

Meg Whitman: eBay con Skype diventeranno la “voce di Internet”.
Dopo Tiffany messo a punto un programma per smascherare i prodotti falsi
(Corriere Economia, febbraio 2006)

Nel 2005 è stata indicata dalla rivista Fortune come donna più potente del pianeta in ambito economico. Mentre Time l’ha inserita tra le 100 persone più influenti. Lei è Meg Whitman. Da marzo 1998 presidente e Ceo di eBay. Parliamo del più grande negozio di e-commerce del mondo con 181 milioni di utenti registrati. Dove si vende un’auto ogni 10 minuti, un’opera d’arte al minuto e un computer ogni 10 secondi. Nel curriculum di Meg troviamo una laurea in Economia alla prestigiosa Princeton University e un Mba ad Harvard. Eppure a detta dei dipendenti, non si atteggia a “top woman”, ed è sempre pronta ad ascoltare i problemi di tutti. Sposata con un chirurgo, ha due figli e il prossimo agosto per lei sarà un compleanno particolare. Quello dei secondi “anta”. Alla domanda del regalo più gradito che vorrebbe ricevere, risponde senza esitare: «in assoluto trascorrere una giornata in tranquillità con i miei cari». Corriere Economia l’ha intervistata in occasione della festa per i 5 anni di eBay Italia.



Non le sembra che la cifra di 2,6 miliardi di dollari pagata per comprare Skype sia esagerata? Perché non ha rilanciato al ribasso negli interessi di eBay?

«Prima dell’acquisto abbiamo verificato con cura ogni aspetto di Skype. Controllando il ricavo per utente e il possibile guadagno netto per il futuro. Skype rappresenta una grande realtà e sta conoscendo un momento di successo incredibile. Questo grazie al mercato Voip che rappresenta un business di un

migliaio di miliardi di dollari all’anno. Ecco perché riteniamo di avere pagato il prezzo giusto».

Questa acquisizione, come influenzerà il vostro business? «Unendo le potenzialità di Skype con l’esperienza di eBay e il nostro sistema di pagamento PayPal, creeremo un sistema globale che abbina l’e-commerce alla comunicazione. Skype può accelerare la velocità di vendita su eBay e incrementare il volume di transazioni PayPal, aprendo nuove possibilità di business per l’azienda. Allo stesso modo eBay sta facendo crescere gli utenti Skype. Assieme diventeremo la “voce” di Internet».

Quali sono i punti di forza di eBay?

«Senza dubbio community e modello di business. La passione e la creatività degli utenti hanno permesso ad eBay di espandersi in modo vertiginoso. Anche perché il nostro modello di sviluppo non prevede costi di magazzino, né forze vendita. Così generiamo denaro che investiamo per la crescita».

E la debolezza?

«La sfida continua per seguire i cambiamenti di Internet».

Non ha paura che gli stessi utenti che costituiscono l’asse portante di eBay, possano anche decretarne l’insuccesso?

«No. Gli utenti eBay crescono ogni giorno e prevediamo un enorme potenziale per loro in futuro. Solo negli Stati Uniti sono 724 mila le persone che vivono del tutto, o in parte, grazie ai ricavi delle vendite con il nostro sito».

Quale crescita prevedete per il futuro?

«Le stime proiettate al 2009 prevedono oltre 1.3 miliardi di utenti Internet nel mondo. L'86% in più rispetto a quelli attuali. Anche per l'Italia, dove abbiamo in questo momento 3 milioni di clienti registrati, stimiamo una forte crescita».

Negli ultimi tempi avete avuto problemi per alcune vendite online di oggetti contraffatti, come nel caso dei falsi gioielli di Tiffany. Che cosa fate per tutelate i compratori?

«Ogni giorno su eBay sono presenti oltre 78 milioni di articoli, quindi siamo consapevoli che alcuni possano essere falsi o rappresentino una minaccia per i diritti di proprietà. Compresa quella intellettuale. Però diamo ai nostri utenti una serie di regole a cui devono attenersi. La prima riguarda il fatto di non effettuare acquisti incauti. Nel caso di frode, veniamo in aiuto con un'assicurazione, e per il prodotti oltre 500 euro consigliamo un deposito "a garanzia". Per pagare il venditore solo dopo che è stata comprovata l'autenticità del prodotto».



E per tutelare la proprietà dei marchi e dei diritti d'autore?

«Abbiamo messo a punto il programma VeRO (Verified rights owner). Permette ai titolari dei brand falsificati e dei diritti intellettuali (software, Dvd e Cd), di collaborare con eBay per eliminare questi prodotti dai cataloghi online. Finora nel mondo, gli aderenti al programma sono già 14 mila».

E' vero che nel 1998 quando venne contattata da un "cacciatore di teste" quando era general manager alla Hasbro, era indecisa se entrare in eBay?

«E' la verità. Quando ho fatto il primo colloquio nella sede di San Josè, non solo ero indecisa se accettare, ma non conoscevo nemmeno il modello di business. Sono andata all'incontro come favore personale verso l'amico che mi aveva presentato a Pierre Omidyar, il fondatore nel 1995 di eBay».

Che cosa l'ha convinta a dire di si?

«Una volta seduta, Pierre mi ha mostrato a che velocità stesse crescendo l'azienda. In quel momento ho capito le potenzialità del business. eBay dava alla gente una possibilità mai avuta prima. Chiunque, in ogni parte del mondo, poteva comprare e vendere qualunque cosa».

Che cosa fa nei rari momenti di relax?

«Nel tempo libero adoro andare a pescare con la mia famiglia. Anche perché faccio collezione di attrezzature da pesca. Ovviamente acquistate su eBay».

###