

Gratis, een waardevolle toevoeging?

Geef iets gratis of nagenoeg gratis weg om iets anders te verkopen. Het is een beproefd concept dat zowel offline als online zijn waarde heeft bewezen. Veel hostingproviders maken er ook gebruik van. Ze bieden als extraatje allerlei 'gratis' software bij een hostingpakket aan. Maar indien de toegevoegde waarde van deze software niet duidelijk is, kunnen ze het beter weg laten.

Wie wel eens een printer heeft gekocht kent de bovenstaande marketingtruc. Voor bijvoorbeeld tachtig euro bent u eigenaar van een Lexmark kleurenprinter. Een koopje! Aan de bijbehorende inktcartridges hangt echter een pittig prijskaartje van drieënvijftig euro.

Het voorbeeld van Lexmark is slechts een van de businessmodellen die gebaseerd zijn op het gratis weggeven van een dienst of product. In dit geval worden de kosten van het ene product gecompenseerd door de winst op het andere product (ook wel kruissubsidie genoemd). Hostingproviders maken bij promotionele acties vaak gebruik van hetzelfde concept. Hoe vaak ziet u niet een provider die een gratis domeinnaam weggeeft als je een webhostingpakket bij hem afneemt? De kosten van de domeinnaam worden in dat geval gesubsidieerd door de inkomsten die voortvloeien uit de afname van een webhostingpakket.

GRATIS & GRATIS

Het businessmodel waarbij een bedrijf iets weggeeft om een ander product te verkopen wordt zowel in de analoge als digitale wereld al heel lang toegepast. Het karakter van de digitale wereld heeft er echter voor gezorgd dat er een nieuwe variatie is ontstaan op het oude model. Het nieuwe model is niet gebaseerd op kruissubsidie (de kosten van het ene product worden gecompenseerd door winst op een ander product), maar op het feit dat de kosten van het product dat wordt weggegeven marginaal zijn. In tegenstelling tot het oude model is het bij het nieuwe model dus echt mogelijk om iets gratis weg te geven.

De nieuwe vorm van het gratis weggeven van producten of diensten wordt ook toegepast in de hostingbranche. Sommige providers bieden

als extraatje gratis online software aan bij hun hostingpakketten. Aan het aanbieden van deze software zijn natuurlijk kosten verbonden. De provider dient bijvoorbeeld een aantal extra servers in te zetten om de software te kunnen hosten en wellicht dient hij een licentie te kopen om de software te mogen gebruiken. Op zichzelf is het dus een redelijke kostenpost, als u de kosten verdeelt over driehonderd gebruikers is het een daarentegen een peulenschil.

Het gratis aanbieden van allerlei extra's bij een hostingpakket is een slimme manier om de waardeperceptie die een potentiële klant heeft op te krikken, terwijl de kosten om dit te doen per klant marginaal zijn.

TOEGEVOEGDE WAARDE

In de hoop de waardeperceptie van de klant nog verder op te krikken voegen sommige providers tientallen gratis extraatjes aan hun hostingpakket toe. Op deze manier proberen zij zich te onderscheiden van de concurrentie. In veel gevallen lukt dat ook, maar helaas niet altijd. Als een provider gratis software aan zijn webhostingpakket toe voegt gaat hij er natuurlijk vanuit dat dit ook daadwerkelijk bijdraagt aan de verhoging van waardeperceptie van de klant. Met andere woorden: dat de gratis software ook wat waard is. Maar wat als dit nu niet zo is? Het probleem bij deze extraatjes is dat niemand dit precies op waarde kan schatten. Als het niet bijdraagt aan verhoging van de waardeperceptie van een klant is de software geldverspilling voor de provider en een totaal overbodige functie voor de klant.

Adverteren op ISPam.nl?

Mail voor informatie naar: info@xcat.nl

Hier komt de gevleugelde uitdrukking “keep it simple, stupid” om de hoek kijken. Indien de toegevoegde waarde van een bepaalde functie niet dubbelzinnig duidelijk is, is het wellicht verstandig om dit niet op te nemen. Tegen marginale kosten kunt u allerlei software toevoegen, maar het feit dat u dit kunt betekent niet dat dit ook verstandig is. Een provider die te veel extraatjes aan zijn pakket toevoegt creëert (voor een gedeelte van zijn klanten) misschien een te complex pakket. Er vindt dus het omgekeerde plaats van wat de provider voor ogen had toen hij de extra functie toevoegde. Wat in eerste instantie werd gezien als een waardevolle toevoeging blijkt in de praktijk een waardeloze functie die klanten eerder afschrikt dan aantrekt.

CONCLUSIE

Voor een provider kan het zeer aantrekkelijk zijn om gratis software of andere extra's aan hun pakket toe te voegen. Dit geldt zeker voor extra's waarvan de kosten per gebruiker marginaal zijn. Een nuttige gratis extraatje is een krachtige marketingtruc om de waardeperceptie van een potentiële klant te laten stijgen. Wordt het extraatje niet gezien als een waardevolle toevoeging dan kan dit nadelig uitpakken. Een zinloos extraatje kan worden gezien als overbodige luxe en uw pakket zou gezien kunnen worden als te complex. Kortom: 'gratis' dient een waardevolle toevoeging te zijn.

Geschreven door: Thijs Alink, april 2009

Uitgegeven door: Arnout Veenman, xCAT.nl Publishing

Contact: redactie@ispam.nl

Copyright 2006-2009 xCAT.nl Publishing. Alle rechten voorbehouden. Dit werk is auteursrechtelijk beschermd. Op de volledige inhoud van deze publicatie rust het auteursrecht. Geen van de afbeeldingen of teksten mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van xCAT.nl Publishing worden gekopieerd, gereproduceerd of gedistribueerd. XCAT en ISPAM zijn een geregistreerde merken van xCAT.nl Publishing