

millionaire

€KO

idee e business per la nuova €konomia



BUSINESS by night

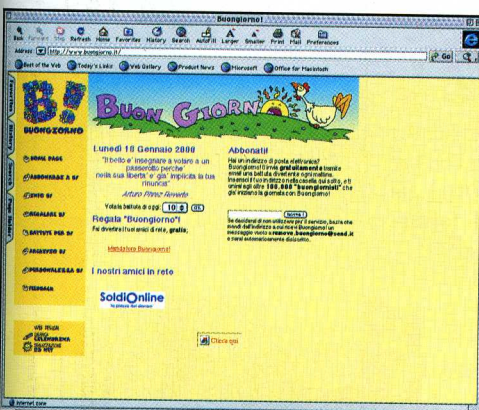
Miami, Londra,
Milano, Roma, Napoli, Bari,
Verona, Rimini, Firenze: tutti
i segreti dei locali
che fanno tendenza.

- ▶ CASINÒ ON LINE
LORO GIOCANO, TU GUADAGNI
- ▶ NEW FRANCHISING
LE NUOVE OPPORTUNITÀ
- ▶ IDEA! MI METTO IN PROPRIO
CON INTERNET
- ▶ BUSINESS AL VOLO
GUADAGNARE CON LA MONGOLFIERA



Sped. Abb. postale - 45% - comma 20/b art.2 - legge 662/96 MI
Febbraio 2000 - numero 2 - L. 8.000/4 EURO

► che si rispetti, anche Blue Mountain a un certo punto della sua ascesa ha però bisogno di finanziatori. Quattordicesimo sito della Rete per traffico di utenti, con in mano il 65% del mercato delle cartoline elettroniche, Blue Mountain Arts non tarda a trovare un acquirente, quando il *Wall Street Journal* pubblica la notizia che la società è in vendita. *Excite@home*, interessata a inserire sul suo portal un servizio di *greeting card* via e-mail, non si è infatti lasciata sfuggire l'occasione e ha acquistato la società del Colorado, pagandola 430 milioni di dollari in azioni e 350 milioni in cash. A questi si aggiungono altri 270 milioni di dollari in titoli, al raggiungimento di determinati obiettivi previsti nel contratto. L'operazione è però vantaggiosa per entrambi. Dal sito di Excite (<http://www.excite.com>) è infatti ora possibile mandare una cartolina virtuale collegandosi direttamente al sito di Stephen Schutz, con un aumento di pubblico per Excite pari al 40%.



buongiorno.it

La madre di tutte le newsletter

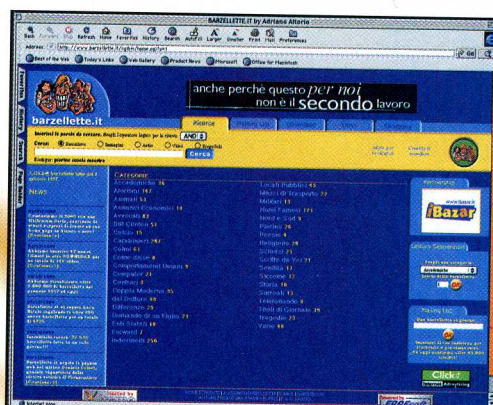
Idea: Buongiorno! (<http://www.buongiorno.it>), ovvero una frase divertente recapitata ogni mattina via e-mail, per cominciare bene la giornata. Iniziativa e-mail, Buongiorno! è una newsletter basata su una lista di proprietà di Mauro del Rio, che rispetta privacy e leggi antispam (antiaffollamento pubblicitario), inviando messaggi solo a chi lo desidera, nella filosofia del "permission marketing". Non solo. Oltre alla "coccia elettronica" del Buongiorno!, dal sito si può accedere anche ad altre newsletter e servizi utili o divertenti.

Storia: la madre di tutte le newsletter italiane. Questo il modo migliore per definire Buongiorno! (<http://www.buongiorno.it>), nato nel 1995 dall'idea di Mauro Del Rio di inviare una frase divertente via e-mail ad amici e conoscenti. Di lì, la lista è cresciuta moltissimo e oggi, Del Rio e il so-

cio di maggioranza Simone Ranucci, contano circa 200 mila iscritti, una bella "scuderia" di liste (finanza, narrativa, telefonia mobile, salute, ricette...) e una simpatica serie di web site concepiti come newsletter: beat.it che segnala le principali offerte di e-commerce in Italia ed Europa; guess.it, quiz a punteggio; remind.it, agenda elettronica on line che ricorda gli appuntamenti via e-mail; send.it, il portal di tutte le newsletter italiane.

Utenti: circa 200 mila gli iscritti alle liste. Le impression (cioè, quante volte le pagine del sito sono consultate) sono due milioni al mese; i contatti e-mail circa sette milioni al mese.

Plus: Buongiorno! è un sito divertente e di facile consultazione, con tanto di possibilità di personalizzare le pagine, scegliendone la grafica in un'apposita galleria.



barzellette.it

Un sito tutto da ridere

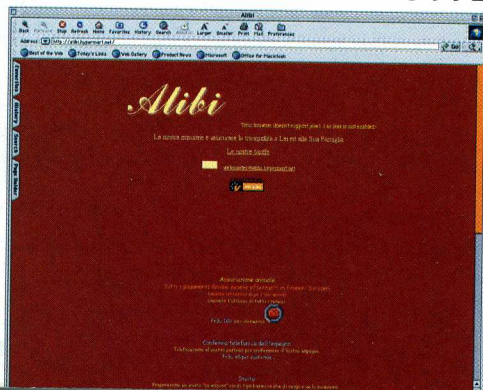
Idea: barzellette per tutti e per tutti i gusti, il sito <http://www.barzellette.it>, è il luogo adatto per un momento di relax on line. Interessante e divertente è il sistema che Adriano Altorio, il creatore, ha escogitato per delimitare l'accesso alle varie sezioni: un'icona col semaforo. Cliccandoci sopra si accede a varie sezioni del sito: la parte verde (l'home page, a cui si arriva anche digitando l'indirizzo) con le barzellette pulite; la parte gialla con un numero più ampio di barzellette dai contenuti forti, vietate ai minori di 14 anni; la parte rossa con tutte le barzellette del sito (anche quelle vietate ai minori di 18 anni), comprese quelle cattive, disgustose, offensive e blasfeme. Uomo avvisato... Dal 1998, Barzellette.it è inoltre una mailing list. Basta iscriversi per ricevere ogni giorno una barzelletta in posta elettronica.

Storia: il sito è nato nel 1997 ed è la trasposizione informatica (con gli aggiornamenti) del libro *Enciclopedia della Barzelletta* (<http://www.barzellette.it>), scritto da Adriano Altorio, romano doc con la passione per la risata. Oltre quattromila le barzellette archiviate, ordinate per categoria e consultabili attraverso un motore di ricerca interno.

Utenti: gli iscritti alla mailing list, in continuo aumento, sono più di 30 mila. Ogni giorno visitano il sito circa cinquemila persone, per un traffico mensile di due milioni di impression (pagine consultate).

Plus: divertimento assicurato.

e c'è anche chi vi fornisce un alibi



Ebbene, sì! Sulla Rete c'è anche chi vi crea gli alibi,

per giustificare impegni e innocenti evasioni che non devono «minare la vostra vita sentimentale». Così recita la scritta scorrevole sulla home page del sito (<http://alibi.hypemart.net/>). Alibi promette di organizzare a puntino il piano della vostra "scappatella", facendo in modo che risultiate invitati a eventi importanti, oppure che una segreteria telefonica copra la vostra assenza in ufficio e un operatore vi rintracci per farvi mettere in contatto con chi vi ha cercato. Alibi è on line solo da pochi mesi e sta perfezionando il suo servizio. Per accedervi bisogna registrarsi, pagando 100 franchi svizzeri. Tutti gli aspetti legali del servizio sono chiariti nel modulo di iscrizione e, naturalmente, chi si iscrive e chiede un alibi, deve fornire tutti i suoi dati e i dettagli sull'alibi richiesto. Se le informazioni non sono convincenti, la società si riserva di declinare la richiesta.