

## "Il motivo per cui l'iPhone ha sfondato nel mercato pur non essendo necessario..."

*Ecco una bella storiella su come essere disruptive nonostante il prodotto/servizio non sia richiesto sul mercato.*

**Ritornate agli anni precedenti il 2007...**

Gli smartphone di successo erano BlackBerry, Palm Treos, Motorola Q e Symbian come il Sony Ericsson P1 o un Nokia N95, **te li ricordi vero?**

**Immagino proprio di sì perché erano la vera tendenza di un tempo.**



**Quello che un tempo il mercato chiedeva erano azioni smart per la posta elettronica e la messaggistica, la possibilità di eseguire applicazioni, la qualità del telefono e del vivavoce, la durata della batteria e l'accesso alle informazioni su Internet.**

L'iPhone è stato lanciato il 29 giugno 2007. Si presentava con uno schermo grande, un sistema operativo potente, un potente processore e molta memoria interna.

**L'innovazione era l'esperienza che offriva all'utente.** Sfruttava la potenza dell'hardware con scorrimento fluido, zoom e la possibilità di ridisegnare rapidamente lo schermo. Ma al momento del suo lancio l'iPhone non era un buon smartphone per gli standard del momento.

La digitazione era difficile, la funzione e-mail funzionava solo quando l'app e-mail era aperta, la qualità del telefono e del vivavoce era relativamente scarsa, offriva un accesso incredibile a Internet ma era fundamentalmente inutilizzabile sulla rete wireless 2G, e come se non fosse sufficiente tutto ciò... la durata della batteria era scarsa e non era sostituibile.

iPhone quindi era una scelta improbabile per chi aveva bisogno di uno smartphone.

**La cosa REALMENTE DISRUPTIVE è come Steve Jobs ha descritto questo prodotto all'epoca. "iPhone è come l'internet in tasca" la combinazione ottimale tra iPod e Internet.**

A differenza di tutti gli altri, Apple si è affidata al Wi-Fi per fornire Internet tascabile attraverso l'iPhone che ha reso Safari e Google Maps un'esperienza unica.

Ciò rappresentava un'innovazione dirompente per il mercato. **L'iPhone era fundamentalmente un iPod touch completo di telefono.**

Con la stessa memoria, l'iPhone costava solo \$ 100 in più rispetto all'iPod touch, quindi sostanzialmente si trattava di un telefono economico abbinato a un prodotto nuovo di mercato.

**Le persone che hanno acquistato un iPhone in quel momento non erano alla ricerca di un nuovo telefono, ma volevano le nuove funzionalità dell'iPod touch.**

In poche parole, Steve Jobs ha dato alle persone la possibilità di concentrarsi sull'esperienza e innamorarsi del dispositivo.

Ciò che ha fatto è stato mostrare alle persone una soluzione ben progettata che ha risolto un sacco di problemi ormai riconosciuti. Quella chiarezza ha catturato l'immaginazione di molti e cambiato il modo in cui le persone guardavano ciò che i computer potevano offrire.

l'iphone\_lo\_smartphone\_non\_necessario

ONE OFF Services scpa

Via XXIV Maggio, n° 5  
34170 - Gorizia (GO)  
www.kibsstudio.com

Fiscal VAT Code & C. R. n°  
01089770315  
info@kibsstudio.com

Sede operativa Veneto

Via XIII Martiri, n° 88  
30027 - San Donà di Piave (VE)  
kibsstudio@kibsstudio.com

Phone +39 0421.223.661  
Fax +39 0421.223.661  
marketing@kibsstudio.com

Sede Operativa Emilia Romagna

Via A. Gnani, n° 54  
48121 - Ravenna (RA)  
admin@kibsstudio.com  
service@kibsstudio.com