

تعریف و آشنایی با ویژگیها و مزایای مدل درآمدی فریمیوم Freemium

FREEMIUM



نویسنده: مهران منصوری فر

یکی از محبوبترین مدل‌های درآمد مدل فریمیوم است که سایت‌های بسیار بزرگ و مهمی از آن استفاده می‌کنند. در این مقاله قصد داریم شما را با تعریف، ویژگی‌ها، کاربردها و مزایای این مدل کسب و کار آشنا کنیم. پس با ما همراه شوید.

این روزها کسب و کارهای مختلف از مدل‌های درآمدی مختلفی برای توسعه خود استفاده می‌کنند که هر کدام از آنها مزایا و معایب خاص خود را دارند. یکی از محبوبترین مدل‌های درآمد مدل فریمیوم است که سایت‌های بسیار بزرگ و مهمی مانند لینکدین، یوتیوب، تیندر، کندی کرش و غیره از آن استفاده می‌کنند. در این مقاله قصد داریم شما را با تعریف، ویژگی‌ها، کاربردها و مزایای این مدل کسب و کار آشنا کنیم. پس با ما همراه شوید.



مدل درآمد فریمیوم یا Freemium چیست؟

کلمه Freemium از ترکیب دو کلمه Free و Premium ساخته شده است و به معنای ارائه نسخه‌های رایگان از برنامه‌ها، بازی‌ها و خدمات مختلف است. در واقع در این روش خدمات و برنامه‌های مختلف در حالت پایه و ساده به صورت رایگان در اختیار کاربران قرار داده می‌شود اما برای استفاده از خدمات و ویژگی‌های بیشتر باید هزینه آن پرداخت شود. در صورتی که نسخه اولیه شما بتواند توجه کاربران را به خود جلب کرده و رضایت آنها را به دست آورد، مطمئن باشید حجم زیادی از کاربران هدف اقدام به خرید و پرداخت هزینه خواهند کرد.

کسب درآمد از طریق روش فریمیوم بسیار مناسب و قابل قبول است. برای مثال در سال ۲۰۱۷ تعداد کاربران لینکدینی که از حساب‌های فریمیوم استفاده کرده‌اند به ۲۰ درصد رسید. اما همین تعداد به ظاهر کم ظرف ۳ ماه توانست برای لینکدین بیش از یک میلیارد دلار درآمد کسب کند! این روش کسب و کار بیشتر مناسب کسب و کارهای نرم افزاری و کسب و کارهای مربوط به دنیای وب و اینترنت است.

شاید این سوال برای شما پیش بیاید که آیا منطقی است که خدماتی که برای ساخت و ارائه آنها در شرکت هزینه می‌شود را رایگان در اختیار مردم قرار داد؟ حقیقت این است که با توسعه اینترنت و استفاده از فضای مجازی

بسیاری از هزینه‌های یک کسب و کار و شرکت از تولید تا سفارش و تبلیغات به حد زیادی کاهش پیدا کرده است. شما به عنوان یک مدیر موفق باید بتوانید هزینه‌های کم شده در بخش‌های دیگر را روی ساخت و ارائه‌ی برنامه و نرم افزار اولیه خود سرشکن کرده تا از نظر بودجه و هزینه نیز دچار کمبود و مشکل نشوید.



چه محدودیت‌هایی را می‌توان در مدل اولیه فریمیوم در نظر گرفت؟

همان طور که در بالا نیز اشاره شد، در مدل درآمد فریمیوم، یک نسخه اولیه ساده با محدودیت‌های خاص به کاربران ارائه شده و استفاده از امکانات بیشتر

مشروط به پرداخت هزینه و خرید آنها خواهد شد. اما این محدودیتها شامل چه مواردی خواهد بود؟

محدودیت در ظرفیت و یا حجم قابل استفاده

در این روش شما یک نرم افزار را با تمامی امکانات لازم در اختیار کاربران خود قرار می‌دهید اما برای آن محدودیت حجم و ظرفیت در نظر خواهید گرفت. با این روش کاربران با تمام امکانات شما آشنا شده و اگر نرم افزار شما برای آنها کاربردی باشد، حتما نسخه کامل و اصلی آن را تهیه خواهند کرد. برای مثال سرویس Dropbox تمامی امکانات خود را در نسخه فریمیوم در اختیار کاربران قرار می‌دهد، اما کاربران فقط تا ۳ گیگ می‌توانند از آن استفاده کنند.

محدودیت در امکانات

از دیگر محدودیت‌هایی که کاربران در استفاده از نسخه‌های اولیه Freemium می‌توانند در نظر بگیرند، محدودیت در امکانات است. یعنی شما می‌توانید در نسخه اولیه نرم افزار و خدمات خود تنها امکانات اولیه در نظر گرفته و از کاربران بخواهید برای امکانات بیشتر هزینه پرداخت کنند.

FREE	VS.	PREMIUM
✓		✓
✗		✓
✗		✓

محدودیت برای گروه خاصی از افراد

شما به عنوان طراح و ارائه کننده یک نرم افزار و برنامه خاص در فضای اینترنت، می‌توانید اجازه استفاده از نسخه رایگان را تنها به تعداد محدودی از افراد بدهید. برای مثال تنها به دانشجویان اجازه استفاده را بدهید.

محدودیت در تعداد کاربران

اگر نرم افزار شما به گونه‌ای است که کاربران فعال زیادی می‌توانند از آن استفاده کنند، می‌توانید در نسخه رایگان مدل درآمد فریمیوم، تعداد کاربران را محدود در نظر بگیرید. برای مثال یک کاربر تنها بتواند به طور همزمان با ۳ کاربر دیگر ارتباط برقرار کند و یا همزمان در یک یا سه دستگاه از نرم افزار شما استفاده کند.

محدودیت در پشتیبانی

از دیگر محدودیت‌هایی که در نسخه رایگان یک نرم افزار و یا اپلیکیشن می‌توان در نظر گرفت، محدودیت در پشتیبانی تلفنی و یا حضوری است. یعنی شما می‌توانید اعلام کنید که نسخه‌های رایگان شامل هیچ گونه پشتیبانی نخواهند بود.

محدودیت بر اساس میزان استفاده

این نوع محدودیت در مدل‌های اولیه چیزی شبیه به بازی است و می‌تواند کاربران را برای استفاده بیشتر علاقه‌مند به خود کند. برای مثال شما می‌توانید استفاده از امکاناتی خاص را مشروط به این کنید که کاربر تعداد مشخصی از افراد دیگر را به نرم افزار شما دعوت کند و یا زمانی کاربر اجازه دارد از امکانات X استفاده کند که به تعداد مشخص از امکانات رایگان Y شما استفاده کرده باشد.

محدودیت در زمان استفاده

شما به عنوان طراح یک نرم افزار و یا برنامه می‌توانید محدودیتی ایجاد کنید که کاربران تنها در زمان خاصی بتوانند از آن استفاده کنند. نکته مهم آن که این زمان نباید زمانی باشد که کاربران بتوانند به راحتی از آن استفاده

کنند! در این صورت تا همیشه از نسخه رایگان استفاده کرده و کسی سمت پرداخت هزینه نمیرود. شما باید در زمانهایی مانند نیمه شب به بعد یا ساعات اولیه نسخه رایگان را در اختیار کاربران قرار داده تا با نرم افزار شما آشنا شوند. اگر برنامه شما بتواند رضایت خاطر آنها را به دست آورد، بدون شک در ساعات مورد نیازشان اقدام به خرید خواهند کرد.



بررسی روانشناسی مدل کسب و کار فریمیوم

مدل کسب و کار فریمیوم به صورت روانشناسی تاثیر بسیار مناسبی بر افراد داشته و آنها را راغب به خرید و پرداخت هزینه خواهد کرد. اما چگونه؟ در علم روانشناسی علل تاثیر مدل کسب و کار فریمیوم این گونه تعریف میشود:

تاثیر شبکه و بازاریابی ویروسی

در بازاریابی ویروسی بدون آن که شما کاری برای تبلیغ انجام دهید، کاربرانی که از محصول و برنامه شما استفاده می‌کنند، آن را به دیگران معرفی کرده و برای شما بازاریابی می‌کنند. این مساله باعث می‌شود که در زمان کوتاهی بدون آن که شما تبلیغات خاصی برای محصول خود کرده باشید، کاربران زیادی از آن استفاده کنند. در علم دیجیتال و بازاریابی آنلاین به این مساله تاثیر شبکه می‌گویند. تاثیر شبکه می‌گوید هرچه یک سرویس توسط افراد و کاربران بیشتری استفاده شود، ارزشمند تر است.

بنابراین حتی اگر تعداد زیادی از کاربران شما اقدام به خرید نسخه بالاتر با امکانات بیشتر کنند، آن را به دیگران معرفی کرده و تعداد استفاده کنندگان نرم افزار شما به طور ویروسی افزایش پیدا خواهد کرد. بدون شک در این تعداد زیاد، تعداد قابل توجهی نیز اقدام به خرید خواهند کرد.

مقاله مرتبط: [بازاریابی ویروسی چیست؟ ۱۰ قدم برای اجرای عملی آن](#)

حفظ تعامل

در این علت روانشناسی مدل کسب و کار فریمیوم، از راهکارهایی مختلف برای حفظ تعامل کاربر با نرم افزار و برنامه استفاده می‌شود. برای مثال در بازی کندی کراش، کاربر می‌تواند تنها زمان محدودی بازی کرده و سپس سرویس

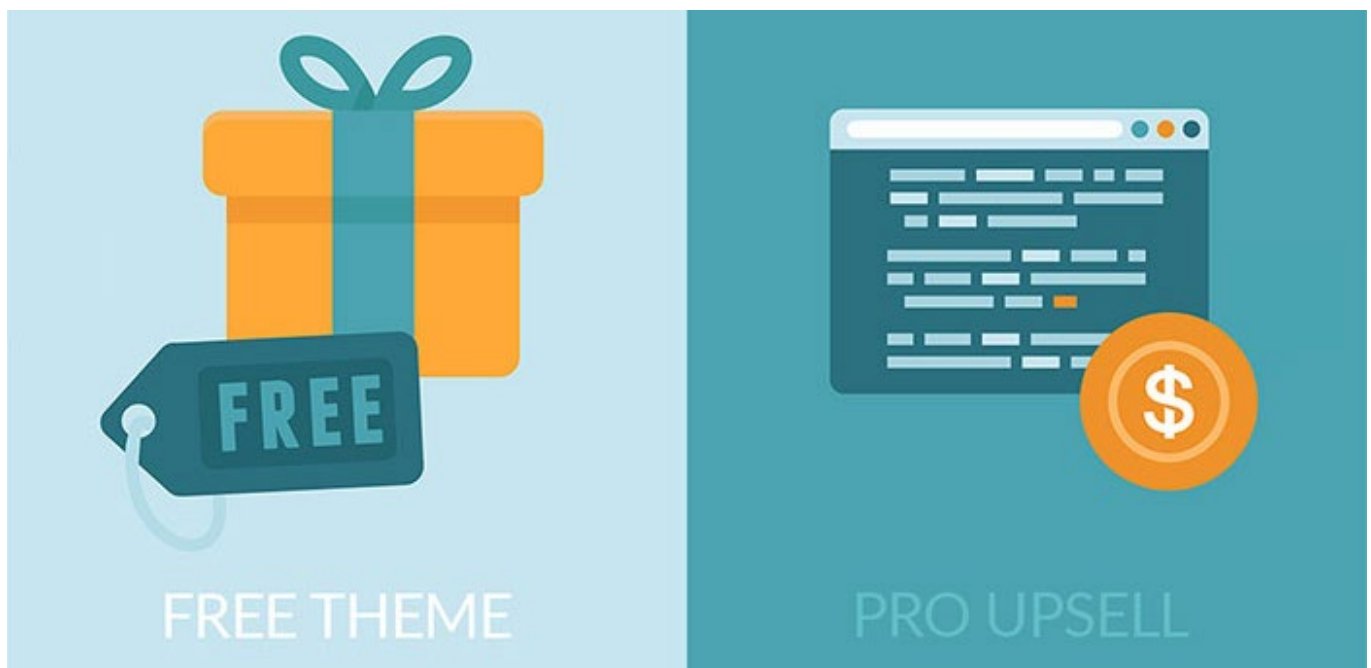
برای آن تا چند ساعت قفل خواهد شد. این مساله باعث می‌شود که ذهن کاربر درگیر ادامه بازی مانده و بخواهد آن را هرچه زودتر تمام کند. این مساله تعامل کاربر را با نرم افزار و برنامه شما بسیار بالا خواهد برد. نکته دوم آن که اصطلاح تعامل نیوتونی عنوان می‌کند که اگر یک خدمات رایگان برای کاربر جذاب باشد، تا زمانی که یک عامل بیرونی آن را ممنوع نکرده باشد، از آن خدمات استفاده می‌کند. برای مثال شما می‌توانید هر روز از یک نرم افزار دقیق ترجمه به زبان انگلیسی استفاده کنید. اگر دقت ترجمه بالا بوده و نظر شما را جلب کند، تا زمانی که محدودیت برای شما ایجاد نشده باشد از آن استفاده خواهید کرد و تعامل کاربر با نرم افزار حفظ خواهد شد.

پرداخت‌های کوچک و تکرار شونده به جای پرداخت‌های زیاد و یک جا

از دیگر ترندهای روان شناسی که در مدل درآمد فریمیوم استفاده می‌شود، پرداخت‌های کوچک به جای پرداخت‌های بزرگ است. این سوال را همین الان صادقانه از خودتان بپرسید! تصور کنید که یک ماه است از یک نرم افزار و یا بازی رایگان استفاده می‌کنید که بسیار برای شما مفید و جذاب بوده است. اکنون شما با محدودیت مواجه شده‌اید و باید برای استفاده مجدد

هزینه پرداخت کنید. اگر این هزینه کم باشد مثلا ۱۰ هزار تومان آن را پرداخت نخواهید کرد؟! اما اگر این هزینه یک جا و مثلا ۱ میلیون تومان باشد چه؟ احتمال زیاد شما نیز ترجیح می‌دهید که برای یک دوره کوتاهتر فعلا هزینه کمتری پرداخت کرده تا آن که مثلا برای اشتراک یک ساله ده برابر آن را پرداخت کنید. مدل درآمد فریمیوم نیز دقیقا این ترفند روان شناسی را برای جذب کاربران به کار برده است.

نکته قابل توجه دیگر آن که هزینه‌های پرداخت شونده این سرویس‌ها درست است که کم است اما تکرار شونده خواهد بود و کاربران مدتی بعد مجددا برای استفاده از خدمات مجبور به پرداخت هزینه خواهند شد. هزینه‌های تکرار شونده باعث می‌شود که بعد از مدتی سود شما حتی از پرداخت‌های یک جا و زیاد نیز بیشتر شود.



چالش‌های مدل درآمد فریمیوم

تا این جای کار با تعریف مدل درآمد فریمیوم، علت‌های روانشناسی، محدودیت‌های قابل اجرا و غیره آشنا شدیم. در این بخش می‌خواهیم بدانیم که این مدل کسب و کار و درآمد با چه چالش‌هایی مواجه است.

سود با تاخیر

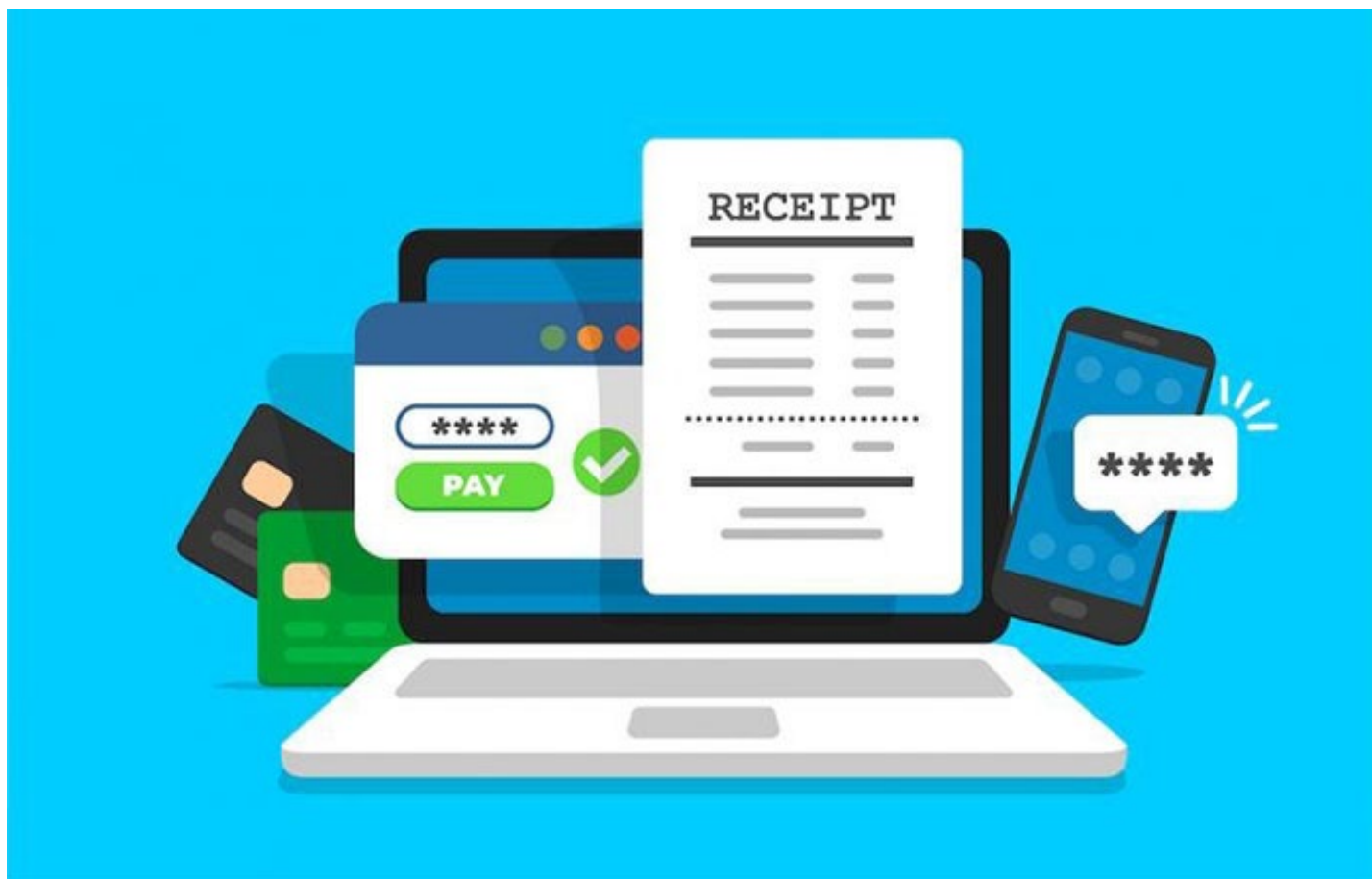
یکی از چالش‌هایی که شما قبل از استفاده از این مدل کسب و کار باید بدانید آن است که سود شما با تاخیر نسبی به شما بازگردانده خواهد شد. بنابراین منتظر سودهای آنی و سریع نباشید، در غیر این صورت مدل کسب و کارتان را عوض کنید.

نیاز به رشد و تغییر مداوم

مدل درآمد Freemium مناسب کسب و کارها و نرم افزارهای پویا است که به دنبال تغییر و پیشرفت هستند. یعنی اگر نسخه اولیه رایگان شما ویژگی‌ها و امکانات کمی دارد، کاربران باید مطمئن باشند که نسخه‌های پولی نرم افزار حتما دارای قابلیت‌های بهتر و بیشتر است. اگر نرم افزار، بازی و یا خدمات شما ساکن است این مدل کسب و کار اصلا مناسب شما نخواهد بود.

شکست در صورت عدم تعامل مناسب

همان طور که در بالا نیز اشاره شد یکی از علت‌های روان شناسی که می‌تواند سبب موفقیت این مدل کسب و کار شود، تعامل کاربران با آن و معرفی آن به دیگران است. اما درست نقطه مقابل این مساله یعنی عدم تعامل مناسب با کاربر می‌تواند منجر به شکست کسب و کار شما شود. بنابراین شما روی این جنبه از کسب و کارتان یعنی تعامل مناسب با کاربر باید توجه ویژه داشته باشید.



مدل کسب و کار فریمیوم، آیا صرفاً یک شیوه از بازاریابی است؟

در باور بسیاری از افراد، این مدل کسب و کار تنها یک روش بازاریابی است که می‌تواند به صورت ویروسی تعداد کاربران و استفاده کنندگان از نرم افزار و برنامه را افزایش دهد. اما مطمئن باشید که بازاریابی تنها یکی از مزایا و جنبه‌های این مدل از کسب و کار است.

شما بعد از ارائه نسخه رایگان برنامه خود، می‌توانید با کاربران و افراد حرفه‌ای در این زمینه وارد تعامل و گفت و گو شوید. می‌توانید با نقاط ضعف سیستم خود که نمی‌دانستید آشنا شده و به دنبال رفع آنها برآئید، می‌توانید با افراد متخصص در این زمینه آشنا شده و همکاری‌های خود را توسعه دهید. در واقع مدل درآمد فریمیوم نه تنها یک روش بازاریابی عالی برای کسب و کار شما خواهد بود، بلکه مزایای زیاد دیگری نیز برای شما به دنبال خواهد داشت.

معایب مدل کسب و کار فریمیوم

در این بخش از مقاله بهتر است کمی با معایب این مدل کسب و کار نیز آشنا شویم تا بتوانید دیدی همه جانبه و کامل نسبت به آن داشته باشید. متأسفانه باور غلطی که ممکن است بسیاری از افراد راجع به خدمات و نرم افزارهای رایگان داشته باشند، بی ارزش بودن و نامناسب بودن آنها است.

بسیاری از افراد تصور می‌کنند که نرم افزارها و خدمات رایگان، چندان ارزشمندی نبوده و به آن اعتماد نمی‌کنند. نکته دوم آن که رایگان بودن یک خدمات و یا یک نرم افزار باعث می‌شود که کاربران اشتباه بیشتری از آن استفاده کنند. در واقع شما دارای یک جامعه هدف هستید که تمرکز شما روی آنها است، اما چون نرم افزار و برنامه شما رایگان است، ممکن است هر فردی اقدام به استفاده از آن کند. افرادی که نرم افزار برای آنها طراحی نشده ممکن است نرم افزار شما را غیر کاربردی دانسته و برای آن تبلیغ منفی کنند!



نمونه‌هایی شناخته شده از کسب و کارهای فریمیوم

در انتهای مقاله بهتر است با غول‌هایی که از این مدل کسب و کار استفاده می‌کنند کمی بیشتر آشنا شده تا دلگرمی شما نسبت به این مدل کمی بیشتر شود!

یوتیوب یکی از شبکه‌های بزرگ مجازی است که از روش فریمیوم استفاده می‌کند. به این صورت که استفاده از آن و مشاهده بسیاری از فیلم‌ها در آن رایگان است. اما کاربرانی که می‌خواهند به محتواهای خاصی دسترسی داشته باشند و یا تبلیغات روی فیلم‌ها را نبینند، می‌توانند برای آن هزینه پرداخت کنند.

گوگل درایو گوگل یک سرویس ذخیره ابری است. کاربران می‌توانند به طور رایگان از آن استفاده کرده و تا ۱۵ گیگا بایت فایل‌های خود را روی سرور آن ذخیره کنند. اما اگر میزان اطلاعات آنها از این حجم بیشتر شود، باید برای آن هزینه پرداخت کنند.

میل چیمپ یک ابزار جهت ایمیل مارکتینگ است که با کمک آن می‌توانید برای ۲ هزار نفر کاربر مورد نظرتان ایمیل تبلیغاتی رایگان ارسال کنید، اما اگر تعداد کاربران شما از این مقدار بیشتر شود، باید برای آن هزینه کنید.

جمع بندی

مدل درآمد فریمیوم یکی از روش‌های کسب و کار است که در آن نسخه اولیه نرم افزار، بازی و یا خدمات با محدودیت‌هایی به کاربران ارائه می‌شود و برای آن که کاربران بتوانند از امکانات بیشتر و پیشرفته تر آن استفاده کنند، باید هزینه آن را پرداخت کنند. این مدل کسب و کار دارای چالش‌ها، معایب و مزایای مخصوص به خود است و یک روش بازاریابی قوی و ویروسی نیز به شمار می‌رود.