

NEXT:



NE ALIRSAN

BEDAVA!

Bedava uçak bileti, bedava müzik CD'si, bedava asistanlık hizmeti. Bunların hepsi gelecekte iş dünyasının rutini olacak. Kar nerede mi? Bedava ürünlerin yanındaki hizmet ve ürünlerde... yazı selçuk oktay

"BEDAVA yaşıyoruz. bedava... Otomobillerin dışı, sinemaların kapısı, camekanlar bedava..." Orhan Veli Kanık, ünlü şiri 'Bedava'da bu dizelerle hicveder artan hayat pahalılığını... Kanık her ne kadar olumsuz tarafından anlatsa da, 'bedava' insanoğlu için her zaman en 'sihirli' sözcüklerden biri olmuştur. Çünkü severiz bedavayı. Aldığımız bir ürünün yanında verilen promosyon, biriktirdiğiniz puanlarla elde edilen bedava hizmet ya da çekiliş yoluyla gelen hediye... Ancak hiçbir zaman asıl ürün bedava olmaz. Şirketler, pazarlamacılar hep yan ürünleri bedava sunar ve ana ürünün satışının bu yolla artırılacağına inanır. Pazarlama dünyasında bir kuraldır bu...

Peki bu kural yıkılır mı? Ana hizmet bedava olup, yan hizmetler parayla satılabilir mi? Chris Anderson'un iş dünyasının geleceğini oluşturacağını iddia ettiği 'bedava ekonomisi' tezi, bu kuralın değişeceği yönünde. Chris Anderson dünyaca ünlü teknoloji kültürü dergisi Wired'in genel yayın yönetmeni. Anderson bundan 1,5 yıl önce niş ürünlerin hit ürünlerden daha çok gelir getireceğini söylediği ve bunun nasıl olacağını anlattığı 'Uzun Kuyruk' kitabı ile ciddi tartışmalar yaratmıştı. Şimdi ise yine çok ciddi bir başka trend analizi ile karşımıza çıkıyor.

Wired dergisinin son sayısındaki 'Bedava, Neden İş Dünyasının Geleceği?' başlıklı yazısında Anderson, gelecekte birçok ürün ve hizmetin ücretsiz olacağını iddia ediyor. Anderson'a göre, uçak şirketleri biletlerini ücretsiz dağıtacaklar, tiyatroların ve sinemaların biletleri bedava olacak, müzik CD'leri, dijital video kayıt cihazları, bazı asistanlık hizmetleri ve internet üzerindeki birçok hizmet ücretsiz olacak. Anderson, bu ücretsiz ürün ve hizmetlerin dağıtılmasına karşın şirketlerin kar etmeye devam edeceklerini savunuyor. Fakat karların marjlarının daralacağını eklemeyi de ihmal etmiyor ki, zaten Çin ve Hindistan'ın eklendiği yeni rekabet ortamının alameti farikası da zaten düşen karlar.

İnternet sürükleyecek

Chris Anderson bu tezinde bu ürün ve hizmetlerin bedava olmaya başlamasını iş dünyasının internetten daha fazla yararlanması ile açıklıyor. Bant genişliği ve

Dinamik fiyatlama stratejisi konusunda sektörüne öncülük eden Ryan Air, bakalım bedava uçurma konusunda da sektörünü şaşırtacak mı?



depolama ücretleri hızlı bir şekilde geriliyor. Böyle olunca dijital ortamda iş yapmanın maliyetleri de geriliyor. Bu durumun iki yansıması var. İki şirketlerin bu alanda makul masraflarla iş yapması ve bundan da katma değer yaratması. İkincisi de internete bağlı maliyetlerin gerilemesiyle reklam maliyetlerinin düşmesi, reklamın yaygınlaşması. Böylece reklama dayalı çalışan sektörler de önemli ölçüde sürdürülebilir gelirler elde edebiliyor.

Anderson, bugün dünyanın en büyük şirketlerinden biri olan Google'ın elektronik posta hizmeti Gmail, fotoğraf depolama programı Picasa, asistanlık hizmeti Goog-411 gibi ücretsiz hizmetler ile büyüdüğüne ve daha da büyüyeceğine dikkat çekiyor. Burada Google'ı güçlü kılan şey maliyetlerin gerilemesi ve reklam. Bu örnekten yola çıkarak bu alanda maliyetlerin azalması ve rekabetin artması ile söz konusu hizmetlerin gelecekte genişleyen bir şekilde ücretsiz olacağı öngörülüyor.

Bilgi Üniversitesi Öğretim Üyesi ve Türkiye İhracatçılar Meclisi bilgi ekonomisi danışmanı Dr. Özgür Uçkan, ucuzlayan çevrimiçi hizmetlerin, aslında paha biçilmez bir pazarı hedeflediğini belirtiyor.

Bu hedef giderek artan internet nüfusunu kendine bağlayarak yeni ve devasa bir bilgi pazarı yaratmak. Uçkan'a göre, bedava hizmetin para kazandırması şimdilik internete yönelen reklam bütçelerini avlayarak oluyor.

Uçkan, aynı zamanda internet kullanıcısının kendisi, davranışları ve eğilimleriyle ilgili ürettiği bilginin, sektörlerle pazarlanmasıyla oluşacak potansiyel düşünlüğünde, bu modelin daha da gelişeceğini tahmin etmenin zor olmadığını vurguluyor. Artan mobilite, açık kaynak trendinin güçlenmesi ve şekillenmeye başlayan 'paylaşım ekonomisi' de eklenince bu trendin gelecekte ne kadar güçlü olacağı ortaya çıkıyor.

Anderson'un tezinde dikkat çeken bir başka nokta ise, ücretsiz hizmetlerin etrafındaki ürün ve hizmetleri çeşitlendirerek karı bunlardan elde etmeye dayanan iş modeli. Ryan Air uzun zamandan beri dinamik fiyatlama stratejisi ile uçak biletlerini önemli ölçüde ucuzlatmış bir şirket. Fakat bunun yanında Ryan Air sadece uçak bileti satmıyor. Örneğin uçaklarda yemek satışı yapıyor. Bedava trendine göre Ryan Air ileride bu tip hizmetlerini genişleterek uçak biletini bedava hale getirecek. Check-in hizmetin-

den ücret olarak uçakları uçan kumarhaneler haline getirerek ya da taşıma hizmeti vererek de kar elde etmenin yollarını arayacak.

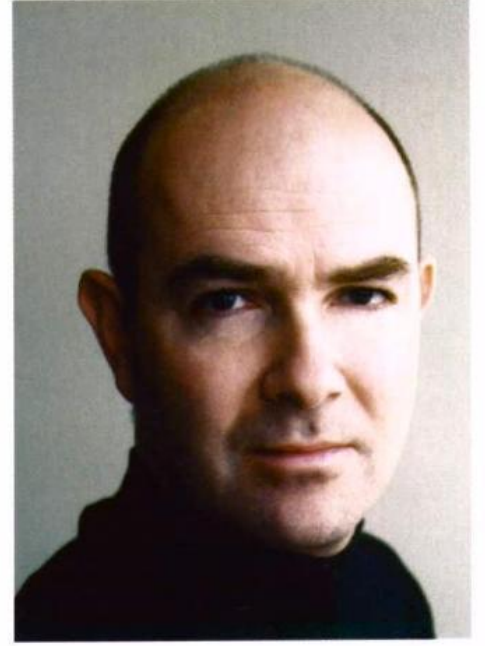
Bedava değil dolaylı

Brightwell Grubu Yönetim Kurulu Başkanı ve Fütüristler Derneği Başkanı Alphan Manas ise, bu trendin bedava ekonomisi değil de dolaylı ekonomi olarak adlandırılacağını söylüyor. Ona göre ürün ve hizmetler bedava değil de daha ucuz, dolaylı bir yolla servis edilecek. Bu dolaylı servis üzerindeki her bir parça ucuz olabilecek ve karın dağıtımı da bunların üzerinde yaşanacak.

Fiyatlandırma stratejileri konusunda uzman olan Sabancı Üniversitesi Yönetim Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Cenk Koçaş da, bu trendde ürün ve hizmetten para kazanmanın yerine müşteri-

riden para kazanmanın geçerli olduğunu söylüyor. Gelecekte, sert rekabet koşulları altında müşteriyi bedava ya da ucuz bir ürün ile cezbetmek ve ona bu ürün çerçevesinde bir paket halinde değişik ürünler satmak geçerli olacak.

Aslında Türkiye'de birçok şirket bu trend doğrultusunda ücretsiz hizmetler sunuyor. Örneğin bedava şarkı satışı yapan Türk Telekom'un TNet müzik portalı. Ayrıca Türk Telekom son kampanyasıyla TNet abonelerine Wi-Fi hizmetini de ücretsiz sunuyor. Müzik konusu burada ayrı bir önem arz ediyor çünkü şirketlerin reklam amaçlı bedava müzik dağıtım trendi giderek yükseliyor. Örneğin Pepsi bu yolla on binlerce şarkıyı kullanıcılarına bedava dağıtmıştı. Diğer taraftan özellikle GSM tarafında reklam dinleme karşılığında bedava kontör kazanmak ya da dinlenen süre kadar beda-



Wired dergisi Genel Yayın Yönetmeni Chris Anderson, gelecekte pek çok ürün ve hizmetin bedava olacağını iddia ediyor.

BEDAVA ÜRÜNÜN BİLEŞENLERİ

Ryan Air havacılık sektöründeki ürün ve hizmetlerini çeşitlendiriyor. İleride de bu 20 dolarlık dilim küçülerek sıfır olacak. Ryan Air'e bir yolcuğu Londra'dan Barcelona'ya uçurmak 70 dolara mal oluyor. Grafik bu 70 doların şirkete nasıl geri döndüğünü gösteriyor.

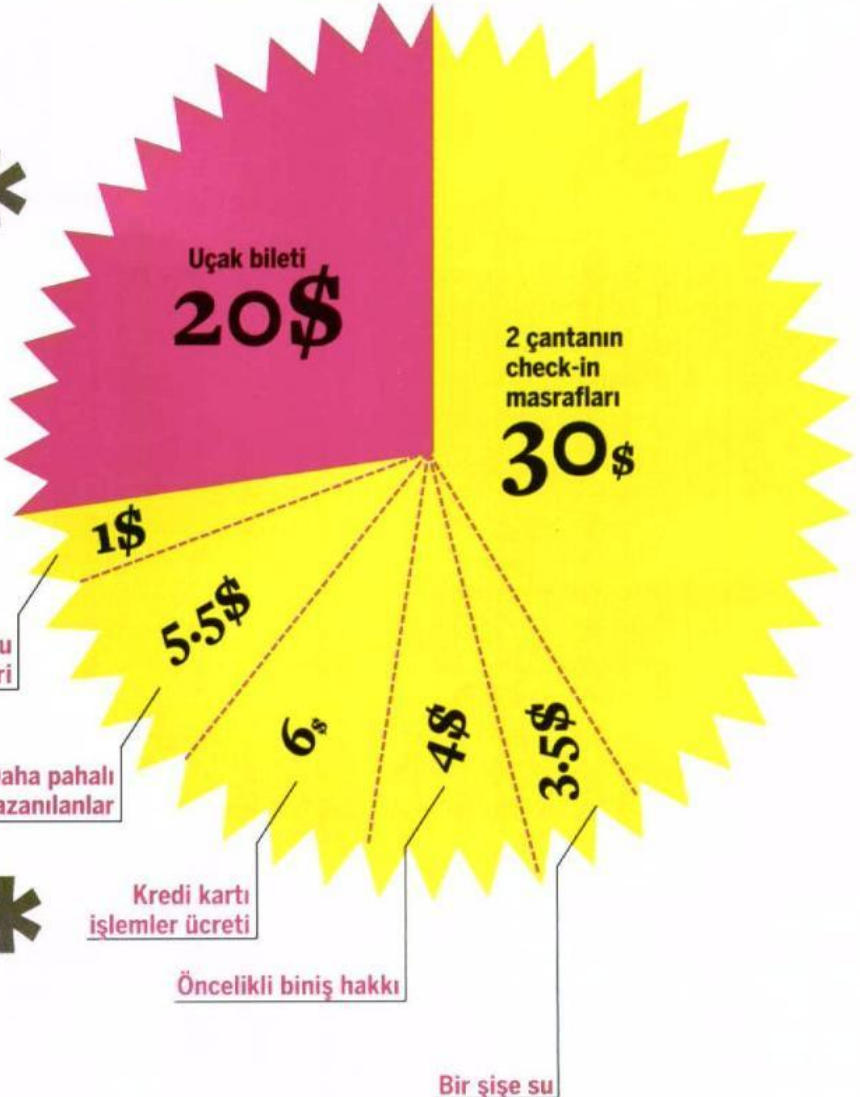
Bir saat içinde her yolcu başına gelen reklam geliri

Daha pahalı uçuşlardan kazanılanlar

Kredi kartı işlemler ücreti

Öncelikli biniş hakkı

Bir şişe su



Başarılı bir uçak şirketinin özet fiyat analizini gösteren grafik, aslında Ryan Air'in yalnızca yolcu uçurmadığını gösteriyor. Uçuş hizmeti temel hizmet de olsa, aslında firmanın verdiği hizmetlerden yalnızca bir tanesi.

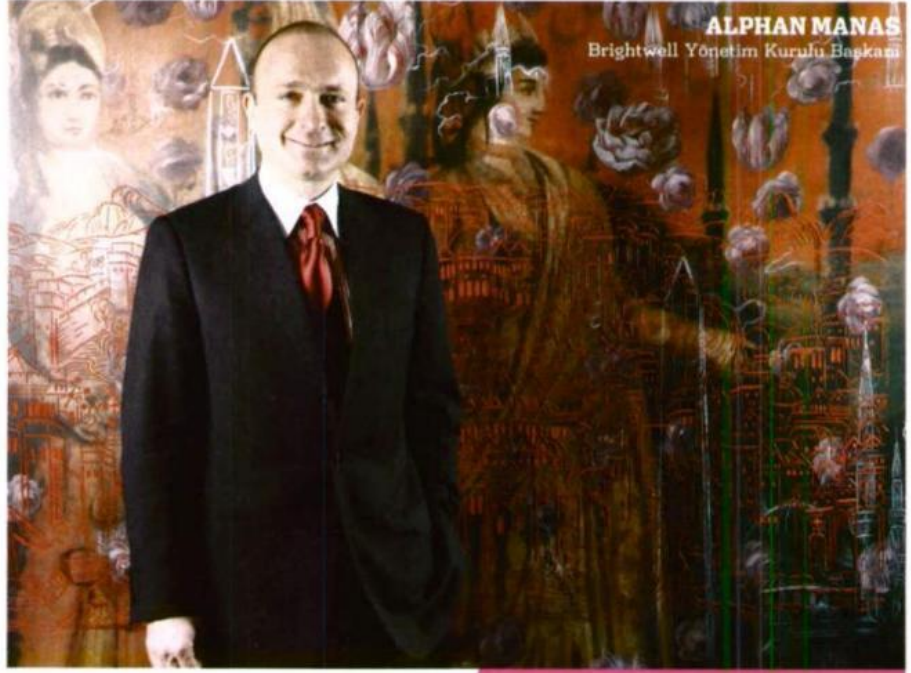
va konuşmak gelecekte göreceğimiz muhtemel uygulamalardan biri olacak. Öte yandan Garanti Bankası'nın online bankacılık hizmetlerinde birçok işlemi ücretsiz vermesi de bedava hizmet konusunda aklı gelen örneklerden.

Pegasus örneği

"İş başvuruları için 10 lira ücret talep edeceğini" açıklayan Pegasus Havayolları'nın Başkanı Ali Sabancı, ana ürünün fiyatını aşağı çekip, yan ürünlerden gelir elde etme konusunda gerçekten bir dahiyeye ya da bazılarının göre işin suyunu çıkarıyor." Ama kuşkusuz bu trendde, Pegasus dinamik fiyat politikası ile en yakın duran şirket. Hizmetlerini çeşitlendiren ve fiyatlandıran Pegasus'un Genel Müdürü Sertaç Haybat, uçaklarında 'Flying Cafe' adındaki büfelerinde yiyecek içecek satışı yaptıklarını anlatıyor. Bunun nedeni esasında uçak biletini ucuzlatmak. "Eğer uçarken bir şeyler yiyip içmek istemiyorsanız, uçak biletinizde bu maliyetin olmasına gerek yok. Ayrıca bu kafelerde istediğiniz şeyi yiyip içebiliyorsunuz" diyor Haybat. Bununla birlikte Pegasus, Sabiha Gökçen Havalimanı'nda bir de otopark işletiyor, havada Milli Piyango bileti bile satıyor. Son olarak geçen ay Budget-Koç ile araba kiralama hizmeti konusunda anlaşmıştı. Pegasus Genel Müdürü Haybat'a bedava trendinin peşinden gidip gitmeyeceklerini sorduğumuzda ise, biletlerini bedava yapmayı düşünmediklerini ama bu dolaylı hizmetleri sunmaya devam edeceklerini belirtiyor. Tabii biletler yine ucuz olacak.

Enerjiye bedava ekmek

Brightwell Yönetim Kurulu Başkanı Alphan Manas, bedava hizmet konusunda fazla aklı gelmeyen bir sektöre dikkatimizi çekiyor. Manas, Türkiye'de özellikle bankaların böylesi dinamik pazarlama stratejilerini tercih edebileceğini belirtiyor. Bankacılık sektöründe Türkiye'de ileride sert bir rekabetin yaşanacağını belirten Manas, bankaların bu yüzden dolaylı ekonominin ilkelerini daha fazla kullanacağını söylüyor. Bununla birlikte hızlı tüketime konu olan ürünlerin dağıtımında da büyük grupların bedava ürünler vereceğini belirtiyor. Örneğin kola ya da dondurma ile birlikte şirket-



ALPHAN MANAS
Brightwell Yönetim Kurulu Başkanı

ler bedava telefon kontörleri dağıtabilecek. Manas gelecekte Türkiye'de enerji sektöründe de bu trendin geçerli olabileceğini söylüyor. Enerji dağıtım özelleştirmelerinin gerçekleşmesiyle, enerji dağıtımını yapan şirketlerin enerjinin yanında başka hizmetler de getireceğini öngörüyor. Buna göre sayacı okumaya gelen şirket, kullanıcılarına günlük olarak gazete, ekmek gibi ürünlerin dağıtımını ya da daha farklı hizmetlerin sunumunu yapacak. Sonrasında kullanıcıya şunu diyecek: "Eğer elektrik yanında bu ürünleri de benden alırsan, sana elektriği yüzde 10 indirimle veririm."

Manas enerji şirketlerinin, tedarikçilerden yüksek miktarlı alımlar yapacağını ve böylece indirim alacağını iddia ediyor. Böylece müşteriye verilen indirim, tedarikçilerden karşılanacak. Türkiye'de bu trendin gerçekleşmesinin mümkün olduğunu söyleyen Manas, tüm bu iş modelinin çevrilebilmesi için de ciddi anlamda bir finansmana ihtiyaç duyulduğunu dolayısıyla bu trendin ancak bu finansman gücüne sahip büyük şirketlerce uygulanabileceğini söylüyor. Tüm bu analizler esasında tek bir şeye işaret ediyor: Gelecekte müşteriler şirketlerden daha çok kazanacak. Rekabet sertleştiği zaman ucuz ya da bedava ürünler bollaşacak. Çünkü şirketlerin bu rekabet koşullarında ellerindeki tek silah mallarını 'bedava' satmak olacak. Galiba Chris Anderson bir kere daha haklı çıkacak. ||

GELECEK SENARYOLARI

Chris Anderson'un tezinde gelecek senaryoları da var. Okuyunca bunları gayet fantastik bulabilirsiniz. Ama ekonomide trend ücretsiz hizmetlerin genişlemesi olunca bu senaryoların gerçekleşeceği günlerin yakın olduğunu söylemek mümkün.

Senaryo 1: Düşük maliyetli dijital dağıtım, sinema ve tiyatroların ücretsiz olmasına yol açacak. Tiyatro ve sinemalar çeşitli ürünler satan standlar kurarak ya da izleyiciler için değişik tecrübeler açarak izleme olanaklarını yüksek fiyata satarak para kazanacak.

Senaryo 2: Metroda reklam 20'inci yüzyılda kaldı. 21'inci yüzyılda şirketler metro hatlarına sponsor olacak. Bu hattı kullanan yolcular da o gün boyunca bedava seyahat edebilecek.

Senaryo 3: Nintendo'nun ikinci nesil Wii'si bedava olacak. Ama yalnızca belli oyunların deluxe versiyonu ile birlikte satın alındığı zaman.