

48: Advertentie Itude



Prijsgewacht

Er zijn slechts weinig marktsegmenten waar zo schimmig over prijsbeleid wordt gedaan als in de ICT-markt. Eén prijs voor één softwarelicentie is al jarenlang een schijnbaar onmogelijke vraag. Dat is apart als je erover nadenkt, het kan namelijk wel. Neem bijvoorbeeld boeken of audio-CD's, daarvan is de prijs gewoon bekend. Dat terwijl het businessmodel vergelijkbaar is: het is een intellectuele prestatie die in veelvoud wordt verhandeld op een bepaalde drager.

Toch lukt het voor software alsmaar niet. Microsoft ligt onder vuur vanwege haar nieuwe licentiemodel. Iedereen beseft dat het duurder wordt, slechts weinigen doorgronden de achterliggende gedachten. Daarom is het verheugend dat Oracle Corporation als eerste leverancier van bedrijfsbrede software de stap heeft gezet door haar prijslijst publiek te maken. Een kleine stap voor de mensheid, een grote stap voor de software-industrie. Koper en verkoper kunnen in de prijslijst kijken en zo bepalen wat de prijs is.

Op zich is het een slimme stap van Oracle. Elke Oracle-verkoper weet dat sommige inkopers tot ver voorbij het gaatje gaan met hun prijsonderhandelingen. Doordat het prijsbeleid zo schimmig was, ontstond het beeld dat de prijs voor Oracle-software zoiets was als het resultaat van een intellectuele bokswedstrijd tussen inkoper en verkoper. Een soort prijsgewacht dus. De laatste die nog overeind stond, had gewonnen. Sommige internationale bedrijven voeren hun prijsonderhandelingen over de grenzen van landen. Sterker nog, er bestaan professionele tussenpersonen die op no-cure-no-pay-basis de prijsonderhandelingen voeren namens klanten. Een soort van huur-soldaten in het prijsgewacht.

Oracle Corporation heeft daaraan nu effectief een eind gemaakt door het prijsbeleid openbaar te maken. Kortingsstaffels voor volumeafname eroverheen en klaar ben je. De discussie kan zich nu weer richten op de waarde van Oracle-software, niet op de investering in Oracle-software. Toch?

Ehm.. bijna. Ten eerste zijn er in het verleden vele verschillende soorten contracten met klanten afgesproken. Elk met hun eigen looptijd, elk met een andere actuele softwarebundeling en elk onder een ander courant prijsregime. En die bestaande afspraken lopen natuurlijk gewoon door.

Bovendien is de prijslijst tien pagina's dik, maar de toelichting op de prijslijst maar liefst 55 pagina's. 55 Pagina's waarin Oracle – overigens op zeer toegankelijke wijze – uitlegt hoe de magische bol van het prijsbeleid werkt. De huidige stap is volgens mij

Theo Koster

geeft zijn visie op zaken rondom de Oracle-technologie en de marketing van Oracle-producten. Hij is directeur van Conclusion Communication, een advies-organisatie voor ICT-marketing en projectcommunicatie. Zijn e-mailadres tkoster@conclusion.nl staat open voor reacties.

dus een eerste stap: alle beschikbare informatie is bijeengebracht op één plek en daarmee ondubbelzinnig en openbaar. Zoals gezegd: prijstransparantie is een prima initiatief, waarmee Oracle Corporation zich duidelijk onderscheidt van concurrenten.

Oracle kan na deze eerste stap natuurlijk een vervolgstap zetten. Nu staat in het prijsmodel nog steeds het juridische gebruiksrecht centraal. Waarom niet de toegevoegde waarde van Oracle centraal stellen? Ook hiervoor zijn al lang prijsmodellen bekend. Neem het NUTS-model. Iedereen betaalt vastrecht voor de toegang tot de NUTS-diensten, zoals telefoon, elektriciteit en water. Vervolgens betaal je per gebruikte eenheid een basisbedrag. Veel verbruikt, veel betalen. Minder verbruikt, minder betalen. In het geval van een Oracle-database zou dat betekenen dat je een klein vastrecht

Oracle Corporation heeft als eerste leverancier van bedrijfsbrede software de stap gezet haar prijslijst publiek te maken

betaalt voor de installatie. Vervolgens maakt de database maandelijks een overzicht van het aantal Mb data dat het onder beheer heeft. Zowel de klant als Oracle krijgen dit afschrift en rekenen automatisch af. Voor de applicatieserver zou hetzelfde model gelden: vastrecht plus een tikkensysteem voor elke verwerkte transactie. Laat iemand veel informatie beheren door de Oracle-database, dan is hij schijnbaar tevreden over Oracle. Een hogere maandprijs dus. Zou Oracle om een of andere reden niet meer voldoen, dan kan de klant gegevens of transacties weghalen uit zijn Oracle-infrastructuur. En presto, de maandelijkse toelage daalt.

Je zou hier nog een aantal interessante varianten op kunnen bedenken. Zo zou de prijs per Mb niet lineair hoeven te stijgen. Grotere hoeveelheden informatie worden dus naar verhouding goedkoper. Oracle Corporation bouwt dus een automatische beloning in als iemand organisatiebreed Oracle inzet.

Stel dat iemand veel korting wil. Dan is het ook goed, maar zou de transactiesnelheid automatisch teruggebracht kunnen worden. Een zelfde type motor kan door chiptuning in een snelle auto meer kosten dan in een langzame auto. En stel dat Oracle wil dat we allemaal overgaan naar Oracle9i of Oracle Collaboration Suite? Dan kunnen die megabytes of transacties natuurlijk goedkoper zijn. Een soort van early-adopters korting dus. Nog meer ideeën nodig? Wat dacht u van een pre-paid database?

In zo'n prijsmodel snijdt het mes aan twee kanten. Voor de klant betekent het dat hij betaalt voor het gebruik, niet voor het bezit. Bovendien moet Oracle de klant in de loop van de tijd blijvend tevreden houden anders daalt automatisch de prijs. Voor Oracle heeft zo'n NUTS-model ook voordelen. Ten eerste wordt het gebruik in kleine configuraties prijstechnisch aantrekkelijk. Oracle zou een machtig prijswapen hebben aan de onderkant van de markt. Bovendien gaat de discussie met de klant nu niet meer over geld, maar over waarde. Elke verkoper weet dat dat de beste discussie is die men met een klant kan voeren.

51: Advertentie Computer Associates

52: Advertentie Transfer