
Digitale inntekter -behov og alternativer

Einar Ryvarden, digitalsjef
Tidsskriftet for Den Norske Legeforening

Bakgrunn

- Utdannet i PR og journalistikk i USA
- Rådgiver i GeelmuydenKiese
- Journalist/seksjonsleder i Computerworld
- Journalist og redaktør for digi.no
- Utviklingsredaktør i Aller Media
- Ansvarlig for digitale plattformer og kommersielle flater
- Oppkjøp/nettbutikk/digitale magasiner

Fra papir til nett

- Flyttingen til nett startet 1996
- IT-nyheter først, så vanlige nyheter
- Fast news først
- Så store markeder som reise
- Sist ut er de mindre nisjemarkedene
- Papir kommer til å leve en god stund

Presset på papir og inntekter

- Papir skal selges av partner eller distribueres hjem
- Distribusjon/porto blir stadig dyrere
- Annonseinntekter under press - både produkt & stilling
- Digitale magasiner på nettbrett er gravlagt

Digitale trender og utfordringer

Større konkurranse om tiden

- På en radio konkurrerer en kanal med andre kanaler
- Har brukeren åpnet sin laptop eller mobil konkurrerer du med chat, sosiale medier, spill, film, epost,...
- Du konkurrerer med hele verden

Fra pakker til enkelt- artikler

- Magasiner er pakker
- Vanskelig å skape pakke-følelse på nett
- Trafikken kommer ikke fra forsiden, ref VG
- Søk, FB, nyhetsbrev, epost, lenker osv.

Alle drømmer om å opprettholde sin pakke

- Det kommer en krig - først i TV-bransjen når mange kutter dagens kanalpakker
- Hvor mange abonnenter vil hver bruker inngå til 50-100 kroner måneden?
- Kampen vil påvirke alle som skal selge pakker
- Allianser: Skal du eie kunden eller bli leilending?

Krevende å bygge og vedlikeholde kundemasse

- Tungt å bygge og vedlikeholde kundemasse
- Kan du klare å skape og vedlikeholde en betalingsløsning og kundeservice?
- Klarer du å få kundene til å inngå avtale? Er du viktig nok?
- Kredittkort-utløp er en stor frafallsfaktor

**Press fra distributører:
Ikke bygg på annen
manns land**

- Ingen ting er gratis over tid
- Å bli lene seg på en mye større partner er skummelt
- Facebook-distribusjon og FB-artikler endres fort
- VG får ingen effekt

Mulige inntektsløsninger

Alternative digitale inntektsmodeller

- Medlemmer eller abonnenter betaler:
Lukket nettside
- Åpen nettside med annonser
- Ulike abonnement-modeller:
 - Alt stoff bak betalingsmur
 - Abonnement for mer enn X saker i uken
 - Pluss-saker krever abonnement
 - Allianser - kjøp abonnement på en og få flere
 - Stykkpris - ulike priser og noe gratis

Manuelt annonsesalg

- Prisene på produktannonser faller
 - men ikke i alle deler av mediebransjen og i ulikt tempo
- Uklart bilde på stilling, men kan fort endre seg.
- Finn og Schibsted er under press og kan kaste seg rundt

Programmatisk annonsesalg

- Lavere kostnader og priser
- Er nisjen din stor nok til at du får et reelt marked og budrunder?
- Hva tilbyr du til programmatic og hva selger du selv?

Abonnement- samarbeid

- Kunne man inngått samlepakker på abonnement og delt på inntektene?
- I Tjekkia og Belgia har mesteparten av mediebransjen gått sammen rundt Piano-plattformen
- Nederlandske Blendle har en viss suksess

Blendle -iTunes for nyheter

- Ikke en Spotify-løsning
- En registrering, les mange medier
- Stykkpris satt per artikkel av leverandøren selv
- Leser du ingen ting, betaler du ikke noe
- Brukere må til Blendle, ikke til mediet selv.

Forslag til lojalitetsmodell

Differensiere
brukere og modell
etter hvor mange
artikler og hvilke
artikler:

HØY: Abonnenter

Middels: Stykkpris

**LAV:
Gratis/
Annonser**

**Men først:
Redd innholdet
Gjør endringer før du ikke har noe å
selge**
