

HOE UW 'CHALLENGERS' TE VERSLAAN

Online verdienmodellen bieden nieuw bedrijfsperspectief

Online business draait om het aanboren van nieuwe inkomstenbronnen via het web. Tijdens het Media seminar van Atos Consulting op 16 september 2008 is hier uitgebreid bij stil gestaan. Mediabedrijven kijken naar online kanalen, vooral om nieuwe mogelijkheden van exploitatie van content te vinden. Hoe deze content te “monetizen” is voor menig media bedrijf de uitdaging. Uit onderzoek van Atos Consulting komen nieuwe inzichten naar voren die een goede basis bieden voor het vergroten van omzet uit de (uit-)bouw van online activiteiten.

Display advertising alleen is niet voldoende

Advertenties zijn ook op internet – net als in de traditionele media– een belangrijk business model. Hiernaast zijn er nieuwe innovatieve verdienmodellen beschikbaar die de specifieke mogelijkheden van digitale online media benutten (transactioneel, cross-mediaal (met name mobiel), situationeel (bijvoorbeeld Mapvertising), virtueel (bijvoorbeeld Advergaming) etc. Gevestigde media bedrijven hebben moeite bij het adopteren van deze innovatieve verdienmodellen. Nieuwe media bedrijven, de zogenaamde 'challengers', lijken hier veel minder moeite mee te hebben. Uit het onderzoek van Atos Consulting blijkt dat het verschil tussen het succesvol vinden en implementeren van een nieuw businessmodel vaak terug te voeren is op interne, organisatorische factoren. Denk daarbij aan de mate van klantgerichtheid, inrichting van besluitvormingsprocessen en allocatie van budgetten.

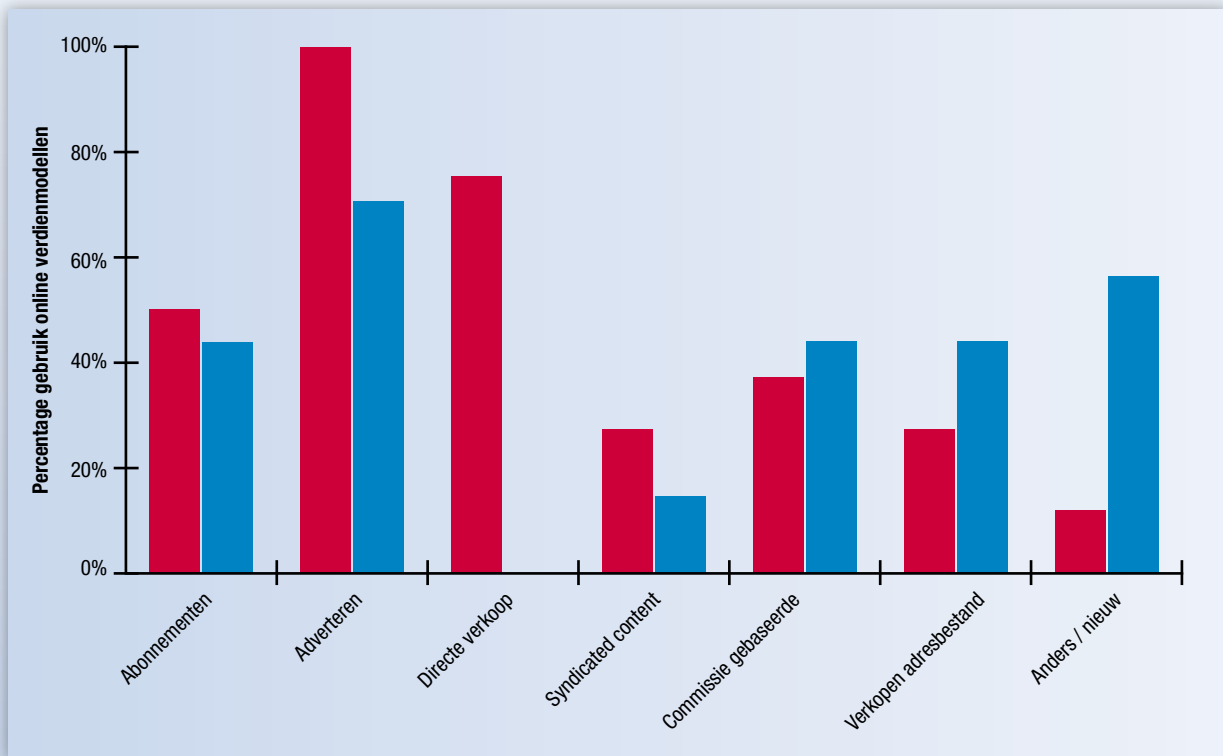
Het overkomen van deze interne blokkades en het richten van de gezamenlijke inspanningen naar de markt, is

daarmee dé grote uitdaging voor de gevestigde media-bedrijven. Voor het succesvol opzetten en uitnutten van innovatieve online verdienmodellen, zijn de volgende kritische succesfactoren van belang, zoals blijkt uit ons onderzoek:

- > Durf – Ondernemerschap, waaronder:
 - > Lef tonen, óók financieel
 - > Geef ruimte voor initiatief en beloon dit
 - > 'Cut the red tape' – versimpel besluitvormingsprocessen
- > Denken – Portfolio & Customer management, waaronder:
 - > Zorg voor een uniek en relevant productaanbod
 - > Focus op één activiteit
 - > Hanteer een duidelijke klantsegmentatie
 - > Wees meetbaar en transparant
- > Doen – Competenties en cultuur, waaronder:
 - > Interactie met klant – laagdrempelig
 - > Succesvolle verleiding – klantgerichtheid
 - > Mobiliseer de juiste (technische) expertise
 - > Werk samen, vorm allianties

HOE UW 'CHALLENGERS' TE VERSLAAN

Gebruik online verdienmodellen



Veel van deze succesfactoren zijn niet uniek, maar van belang is dat ze ook voor de 'online wereld' worden toegepast. Bijvoorbeeld, online wordt een uniek productaanbod vaak niet op basis van unieke content alleen bepaald.

Een integrale aanpak is nodig om succesvol te zijn

Succesvol online innoveren vergt een integrale aanpak. Niet alleen de gerichtheid van de business development afdeling op de implementatie van het online verdienmodel, maar tevens aandacht voor de processen, voor management & organisatie, mensen & cultuur en voor de infrastructuur. Als één ding de afgelopen periode duidelijk is geworden, dan is het dat juist deze integrale aanpak ontbreekt. Voor een gevestigd mediabedrijf is dat ook lastiger te organiseren. Waar een challenger zich met een flexibele organisatie goed integraal kan richten naar de implementatie van het gewenste online verdienmodel, heeft een gevestigd mediabedrijf te maken met bestaande structuren en een vaststaande modus operandi.

Onze dienstverlening op het gebied van online verdienmodellen richt zich daarom juist op deze integrale aanpak.

Bent u geïnteresseerd in onze integrale aanpak of wilt u een verdere toelichting van de onderzoeksresultaten? Heeft u interesse in een opportunity scan voor uw organisatie waarin we identificeren wat de verbetermogelijkheden en nieuwe kansen zijn? Wij komen graag bij u langs.

Rob Jorg
E-mail rob.jorg@atosorigin.com
Telefoon +31 (0)6 30 426 523

Meer informatie?

Atos Consulting

Papendorpseweg 93
3528 BJ Utrecht
Telefoon +31 (0)88 265 88 88
www.atosconsulting.nl

