

## Verdienmodellen binnen de softwareontwikkeling

Iedere ontwikkelaar moet op enig moment na gaan denken over het verdienmodel van z'n applicaties. Dat was vroeger heel simpel; feitelijk werden R&D kosten opgeteld bij de ontwikkelkosten en daaruit vloeide voor een Named user of Concurrent User een marktconforme stuks prijs voort.

Daarbij was het zo dat een Named user licentie feitelijk bepaalde dat de applicatie maar door één gebruiker mocht worden gebruikt en een concurrent licentie gaf aan hoeveel gebruikers er gelijktijdig van een applicatie gebruik mochten maken. Deze manieren zijn eigenlijk nog maar beperkt bruikbaar en in deze kennissom gaan we wat alternatieven bekijken.



## Hoe zit het met APPS? Hoe zorg ik dat het geld binnenstroomt?

### Applicatie aanbieden met een vastgestelde verkoopprijs

Veel applicaties worden verkocht tegen een vastgestelde prijs. De meeste apps worden aangeboden voor een bedrag van €0,75 (\$1). Daarnaast worden er ook apps voor premumprijzen verkocht. In dat geval gaat het vaak om bedragen tussen de €2,50 en €15, -. Premium apps zijn gericht op een nichemarkt, ofwel een klein publiek met specifieke wensen. Het uitgangspunt bij het aanbieden van betaalde (en met name hoog geprijsde Premium apps) is het leveren van een uitstekende app met een hoge toegevoegde waarde voor de gebruiker. De voordelen die de applicatie biedt moet de gebruiker overtuigen om tot koop over te gaan. Bijvoorbeeld: The Alchemist SMS (Scrap Management System) app wordt voor maar liefst €359,99 in de Apple App store aangeboden, maar helpt bedrijven in de schrootmetaalindustrie significante kostenbesparingen door te voeren. Deze potentiële kostenbesparingen maken de app tot een betaalbare investering. Applicaties zoals games, zakelijke toepassingen en informatieve apps leveren vaak een unieke waarde waardoor de gebruiker bereid is om te betalen. Mocht u een app willen aanbieden met dit verdienmodel dan doet u er in veel gevallen goed aan om naast de betaalde versie ook een gratis versie van de app aan te bieden. Met behulp van deze uitgekledde gratis versie kunnen gebruikers eerst kennismaken met de app, wat normaal gesproken leidt tot meer verkopen van de betaalde versie.

### Gratis applicatie met aanvullende in-app aankopen

Applicaties die gratis worden aangeboden zijn logischerwijs populairder dan apps waar een prijskaartje aanhangt. Een studie van de Cambridge University toont aan dat slechts 20% van de applicaties met een verkoopprijs méér dan 100 downloads behaalden in de Google Play Store. Bij apps die gratis te downloaden zijn haalde 20% van de apps maar liefst 10.000 of meer downloads. Een succesvolle strategie voor het aanbieden van apps is het model van een gratis app met in-app aankopen (freemium model). Doordat de app gratis wordt aangeboden is de app interessant voor een grotere doelgroep en wordt de app vaker gedownload. Door aanvullende extra's aan te bieden tegen een bepaald bedrag vormt de app een uitstekend verdienmodel. De app wordt zo ingedeeld dat een gebruiker óf steeds een tijdje moet wachten tot de app weer kan worden gebruikt óf dat er eerst een aankoop moet worden gedaan om verder te kunnen.

### Gratis applicatie met een aanvullend abonnement

Een derde manier om de app aan te bieden is in de vorm van een gratis applicatie met een aanvullend abonnement. Hoewel dit verdienmodel redelijk succesvol is gebleken, wordt dit model nog niet veelvuldig toegepast. Voorbeelden van apps waarbij dit verdienmodel succesvol is gebleken zijn onder andere nieuws apps, magazines en dating apps. Ook de populaire chatdienst Whatsapp is in 2013 overgestapt naar dit verdienmodel. Om dit verdienmodel te doen slagen is het van belang dat de applicatie op de langere termijn interessant blijft voor de gebruiker. Dit kan door middel van nieuwe content (bijvoorbeeld magazines) of het aanbieden van een unieke functionaliteit of dienst (zoals Whatsapp).

### Gratis applicatie met advertenties

Een gratis app met advertenties is een veel gebruikt verdienmodel. Advertenties hebben als voordeel dat de adverteerder de applicatie betaalt en niet de gebruiker. Met name Android gebruikers zijn vaak minder snel bereid om voor een app te betalen, ook niet in de vorm van in-app aankopen of in abonnementsvorm. Ontwikkelaars die gebruikmaken van advertenties worden betaald naar het aantal clicks op de advertentie of naar de totale hoeveelheid getoonde advertenties. Het verdienmodel met advertenties is lucratief als u een app wilt ontwikkelen waarmee een groot publiek wordt bereikt. Immers hoe meer mensen er worden bereikt, hoe hoger de opbrengsten zijn.

# Uurtje Factuurtje

Voor het beantwoorden van deze vragen kun je gebruik maken van internet.

1. Noem 2 verdienmodellen die je vaak bij games tegenkomt.
2. Wat is Saas? Geef 5 voordelen en 3 nadelen hiervan (Denk bijv. aan eigenaarschap van de gegevens).
3. Probeer eens te achterhalen wat het gemiddelde (start)maandsalaris is van een afgestudeerde MBO4 Applicatieontwikkelaar.
4. Een Amerikaanse softwareontwikkelaar heeft zijn werk stiekem laten doen door een Chinees!!!Waarom zou hij dat doen en wat scheelt het nu daadwerkelijk?
5. Billings is op dit moment het meest gebruikte factureringsprogramma voor de ZZP-Softwareontwikkelaar. Zoek eens uit waarom deze tool zo populair is onder ontwikkelaars.
6. Een heel bekende app, genaamd Layer, was in 2012 zeer vooruitstrevend. De investeerders meldden zich met bosjes aan maar toch is het de ontwikkelaars nooit echt gelukt om er geld aan te verdienen. Hoe komt dat denk je?
7. Leg eens uit hoe je aan opensource software toch geld kunt verdienen.

