

اینترنت به شکلی که امروز آن را می‌شناسیم بر پایه درآمد تبلیغات آنلاین بنا شده است، اما ادامه مسیر با همین روش ممکن نیست. در نتیجه یافتن روش‌های جدید برای خلق ارزش و کسب درآمد از فعالیت‌های آنلاین به یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است.



دربین



را به همراه داشته باشد که «دوست دارم محتوایم را به رایگان عرضه کنم، اما واقعا باید هزینه‌هایم را طوری تأمین کنم!». اما اگر واقعا محتوای ارزشمندی عرضه می‌کنید و بتوانید از این سد روانی عبور کنید، احتمالا می‌توانید روی کمک‌های مالی از سوی کاربران حساب کنید.

البته یادتان باشد کاری نکنید که کاربران از کمک کردن پشیمان شوند! نمایش مداوم پیام‌های کمک و ایجاد مزاحمت در تجربه کاربری نه تنها کمکی به دریافت پول بیشتر نمی‌کند که باعث افت چشمگیر تعداد کاربران‌تان هم خواهد شد.

ریزپرداخت

مدل ریزپرداخت (Micropayment) روش تقریبا جدیدی است که هنوز برای خیلی از کاربران ناشناخته است. روش کار هم به این صورت است که به کاربران کیف پولی اختصاص داده می‌شود که آن را با مبلغی مشخص (مثلا ۵ دلار در ماه) به صورت منظم پرمی‌کنند. وقتی این کاربران از سایت‌های خاصی بازدید کنند، بخشی از این پول به حساب سایت بازدید شده واریز می‌شود. مرورگر Brave یکی از بزرگ‌ترین نمونه‌های به‌کارگیری این مدل است. سیستم Web Monetization هم روش مشابه دیگری است که حتی به‌عنوان یک استاندارد W3C هم پیشنهاد شده است. سرویس scroll.com هم (که اخیرا به توییتر ملحق شده) مثال مهم دیگری است که به‌لطف به‌کارگیری میکروپرداخت به کاربران اجازه مطالعه نسخه بدون تبلیغات مطالب سایت‌های متعددی را می‌دهد. البته این روش پرداخت جالب هنگامی به اوج کارایی می‌رسد که حجم زیادی از کاربران از آن استفاده کنند. فرض کنید ۱۰ درصد از سه میلیارد کاربر وب با میانگین پرداختی ۳ دلار در ماه وارد سیستم اشتراک ریزپرداختی شوند. همین هزینه نسبتا ناچیز برای کاربران به معنی درآمد یک میلیارد دلاری برای وبسایت‌هایی است که از این روش پرداخت پشتیبانی می‌کنند!

اسپانسرها و لینک‌های وابسته

استفاده از اسپانسرها یا گذاشتن لینک‌های وابسته (Affiliate Links) به محصولات در نظر بسیاری از کاربران شکل دیگری از تبلیغات است و این نظر چندان بیراه هم نیست. هرچند درآمدزایی به این شیوه تفاوت‌های اساسی با تبلیغات معمولی دارد که باعث می‌شود ارزش بررسی مجزا را پیدا کند. مهم‌ترین تفاوت این روش با تبلیغات مستقیم در جایگذاری آن است؛ معرفی اسپانسر یا محصول وابسته معمولاً در قالب بخشی از محتوا انجام می‌شود. گاهی این معرفی کاملا واضح و برجسته است، اما بعضی وقت‌ها هم آنقدر ظریف و تلویحی انجام می‌شود که کاربران حتی متوجه نمی‌شوند در حال تماشا یا شنیدن محتوای وابسته هستند. در مورد لینک‌های وابسته هم ماجرا تا حد زیادی به همین منوال است چون باید در نظر داشته باشید که همیشه مقصد لینک توسط کاربر دیده نمی‌شود. مثلا نویسنده ممکن است فقط عنوان محصول را ذکر کند و وقتی کاربر با ماوس روی لینک برود، متوجه می‌شود که این لینک وابسته است.

پیدا کردن منبع درآمد

جایگزین و قابل

اعتماد برای تبلیغات

آنلاین، بزرگ‌ترین

چالش پیش‌روی

کسب وکارهای اینترنتی

است



به غیر از تبلیغات، چه گزینه‌هایی برای کسب درآمد آنلاین وجود دارد؟

کسب بی‌واسطه

قرار نیست هر سایتی درآمدزایی داشته باشد و پول درآوردن هدف نهایی همه کارها نیست. اما در نهایت، بخش بزرگی از وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های محبوب کنونی برای ارائه خدمات نیازمند درآمدزایی هستند. بهترین روش کسب درآمد تاکنون نمایش تبلیغات آنلاین بوده است، اما شرایط عوض شده و امروزه وضعیت مالی شرکت‌های اینترنتی خیلی جالب نیست! در سال ۲۰۱۷، تیم برنرز لی، از خالقان وب، درباره وضعیت اینترنت گفته بود: «این سیستم در حال شکست است. این مدل از اینترنت که سعی می‌کند با فریب کاربران آنها را مجاب به کلیک کردن روی تبلیغات و کسب درآمد کند به اهدافی مثل ارتقای آگاهی و آزادی نوع بشر کمک نمی‌کند.» حالا بعد از چهار سال می‌توانیم بگوییم اوضاع بدتر هم شده و تبلیغات همه جا را گرفته، ناخواسته روزانه ده‌ها تبلیغ با ربط و بی‌ربط می‌بینیم و هر لینیکی مشکوک به طعمه‌کلیکی شده است. بله، وبسایت‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات آنلاین باید درآمد کسب کنند، اما آیا تبلیغات تنها راه است؟



محمود صادقی

محقق سیستم‌های تعاملی

فروش

واضح‌ترین و ساده‌ترین جایگزین برای درآمد تبلیغات فروش مستقیم خدمات است، هرچند عملی کردن آن از همه بر نمی‌آید. اصل ماجرا ساده است؛ شما چیز ارزشمندی در سایت خود عرضه می‌کنید که کاربران برای آن پول پرداخت می‌کنند. مزیت اصلی فروش مستقیم، سادگی آن برای کاربر است چون می‌تواند تصمیم‌گیری کند. در دورانی که سازوکارهای کسب درآمد مدام پیچیده‌تر و عجیب‌تر می‌شوند، همین سادگی می‌تواند برگ برنده‌ای برای جذب کاربران باشد. یک نمونه موفق فروش خدمات، سایت Lynda.com (که تحت عنوان Linked Learning درآمد) است که به کاربران امکان می‌دهد محتوای آموزشی مورد نظرشان را بی‌واسطه بخرند. همچنین می‌توانیم از سایت‌های فروش فایل‌های گرافیکی مانند Freepik یا Shutterstock نام ببریم که مجموعه عظیمی از تصاویر متنوع را به کاربران می‌فروشند.

اشتراک

فراگیرترین مدل درآمدزایی جایگزین در اینترنت امروز، فروش حق اشتراک (Subscription) است و از سرویس‌های پخش آنلاین گرفته تا مجلات، روزنامه‌ها، وبلاگ‌ها و تقریبا هر سایت عرضه‌کننده محتوا یا خدماتی با کیفیتی از این روش استفاده

می‌کند. اگر بخواهیم خیلی خلاصه دلایل موفقیت روش حق اشتراکی را بررسی کنیم، باید به چند عامل مهم اشاره کنیم: اولین و مهم‌ترین فاکتور قیمت است، چون مدل‌های اشتراکی معمولا طوری طراحی می‌شوند که در نهایت به نفع مشتری باشند. مساله بعدی راحتی است. امروزه حتی در فروشگاه‌های آنلاین برای کالاهای مصرفی امکان خرید به صورت اشتراک ماهانه یا سالانه هم وجود دارد که کار را برای مشتریان آسان می‌کند. عامل سوم و نهایی بعد روانی ماجراست. کاربران به جای خرید هر آلبوم یا آهنگی که می‌خواهند، حق اشتراک اسپاتیفای را می‌خرند تا هر قدر که می‌خواهند موسیقی گوش کنند، حتی اگر هزینه‌ای که می‌پردازند از قیمت یک آهنگ یا آلبوم بیشتر باشد چون پرداخت مستقیم هزینه، به نسبت پرداخت مداوم حق اشتراک جزئی ماهانه، در نگاه ما اهمیت بیشتری دارد. تنوع سایت‌ها و سرویس‌هایی که از این شیوه استفاده می‌کنند باعث نوآوری در روش عرضه خدمات حق اشتراکی هم شده است. برخی سرویس‌ها مانند medium بخشی از قابلیت‌های خود را رایگان در اختیار همه می‌گذارند تا کاربران تشویق به ادامه و پرداخت اشتراک شوند. در مقابل برخی دیگر مانند پایگاه خبری businessinsider تمام محتوای درجه یک خود را پشت دیوار پرداخت (paywall) می‌گذارند چون از وجود مخاطب برای مطالب خود اطمینان دارند.

کمک‌های مالی

دریافت کمک‌های مالی (Donations) از کاربران از دیگر روش‌های درآمدزایی است که البته تنها برای برخی وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌ها امکان‌پذیر است. مشهورترین سرویس آنلاین که با این روش کار می‌کند، ویکی‌پدیاست که درآمد آن از طریق کمک‌ها به بنیاد ویکی‌مدیا تأمین می‌شود. البته این تنها نمونه نیست و وبسایت‌های متعدد دیگری هم با روش‌هایی مثل نمایش دکمه «برایم قهوه بخرید» به جذب کمک‌های مالی اقدام می‌کنند. نکته اصلی برای موفقیت در جذب کمک‌های مالی، روشن بودن تکلیف‌تان با خودتان است. نمایش گزینه دریافت کمک‌های مالی می‌تواند نوعی «احساس گناه» یا حس بد



فرض کنید ۱۰ درصد از ۳ میلیارد کاربر وب با میانگین پرداختی ۳ دلار در ماه وارد سیستم اشتراک ریزپرداختی شوند. همین هزینه نسبتا ناچیز برای کاربران به معنی درآمد یک میلیارد دلاری برای وبسایت‌هایی است که از این روش پرداخت پشتیبانی می‌کنند!