

## مدل کسب و کار فریمیوم چیست؟

جالب است که بدانید کم‌تر از ۲۰ درصد از کاربران لینکدین برای داشتن حساب‌های فریمیوم پول پرداخت می‌کنند. با این حال این شرکت در ۳ ماه اول سال ۲۰۱۷ توانست ۱ میلیارد دلار از این طریق درآمد داشته باشد. این نکته نشان دهنده قدرت بیزینس مدل فریمیوم است. برای سال‌ها مدل استفاده از بسیاری از بازی‌ها، برنامه‌ها و خدمات بسیار ساده بوده است به طوری که قبل از اجرا و استفاده از آن‌ها باید حق خرید را پرداخت می‌کردید. اما با گسترش اینترنت و برنامه‌های موبایلی، توقعات مشتریان و عادت‌های آن‌ها به شکل دراماتیکی تغییر کرده‌اند. آن‌ها می‌خواهند همه چیز را به رایگان داشته باشند یا حداقل بتوانند به صورت رایگان از آن‌ها استفاده کنند. این تغییر منجر به پدید آمدن چیزی شده است که امروزه به آن مدل درآمدی فریمیوم می‌گوییم.

## فریمیوم چیست؟

فریمیوم یک مدل کسب و کار اینترنتی است که بر پایه ارائه خدمات به صورت رایگان ساخته شده است. اما استفاده از ویژگی‌های پیشرفته‌تر این خدمات نیاز به پرداخت حق اشتراک دارد. روش فریمیوم با روش پریمیومی که چند نمونه رایگان داشته باشد فرق می‌کند. در روش فریمیوم، نیازی نیست مبلغی برای استفاده از خدمت پرداخت کنید.

Freemium از ترکیب دو اصطلاح Premium و Free ساخته شده و در بین بسیاری از رهبران فضای مجازی محبوب است؛ گول‌هایی مثل لینکدین، تیندر، یوتیوب و کندی کرش از این روش استفاده می‌کنند. با استفاده از روش فریمیوم می‌توان دامنه کاربران را گسترش داد و در ادامه درآمد خوبی از پرداخت‌های کوچک آن‌ها کسب کرد.

## مدل کسب و کار فریمیوم چطور کار می‌کند؟

کلمه رایگان یا Free می‌تواند معانی مختلفی داشته باشد و این معانی در طی سال‌ها تغییر کرده‌اند. عبارت رایگان می‌تواند شک برانگیز باشد و همین‌طور می‌تواند بیش از هر چیزی توجه افراد را به خود جلب کند. این اصطلاح همیشه هم به همین سادگی که به نظر می‌رسد نیست با این حال طبیعی‌ترین راهی است که می‌تواند یک تراکنش را به سرانجام رساند.

کریس اندرسون، از کتاب «رایگان، آینده قیمت‌های رادیکال»

فریمیوم توسط صنعت نرم‌افزار به وجود آمد؛ جایی که یک ورژن محدود به زمان و یا دارای محدودیت‌هایی در ویژگی‌ها اما به صورت رایگان با امید این که درصدی از کاربران آن را به نسخه بالاتر ارتقا دهند، در اختیار همه قرار می‌گرفت. این مدل کسب و کاری در همان ابتدای کار با این تفکر ایجاد

شد که به همه شانس استفاده از برنامه را بدهد تا بتواند پتانسیلی که برای ارتقای کاربران وجود دارد را به عمل تبدیل کند. در دنیای امروز این روش به داخل برنامه‌ها وارد شده و با عنوان «خرید درون برنامه‌ای» شناخته می‌شود.

روش فریمیوم با مشخص کردن و بزرگ کردن **رایگان بودن**، میزان مشارکت را بالا می‌برد. از طرفی مردم عموماً برای چیزهایی که به رایگان دریافت می‌کنند ارزش زیادی قائل نیستند. پس برای این که خدمت برای افراد اهمیت داشته باشد، باید برای آن هزینه‌ای پرداخت کنند. این موضوع به روش فریمیوم شخصیت می‌بخشد و کاربر با پرداخت‌های کوچک برای خدمات ویژه، میزان تعاملش را با برنامه افزایش می‌دهد.

## روانشناسی روش فریمیوم

توسعه‌دهندگان روش فریمیوم مثل فروشندگان مواد مخدر هستند! اول خدمتی را به رایگان در اختیار کاربر قرار می‌دهند و در ادامه و زمانی که به میزان بیشتری از آن خدمت نیاز پیدا کردید، از شما می‌خواهند در ابتدا حساب کاربری ویژه بخرید و اشتراک داشته باشید. این روش بر روی چهار پایه بنا شده است:

### تأثیر شبکه

پخش کردن خدمت به صورت رایگان در بین مشتریان بهترین راه برای جذب کاربر است. حتی اگر این کاربران جدید اشتراک نخرند و اکانتشان را به حالت فریمیوم در نیاورند هم می‌توانند به عنوان یک آهن‌ربا عمل کنند و کاربران دیگر را جذب کنند.

مدل کسب و کاری فریمیوم به شدت به اصطلاحی تحت عنوان «تأثیر شبکه» وابسته است. تأثیر شبکه می‌گوید یک سرویس هرچه بیشتر توسط کاربران استفاده شود، ارزش‌مندتر می‌شود.

### تعامل

روش فریمیوم از بعد از به وجود آمدنش به یک اصطلاح دیگر تحت عنوان «تعامل نیوتونی» اعتبار بخشیده است. این اصطلاح در راستای قانون اول حرکت نیوتون به وجود آمده است و بیان می‌کند که زمانی که یک کاربر به یک خدمت رایگان (فریمیوم) وابسته می‌شود، تا زمانی که توسط یک نیروی خارجی مجبور به کناره‌گیری نشود به عنوان یک کاربر باقی می‌ماند.

تعامل، شتاب‌دهنده اصلی خدماتی است که از روش فریمیوم استفاده می‌کنند. این موضوع خصوصاً در بازی‌ها به چشم می‌آید. روش‌ها و تکنیک‌های خاصی وجود دارند که توسعه‌دهندگان از آن‌ها برای حفظ تعامل کاربر با بازی‌ها استفاده می‌کنند. برای مثال زمان محدود برای بازی کردن. در بازی‌کنندگی

کراش، هر بار بازی کردن زمان محدودی دارد و کاربر برای دوباره بازی کردن باید زمانی را صبر کند. این کار باعث می‌شود کاربر دوباره به بازی برگردد.

## پرداخت‌های کوچک

در روش پرمیوم نیازی نیست تا برای خدمات پایه پولی پرداخت شود اما اگر کاربر بخواهد از خدمات ویژه استفاده کند باید مبلغی پرداخت کند. قیمت این خدمات زیاد نیستند و به صورت اعتباری پرداخت می‌شوند و معمولا کاربران برای اولین پرداخت کمی تعلل می‌کنند ولی بعد از این که به این خدمات عادت کردند، به صورت دائم این پول را پرداخت می‌کنند.

## پرداخت‌های تکرارشونده

کاربران معمولا پولی برای پرداخت به خدمات کنار نمی‌گذارند. به همین دلیل در روش فریمیوم پرداخت‌های کوچک انجام می‌شوند. ولی این پرداخت‌ها به صورت تکراری انجام می‌شوند و بعد از مدتی حتی به مبلغی بیش از چیزی که کاربر باید به صورت یکجا در ابتدا پرداخت می‌کرد تا اکانت پرمیوم را به صورت مادام‌العمر دریافت کند می‌رسد.

اعتیاد به اکانت‌های فریمیوم حتمی هستند. زمانی که برای اولین بار یک پرداخت انجام می‌شود، کاربر احساس نیاز می‌کند تا حتی پول بیشتری پرداخت کند. بر اساس تحقیقاتی که اخیرا صورت گرفته، کاربرانی که حتی برای اکانت‌های فریمیوم پولی پرداخت نمی‌کنند به صورت ماهانه ۲۴/۶۶ دلار برای برنامه‌های رایگان هزینه می‌کنند.

## فریمیوم چه هست و چه نیست؟

بسیاری از افراد فکر می‌کنند خدماتی که پرمیوم هستند و چند بخش رایگان دارند مدل کسب و کاری مشابه فریمیوم دارند. نکته‌ای که باید به آن توجه کرد این است که شخصیت اصلی روش فریمیوم این است که هیچ کاربری نباید برای استفاده از خدمات هزینه‌ای پرداخت کند. بر اساس گفته کریس اندرسون:

«یک سایت آنلاین معمولی از قانون ۵ درصد پیروی می‌کند. این قانون می‌گوید ۵ درصد از کاربران شما را حمایت می‌کنند. این قانون در روش فریمیوم به این معناست که به ازای هر یک نفری که اکانت پرمیوم دارد ۱۹ نفر از ویژگی‌های رایگان استفاده می‌کنند. دلیل این که این روش هنوز فعال است این است که هزینه خدمت دادن به ۱۹ نفر تقریبا صفر است و یک نفری که اکانت ویژه دارد برای درآمد کافی است.»

## استفاده از مدل کسب و کار فریمیوم

شروع استفاده از روش فریمیوم احتمالاً بهترین اتفاقی است که برای کسب و کارها افتاده است. این روش اگر به درستی مورد استفاده قرار بگیرد برای توسعه‌دهنده و کاربر مزیت‌های زیادی دارد. کاربر برای استفاده از ویژگی‌های اضافی مبلغی پرداخت می‌کند و توسعه‌دهنده بهتر می‌تواند بازاریابی انجام دهد. استفاده از مدل فریمیوم مزیت‌های زیادی دارد اما چالش‌هایی نیز با این روش همراه است که باید به مرور بر آن‌ها چیزه شوید.

## مزیت‌های مدل کسب و کار فریمیوم

### مشتریان آسان

یکی از ساده‌ترین راه‌های جذب مشتری ارائه خدمت به صورت رایگان است. تقریباً همه این کار را می‌کنند. بعضی حتی از این طریق درآمد کسب می‌کنند. برای مثال یوتیوب ویدیو را به صورت رایگان در اختیار مشتری قرار می‌دهد ولی در حین پخش، تبلیغات نیز پخش می‌شود.

### افزایش سرمایه برند

اگر کاربران از محصول شما استقبال کنند به مرور شاهد رشد سرمایه در برند می‌شود و در نتیجه سود بیشتر و بهتری کسب می‌کنید.

### برتری نسبت به پریمیوم

مدل کسب و کاری فریمیوم معمولاً دست بالاتر را نسبت به مدل‌های کسب و کار پریمیوم دارد چرا که در این روش نیازی نیست کاربر پیش از تجربه کردن محصول برای آن پولی پرداخت کند. در ضمن اگر مدل کسب و کار فریمیوم برای خدمات وایرال استفاده شود موجب افزایش سرمایه برند می‌شود.

## چالش‌های مدل کسب و کار فریمیوم

### نیاز به رشد وایرال

مدل کسب و کاری فریمیوم برای محصولات و خدماتی مناسب است که شانس وایرال شدن را دارند. این مدل برای کسب و کارهایی که خدمات B2B دارند پیشنهاد نمی‌شود.

## نیاز به تعامل بالا

تعامل و اعتیاد به برنامه‌های فریمیوم مهم‌ترین عامل برای حرکت و زنده ماندن این مدل کسب و کاری است. نیاز است تا کاربران تعامل بالا داشته باشند و به برنامه بازگردند تا بتوان آن‌ها را برای خرید اکانت فریمیوم ترغیب کرد.

## سود با تأخیر

بر خلاف روش فریمیوم و خرید اشتراک، زمان زیادی طول می‌کشد تا مدل کسب و کار فریمیوم سوددهی داشته باشد.

## نمونه‌هایی از مدل کسب و کار فریمیوم

### گوگل درایو

گوگل درایو یک سرویس ذخیره فایل ابری است که توسط گوگل ایجاد شده است. برنامه پایه اینطور است که کاربر می‌تواند تا ۱۵ گیگابایت فایل را روی سرور ذخیره کند و برای داشتن فضای بیشتر باید هزینه پرداخت کند.

### یوتیوب

یوتیوب به کاربران اجازه می‌دهد که با خرید اشتراک، پخش تبلیغات روی ویدیوها را متوقف کنند و همچنین به محتواهای خاصی دسترسی داشته باشند.

### میل چیمپ

میل چیمپ یکی از ابزارهای شناخته شده ایمیل مارکتینگ است که هم برنامه فریمیوم دارد و هم به کاربران اکانت فریمیوم پیشنهاد می‌دهد. در برنامه رایگان این ابزار، می‌توان به ۲۰۰۰ کاربر ایمیل ارسال کرد و زمانی که از این حد عبور کند، نیاز است برنامه ویژه فعال شود.