

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

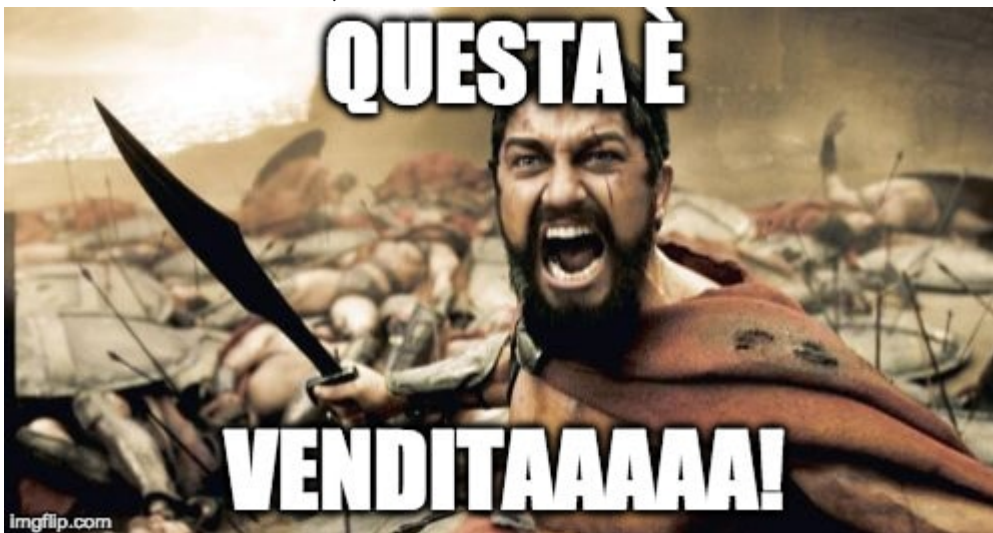
Indice

- [Numeri da capogiro](#)
- [Pragmatico e testardo: Jack Ma](#)
- [Il primo sito e China YellowPages](#)
- [L'incredibile discorso alla base di Alibaba](#)
- [Non un singolo eCommerce, ma un ecosistema di realtà online](#)
- [I motivi del successo di Alibaba](#)
- [Conclusioni](#)

Numeri da capogiro

Oggi ti voglio parlare dell'enorme successo di **Alibaba**, la compagnia di eCommerce cinese avviata da **Jack Ma** nel 1999: tieniti forte, perché non è una storia che si sente tutti i giorni.

Si potrebbe definire come una vera e propria favola dei tempi moderni, fatta di coraggio, siti web, dedizione, testardaggine e... azioni in borsa. Scherzi a parte, il successo di Alibaba è difficilmente narrabile, se non attraverso i suoi incredibili numeri.



Nel settembre del 2014

il suo valore sul mercato era di **231 miliardi di dollari**.

Per dare un'idea della sua potenza di fuoco attuale, basti pensare che durante il **Single's Day** - la più grande festa consumistica del mondo che, per ironia del destino, nasce proprio nell'ultimo impero comunista del nostro globo - Alibaba ha registrato e generato quasi **18 miliardi di dollari** di vendite, di cui 5 miliardi in una sola ora.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

Un miliardo di dollari, pensate un po', è stato fatto nei soli primi 5 minuti dopo la mezzanotte.

E no, i suoi clienti e utenti non sono unicamente cinesi: gli yankee sono i suoi primi acquirenti a livello internazionale, seguiti dai giapponesi, dai coreani, dagli australiani e sì, anche dagli europei. Insomma, forse non lo danno a vedere, ma **Amazon** ed **eBay** hanno una bella gatta da pelare.

Pragmatico e testardo: Jack Ma



Billionaire Jack Ma, chairman of Alibaba Group Holding Ltd, speaks at the Asian Leadership Conference in Seoul, South Korea, on Tuesday, May 19, 2015. Wasu Media Holding Co., the Chinese media company backed by Jack Ma, has held talks with Netflix Inc. as the broadcaster of "House of Cards" seeks to enter China's \$5.9 billion online video market. Photographer: SeongJoon Cho/Bloomberg *** Local Caption *** Jack Ma

La storia del successo di Alibaba, come spesso succede, è legata a doppio filo a quella del suo creatore, Jack Ma.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

Vi avviso, non è una storia breve: ma inizia con un bambino povero che porta intorno gratuitamente i turisti americani per i borghi di **Hangzhou** e finisce con lo stessa persona che, dichiarata come la persona più ricca dell'intera Cina, duetta sul proprio palco insieme a **Scarlett Johansson**, forte, al di là delle [frasi pubblicitarie o degli slogan d'effetto](#), dell'essere stato al centro della Ipo più grande di sempre.

Dire **self made man**, come capirete tra poco, è quasi riduttivo: qui stiamo parlando di una persona che nel modo più pragmatico e testardo possibile ha preso il destino del suo **business** per le orecchie e, contro il parere di tutti, è arrivato a sfidare i colossi americani, uscendone vincente: nel 2012, due dei portali principali di Alibaba sono arrivati a gestire 170 milioni di dollari di vendite, una cifra superiore alle somma delle vendite registrate da eBay e Amazon. *Chapeau*.

Jack Ma nasce nel 1964 nella provincia dello **Zhejiang**, proprio durante la rivoluzione culturale cinese.

Cresce in un periodo in cui l'impero comunista cinese è più che mai isolato dall'Occidente: come tutti suoi coetanei, Jack cresce dunque nella convinzione che la Cina sia il paese più ricco e felice del mondo.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.



PER ME E PER I MIEI CLIENTI
HA GIÀ FUNZIONATO!
Come ti sentiresti se avessi già lanciato
anche tu il tuo prodotto con successo ?

**VERIFICA ISTANTANEAMENTE
la mia disponibilità!**

 **FAMMI VEDERE**

Eppure, in quel paradiso terrestre, **la sua famiglia è piuttosto povera**, come tantissime altre.

Intorno ai 12 anni si interessa alla **lingua inglese**, ma non vi è modo di impararla: inizia così ad offrirsi gratuitamente come guida ai turisti di Hangzhou - diventata una mecca del turismo dopo la visita cinese di Nixon - per migliorare la padronanza della lingua inglese, imparando allo stesso tempo che la Cina e il mondo intero erano ben diversi da come li dipingevano i suoi insegnanti.

Dopo aver fallito per diverse volte gli esami d'ingresso all'università, riesce a laurearsi in inglese nel 1988 e, dopo una dozzina di rifiuti, riesce a trovare lavoro come **professore**.

Il punto di svolta della sua vita arriva nel 1995: si trova negli Stati Uniti in veste di interprete, e tra le sue mani capita **un computer connesso a Internet**.

Quello che diventerà un gigante del commercio online, quel giorno, si trova per la prima volta davanti ad un motore di ricerca: digita la prima parola che gli viene in mente.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

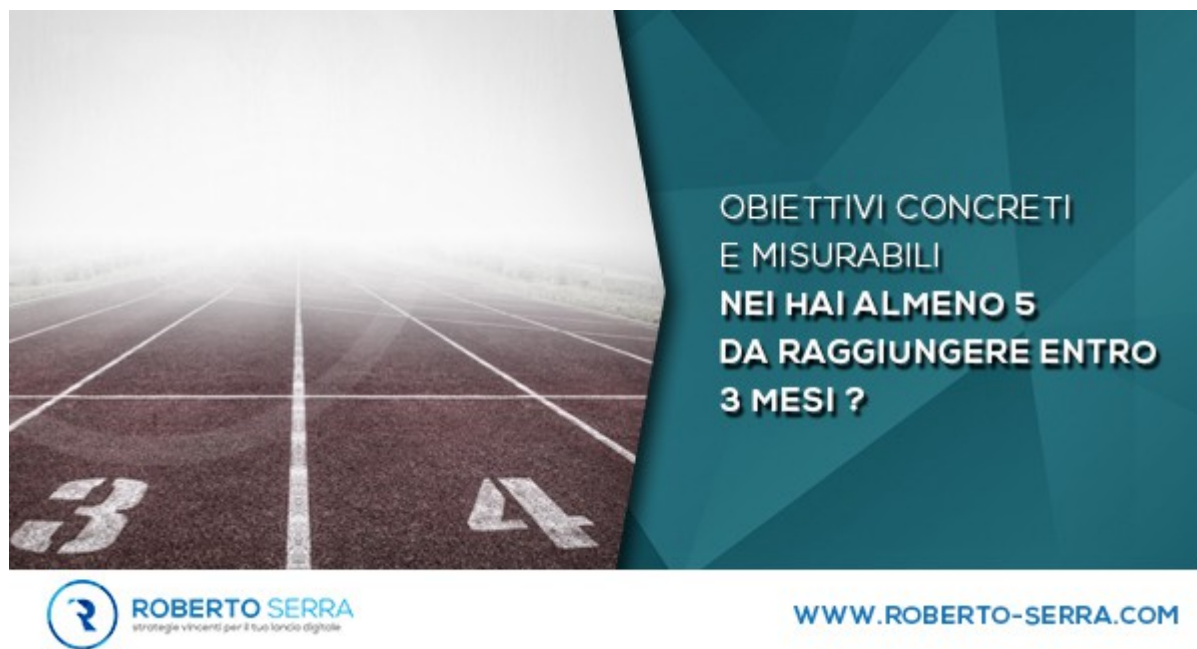
'Birra'. Questa storiella fa sbellicare il pubblico ad ogni singola intervista rilasciata da Jack Ma. Ebbene, in quell'istante Jack si accorge che tra i risultati non esiste **nessuna birra cinese**.

Lo stesso accade per qualsiasi altro tipo di prodotto: la Cina, infatti, è totalmente sconnessa. Eccovi dunque, in una sola diapositiva, Jack Ma, un computer connesso e la Repubblica Popolare Cinese degli anni Novanta.

Ovvero un uomo caparbio dal forte spirito imprenditoriale, uno strumento ancora inesplorato e un mercato che aspettava solo di essere creato. Il contesto ideale per [promuovere un prodotto](#) in maniera efficace!

Il primo sito e China YellowPages

Da lì, da quella fugace esperienza su un motore di ricerca, nasce la sua idea di fondare una compagnia Internet in Cina, senza peraltro avere le competenze per farlo. Il primo tentativo è costituito da un semplice sitarello sulla Cina insieme ad alcuni amici, ma è quanto basta per fare capire a Jack Ma le potenzialità della rete e, parallelamente, del **commercio elettronico**.



OBIETTIVI CONCRETI
E MISURABILI
NEI HAI ALMENO 5
DA RAGGIUNGERE ENTRO
3 MESI ?

 **ROBERTO SERRA**
strategie vincenti per il tuo lancio digitale

WWW.ROBERTO-SERRA.COM

Jack e la moglie, dapprima, fondano la **China Yellow Pages**, un'agenzia di [realizzazione di](#)

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

[siti internet](#), tra le prime in un Paese in cui le connessioni alla Rete erano ancora lusso per pochi.

Quattro anni dopo, Jack raccoglie 17 amici nel suo appartamento e cerca di convincerli nell'intraprendere con lui un business online, costruito intorno a quello che già allora iniziava ad avere le sembianze di Alibaba.

E da questo discorso, che è disponibile in rete ed è fonte di ispirazione per tanti **imprenditori wannabe**, si può capire come già allora Jack puntasse in alto, in altissimo: il suo progetto è ancora in fasce, eppure punta già a superare grandi compagnie e agenzie governative.

Ed è incredibile ascoltare oggi tali parole pregne del più puro **pragmatismo**, ma non di quello becero. No: di quello che paga.

Siamo ancora negli anni **Novanta**, alla fine di quel periodo in cui sì, si era capita l'estrema rivoluzione rappresentata da Internet, ma ancora non si era compreso come sfruttare appieno le sue potenzialità.

Non lo avevano ancora capito nemmeno le grandi aziende, nonostante manager incravattati dicessero il contrario: gli **eCommerce** come li conosciamo ora, il mondo pervasivo dei social, erano solo lontanissimi miraggi.

La rete poteva essere potenzialmente qualsiasi cosa, allora ancora più di oggi, un terreno fertilissimo per un personaggio così fuori dagli schemi eppure così normale come Jack Ma.

L'incredibile discorso alla base di Alibaba

In quel soggiorno, circondato dai futuri compagni della sua scalata nell'universo degli eCommerce, Jack getta le basi del successo di Alibaba.

«Oggi» disse nel suo appartamento «siamo qui per decidere cosa saremo e cosa faremo nei prossimi cinque, dieci anni» ovvero per capire «cosa diventerà Alibaba nel futuro».

Jack aveva già all'epoca ben chiaro in mente che i suoi veri concorrenti non sarebbero stati in Cina, ma negli Stati Uniti, precisamente nella **Silicon Valley**.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

Con una nonchalance e una sicurezza che possono far venire la pelle d'oca, Jack spiega allora ai suoi amici che *«per prima cosa dovremmo posizionare Alibaba come un sito web globale»* e per seconda cosa *«dovremmo imparare lo spirito del lavoro duro tipico della Silicon Valley»*.

Lavorando dalle 8 alle 17, tuona, Alibaba non arriverà da nessuna parte. *«Gli americani sono forti per quanto riguarda i sistemi e l'hardware, ma nell'informazione e nel software, le nostre menti sono potenti quanto le loro. Tutte le nostre menti sono buone quanto le loro, e per questo motivo possiamo ardire a competere con gli americani»*.

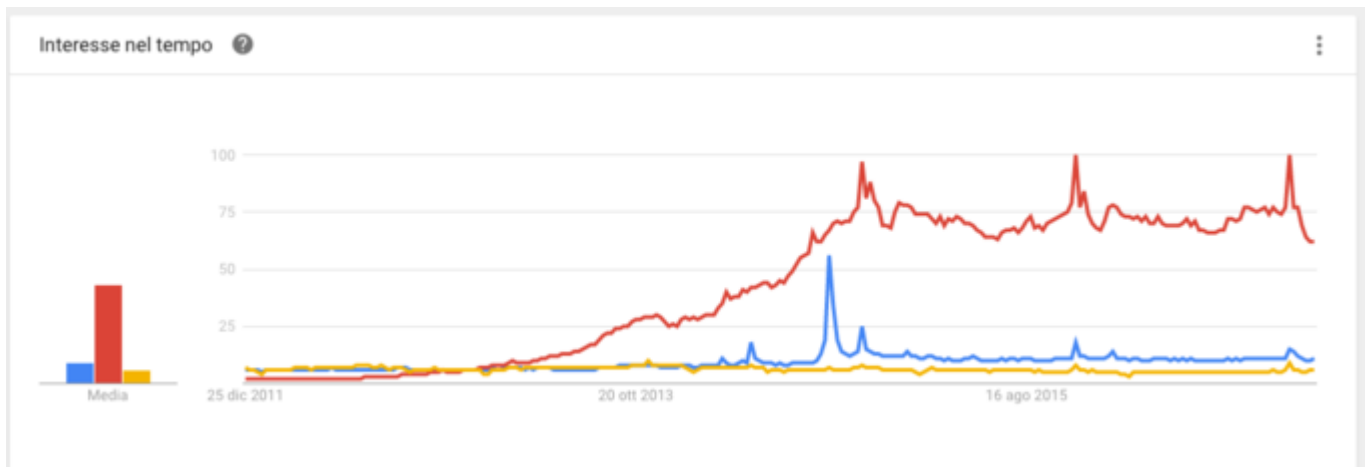
Il punto di forza iniziale del progetto, per il suo animatore nonché grandissimo motivatore, è costituito prima di tutto dall'unità della squadra - *«se siamo un buon team e sappiamo quello che vogliamo fare, ognuno di noi può sconfiggere dieci di loro»* - e dallo spirito di innovazione.

Sono questi due elementi che possono portare - e di fatto porteranno - al successo di Alibaba. Un discorso alla **Daide contro Golia**, insomma, sorretto da un ragionamento strategico scevro da qualsiasi ingenua illusione. *«Tutti sanno che Internet è una bolla»* dice, come si usava affermare qualche tempo fa, *«che continua a diventare sempre più grande»*.

Le azioni di Yahoo possono cadere, quelle di eBay possono crescere, *«e magari dopo eBay, crescerà anche Alibaba»*. Jack prefigura ai propri collaboratori **anni di lavoro durissimo**, ma pone un obiettivo gigante, potentissimo: quotare sul mercato Alibaba nel 2002.

Non un singolo eCommerce, ma un ecosistema di realtà online

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.



raffronto tra aliexpress, alibaab e taobao su google trends

Da quell'incontro nel soggiorno dell'appartamento di Jack Ma inizia la scalata al successo di Alibaba (nome scelto perché conosciuto a livello internazionale e facile da pronunciare, praticamente in qualsiasi lingua).

Dopo aver pubblicato la prima piattaforma, **Alibaba Online**, nel 1998, tra il 1999 e il 2000 Jack Ma e compagni raccolgono 25 milioni di dollari da svariati istituti di credito, dando forma e sostanza al proprio progetto.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.



Tao Bao Screenshot del 2016

A partire da allora non si parla più di un singolo sito, ma di un vero e proprio **ecosistema di realtà**: ad Alibaba vengono affiancati altri canali di vendita, come per esempio **AliExpress**, che mira a unire portare la vendita al dettaglio delle imprese cinesi al mercato internazionale, puntando prima di tutto all'**Europa**. Nel 2003 - quando il mercato cinese B2C si mostra maturo - viene invece creata la piattaforma di vendita online **Taobao**, la più grande di tutta la Cina, la quale nel giro di dieci anni raggiunge la cifra di 500 milioni di utenti registrati.



Nel 2004, poi, Alibaba si dota anche di una piattaforma di pagamento online, **Alipay**, che fornisce un servizio di acconto di garanzia: prima di pagare effettivamente i prodotti acquistati, gli utenti possono verificarne la qualità,

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

un fattore che, come vedremo, è stato molto significativo per la fortuna dell'eCommerce nel mercato cinese.

Nel 2012 Alipay contava 700 milioni di utenti registrati: nello stesso anno PayPal, per fare una comparazione, vantava 'solamente' 117 milioni di utenti attivi. Fanno poi parte dell'universo di Alibaba altre realtà legate al mondo dell'eCommerce, come **Taobao Mall**, AutoNavi, Juhuasuan, eTao, Aliyun, e molti altri progetti, come il **South China Morning Post** e China Yahoo!.

I motivi del successo di Alibaba

Il successo di Alibaba è confermato dal fatto che, guardando alle sole Internet companies, la sua **capitalizzazione** (212 miliardi nel 2014) è seconda solo a quella di **Google**.



Diffusione per area geografica di Alibabam Aliexpress e Taobao

Quali sono i fattori che hanno portato il gruppo di Jack Ma ad essere la più grande compagnia di eCommerce del mondo? Di certo non si può semplificare l'impresa di Jack Ma affermando che il suo successo è stato determinato dal fatto di aver aperto il primo eCommerce cinese: eBay, attraverso **EachNet**, era già penetrato nel Paese con un marketplace C2C, il quale nel 2003 riusciva a coprire il **73% dello share nazionale**.

A quel tempo, Alibaba era ancora una compagnia **B2B** che collegava le piccole e medie imprese cinesi ai mercati occidentali, ma come sappiamo quello era solo l'inizio: ad oggi il gruppo vanta progetti C2C, B2C e B2B, oltre ai gruppi di acquisto. Si può affermare candidamente che da solo, questo gruppo è la versione orientale integrata di **Amazon**, **eBay**, **PayPal**, **Groupon**, **AdSense** e **Li&Fung**.

A determinare il sorpasso di Alibaba sul concorrente diretto EachNet fu in primo luogo il

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

fatto che quest'ultimo richiedeva una commissione ai venditori; Taobao, invece, **nacque completamente gratuito**, guadagnando unicamente attraverso gli annunci pubblicitari.

Solo dopo aver perso gran parte dei propri clienti, passati velocemente a Taobao, EachNet decise di introdurre il servizio gratuito: il danno, però, era già stato fatto. Nel 2007 le posizioni si erano ribaltate. EachNet si era ritirato al solo 7% dello share dell'eCommerce cinese, e Taobao guardava tutti dall'alto, in cima al suo 84% dello share.



PER ME E PER I MIEI CLIENTI
HA GIÀ FUNZIONATO!

Come ti sentiresti se avessi già lanciato
anche tu il tuo prodotto con successo ?

VERIFICA ISTANTANEAMENTE
la mia disponibilità!

FAMMI VEDERE

Un altro fattore del successo di Alibaba è da ricercare nelle peculiarità del mercato cinese: la Cina è infatti caratterizzata da **milioni di piccole imprese manifatturiere**, le quali però, all'alba del nuovo millennio, non avevano nessuna via per raggiungere i clienti del mercato domestico, limitandosi così all'**esportazione**, con margini di guadagno debolissimi.

Taobao si inserì in modo efficace in questo mercato, collegando i piccoli business con milioni di acquirenti sparsi per tutto il Paese.

Infine, nei primi anni Duemila, i **pagamenti online** non incontravano grande fiducia negli utenti, men che meno nell'appena nato mercato online cinese.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo dei nostri tempi.

Il fatto di aver messo a disposizione dei venditori e degli acquirenti una piattaforma unificata e sicura per il pagamento come AliPay, rese possibile una crescita esponenziale delle transazioni online.

Conclusioni

Il successo di Alibaba, dunque, è stato in larga parte garantito dalla capacità del gruppo di **capire i bisogni dei rivenditori e utenti locali**, meglio di quanto avrebbero mai potuto fare i competitori occidentali.

È infatti da sottolineare che oltre ad eBay, anche altri giganti dell'eCommerce come Amazon e Newegg hanno provato a sfondare nel mercato cinese, senza però raggiungere il successo sperato. A proposito della concorrenza degli eCommerce occidentali, Jack Ma ebbe a sottolineare che *«eBay è uno squalo nell'oceano. Noi, invece, siamo un coccodrillo del fiume Yangtze. Se combattiamo nell'oceano, perdiamo. Ma se combattiamo nel fiume, noi vinciamo»*.

Il giorno del suo debutto in borsa, il 19 settembre 2014, il tentacolare bazar online ha battuto ogni record, con **la maggiore Ipo della storia**, surclassando già al suo ingresso, per esempio, un altro gigante della rete come Facebook, ma anche alcune delle banche che avevano finanziato il successo di Alibaba, **JPMorgan** in testa.

Ignorare la pervasiva presenza dell'universo creato da Jack Ma, da quel giorno in poi, è diventato impossibile. Il mercato dell'eCommerce cinese sta diventando sempre più grande e, se Alibaba probabilmente non arriverà mai a competere con Amazon in America, lo sta già facendo, almeno in parte, nelle **economie emergenti**, assicurandosi di fatto un futuro di supremazia ben oltre i confini della Cina.

E tutto questo non è nato nell'ipertrofica Silicon Valley, ma in un anonimo soggiorno di Hangzhou.

Fai marketing ascoltando, non strillando.

Jack Ma e Alibaba: ecco l'incredibile storia del successo di un uomo
dei nostri tempi.

Un abbraccio.

Che mi racconti di bello?