



Wiadomości

Piątek, 3 listopada 2017

Modele biznesowe start-upów - Freemium

Modeli biznesowych dla projektów internetowych jest wiele. Pierwszy opisywany model, wykorzystywany przez największą ilość startupów, to freemium.

Free+Premium = Freemium

Jest on skierowany do sektora usług, a istota jego działania to sposób poboru opłat za podstawowe funkcjonalności danego serwisu – a właściwie jego brak. Klienci (użytkownicy) dostają możliwość korzystania z najważniejszych funkcji serwisu całkowicie za darmo – warunkiem jest zazwyczaj jedynie dopełnienie procesu rejestracji. Jeżeli którykolwiek z nich zechce poszerzyć wachlarz dostępnych opcji, musi zdecydować się na zakup danego pakietu. Z reguły wysokość takiej opłaty jest znikoma. Model ten najczęściej wykorzystywany jest w grach on-line (przeglądarkowych) oraz programach desktopowych.

Niewątpliwą zaletą freemium jest możliwość stosunkowo łatwego pozyskiwania użytkowników/klientów. Darmowe funkcje zawsze cieszą się największą popularnością, dlatego też promocja produktu nie jest skomplikowana. Często używaną formą działań promocyjnych jest podejmowanie pewnego rodzaju programów lojalnościowych. Dany użytkownik otrzymuje dodatkowe przywileje wtedy, kiedy uda mu się zaprosić do korzystania z usługi następnego potencjalnego klienta. Zdobywanie każdego kolejnego usera musi być również opłacalne. Coraz większa liczba ludzi korzystających z danego projektu stanowi również dodatkowe koszty związane z obsługą techniczną. Jeśli posiadamy wiele unikalnych odwiedzin, z pewnością znajdziemy instytucję, która wykupi naszą przestrzeń reklamową, co z kolei doprowadzi do pokrycia części kosztów związanych z utrzymaniem.

Biorąc pod uwagę projekty oparte na wykorzystaniu systemu freemium, należy zwrócić uwagę na jeszcze jedną zaletę tego modelu. Zdecydowana większość z nich pozbawiona jest jakichkolwiek limitów czasowych, co stawia ją na wygranej pozycji, jeśli pod uwagę weźmiemy pozostałe aplikacje korzystające z modelu „trial”. Klient może wtedy poświęcić więcej czasu na przetestowanie danej usługi i zdecydowanie, czy w dalszym ciągu chce z niej korzystać oraz na ewentualnie podjęcie decyzji w sprawie rozszerzenia funkcjonalności poprzez wykupienie elementów funkcji premium.

Niestety model nie jest całkowicie wolny od wad. Podstawowym problemem jest przymus zdobycia setek tysięcy użytkowników, regularnie korzystających z serwisu. Dane statystyczne mówią, że jedynie od 2 do 5 % klientów decyduje się na rozszerzenie funkcjonalności konta poprzez dokupienie usług premium. Biorąc pod uwagę stosunkowo niskie opłaty pobierane za sprzedaż takich elementów, nasza baza musi być relatywnie duża abyśmy mogli zacząć myśleć o rentowości projektu.

Jako doskonały przykład usługi Freemium może posłużyć firma Zynga - twórca takich platform jak chociażby najpopularniejsza obecnie przeglądarkowa gra na świecie - FarmVille. Na największym portalu społecznościowym - Facebooku, gra ma prawie 40 milionów użytkowników miesięcznie.

Kolejnym gigantem modelu Freemium jest Skype. Program, dzięki któremu możemy przeprowadzać darmowe wideorozmowy z pozostałymi jego użytkownikami. Źródłem przychodów są rozmowy w systemie VoIP, stosunkowo niedrogie, często wykorzystywane przez użytkowników tej sieci.

Źródło: http://www.web.gov.pl/wiedza/pomysl-na-e-biznes/621_2116.html