

Waarom een iPad app toch verstandig is!

01-09-2011 11:41



De hype voorbij ?

De grootste hype lijkt wel weer voorbij. Hoewel er nog steeds bijna dagelijks berichten verschijnen over nieuwe tablets. Is HP alweer gestopt met haar tabletproductie en spoelde volgens experts 300 miljoen dollar weg door tablets (en smartphones) tegen dumprijzen via internet aan te bieden. Spelletjesproducenten lijken weg te lopen met het potentiële succes van de tablet. Na anderhalf jaar tablet wordt het tijd om de balans voor uitgevers op te maken.

Omzetcijfers

De omzetcijfers vallen over het algemeen, met name voor grotere uitgevers, nog tegen. Hoewel er positieve uitschieters te vinden zijn, hebben de meeste adverteerders inmiddels afgehaakt omdat het bereik van tablets te klein is. De succesverhalen moeten het meestal hebben van een trouwe schare lezers die door middel van abonnementsgelden de productiekosten van het digitale magazine ruimschoots compenseert. Voor kleine uitgevers ligt dat anders. Ondanks relatief misschien lage aantallen downloads kunnen zij vaak het hoofd beter boven water houden, omdat ze een veel lager kostenpatroon hebben. De tablet verlaagt voor hen de drempel om te investeren in nieuwe publicatiekanalen.

Bezoekersaantallen en downloads

Sinds het internet weten we dat alles wat meetbaar is, waardeloos wordt. Adverteerders rekenen uitgevers af op bezoekersaantallen en aantallen downloads van de apps. Er zijn een aantal argumenten te bedenken waarom tablets voordelen hebben boven internet in dit opzicht:

- Tablets neem je overal mee naar toe, de geografische beschikbaarheid van (offline) apps is groter dan die van internet via een browser;
- De marketingwaarde van een app op een tablet is groter dan die van een website;
- Bezoekersaantallen en downloadaantallen zullen sterk toenemen voor tablets.

Waar gaat de tablet heen?

Om een beeld te geven van de verwachte groei haal ik een recent rapport van Morgan Stanley Research aan. In 2010 werden er 16 miljoen tablets (met name iPads) verkocht. Dit jaar ligt de prognose op 55 miljoen, voor 2012 op 85 miljoen. Ruim de helft van het bedrijfsleven zal tablets voor haar medewerkers aanschaffen binnen een tijdsbestek van een jaar. Het gebruik van PC's en netbooks neemt sterk af sinds de introductie van de tablet.

Met andere woorden: het belang van tablets zal enorm toenemen en gaat veel nieuwe kansen bieden voor innovatieve apps.

De bubble: internet en nu

Ruim tien jaar geleden investeerden veel bedrijven in internet. Maar door lage bandbreedtes en beperkte acceptatie van consumenten in die eerste periode werd internet een hype en verloren veel investeerders geld. Er zijn drie belangrijke verschillen met toen: (1) de tablet betreft een nieuw fysiek device, (2) de acceptatie ervan vindt momenteel massaal plaats en (3) de benodigde investeringen zijn in verhouding vele malen lager.

Ga los met die app!

Juist doordat de adaptatie van de tablet zo snel een vlucht neemt, is het juist interessant om als uitgever nu te gaan experimenteren met tablet apps. Daarbij ligt het nog steeds voor de hand om te starten met een iPad app, omdat daarmee het grootste bereik wordt gehaald. Nu experimenteren met apps is noodzakelijk om je concurrentiepositie als uitgever veilig te stellen. Een belangrijke les van kleinere uitgevers is dat dure apps niet noodzakelijk zijn. Een laagdrempelige start is mogelijk. Daarmee is de kans dat je uit de kosten komt ook een stuk groter.

Tot slot: de tablet is een geweldig marketingproduct dat toekomst heeft. De marketingwaarde wordt vaak te weinig uitgenut. Dus neem de uitdaging aan en ga los met die app, voordat je de boot mist!

David Huijzer