué hace nuestro cliente con las fotos**
- **Aprovechar el potencial de Internet y seguir las tendencias**
- **Internet hoy es un canal más, mañana será “el canal”**

photoweb

Gracias

Contacto

Booth K257 Level 1 (SMI Group)

Renato Rossello: renato@rollpix.com

Pierre Koloboff: pierre@photoweb.com.mx