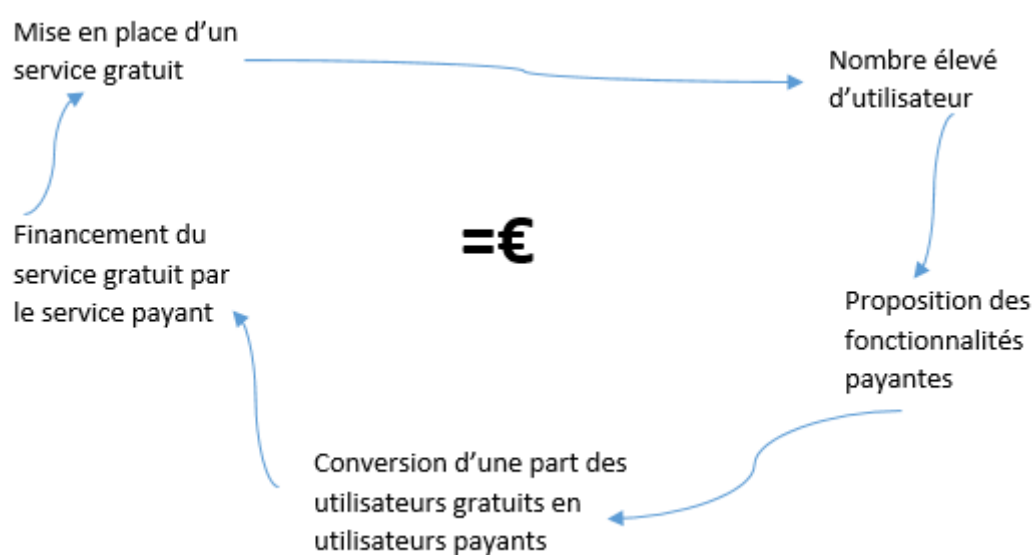


# Apprendre à faire la distinction entre le Freemium, le logiciel libre et le logiciel propriétaire

Commençons déjà par définir le Freemium, ce mot est composé de deux mots différents : free et premium. Le free est un service gratuit alors que le premium est un service payant de haut de gamme. La stratégie du Freemium est d'attirer les clients par une offre gratuite pour ensuite les diriger vers le service payant. Dans ce domaine, c'est ce qu'on appelle le taux de conversion premium. Skype, Spotify, LinkedIn et Gameloft sont des exemples d'entreprises qui ont mis en place le Freemium. Pour comprendre le fonctionnement du Freemium, voici un schéma explicatif :



Le service est bien évidemment restreint selon différents usages, selon l'entreprise, cela peut être une durée encadrée, une restriction des possibilités d'installation ou encore une forte présence de publicités.

C'est donc la minorité qui finance la majorité, l'entreprise doit donc s'assurer de la satisfaction des clients gratuits pour qu'ils investissent dans l'offre payante. L'entreprise doit connaître le taux de conversion nécessaire pour que le service gratuit soit rentable. Les clients payants deviennent alors des prescripteurs, ils vont inviter leurs contacts à souscrire aux services payants ou partager leur expérience via les réseaux sociaux. Avec le service Freemium, les clients peuvent tester avant d'adhérer à la version payante.

On peut se demander l'origine de ce service, qui en est l'inventeur. Fred Wilson, un entrepreneur américain et fondateur de la compagnie Union Square Ventures serait à l'origine du Freemium, c'est également un investisseur dans des compagnies telles que Twitter ou Tumblr. En 2006, il a écrit sur son blog : « Donnez votre produit ou service gratuitement, éventuellement avec une offre publicitaire, acquérez une base de clientèle avec du bouche-à-oreille, des réseaux de référence, du search marketing organique, etc..., ensuite offrez des offres premium à cette même base de clients. »

Mais qu'en est-il des échecs, des critères de réussite, des avantages et des inconvénients de ce modèle.

D'abord les échecs, les clients peuvent avoir des difficultés à passer du service gratuit au service payant, c'est notamment le cas des utilisateurs de Spotify, l'utilisateur peut s'accommoder facilement des publicités. Pour avoir un service Freemium efficace, il faut que la structure des coûts soit bien définie sinon ce n'est pas rentable pour l'entreprise. Comme ce fut le cas pour Deezer, ce modèle peut affecter l'image de marque d'une entreprise.

Il existe au moins plusieurs critères de réussite, il faut qu'il y ait une réelle différence entre le service gratuit et le service payant, le marché cible de utilisateurs payants doit être important en terme de volume et le coût de fonctionnement du service gratuit doit être relativement faible par rapport à ce que rapporte le service payant.

En ce qui concerne les limites pour les utilisateurs du service gratuit, ils ont accès à moins de fonctionnalités, de contenus, il y a également un affichage systématique d'annonces pour acheter la version payante. Ce système est également mauvais pour l'image de la marque, la plupart des utilisateurs n'ont pas souscrit à la version payante donc ceux sont ces mêmes utilisateurs qui laisse des mauvais commentaires sur les restrictions d'usages de la version gratuite, ce qui a pour conséquence que peu d'utilisateurs passeront à la version payante. A côté de ça, il est quand même essentiel de satisfaire les utilisateurs de la version gratuite pour qu'ils hésitent moins à passer à la version payante, par exemple le taux de conversion de Skype pour fonctionner n'est que de 10%.

Le logiciel libre est caractérisé par quatre libertés :

- la liberté d'exécuter le programme pour tous les usages, il n'y a pas de restriction dans le temps, géographiquement ou dans les domaines d'application
- la liberté de redistribuer des copies donc d'aider les autres
- la liberté d'étudier le fonctionnement du programme et de l'adapter à vos besoins
- la liberté d'améliorer le programme et de diffuser vos améliorations, pour le bien de toute la communauté

Ce n'est pas parce qu'un logiciel est libre, qu'il est forcément gratuit.

Le logiciel libre est né avec Linux, en 1991 par Linus Torvald, un étudiant de l'université de Helsinki. Il a publié son logiciel sur internet et depuis d'autres utilisateurs s'en servent, lui apportent des modifications qui sont ensuite elles-mêmes publiées.

Le logiciel a plusieurs avantages, puisque sa copie est libre il est donc facile à se procurer, pour les adaptes de la programmation, ils peuvent modifier le logiciel pour l'adapter à leurs besoins, ces logiciels sont considérés comme plus fiable car les utilisateurs sont les premiers à repérer les défauts et ils peuvent alors les corriger, ils véhiculent une valeur et une éthique très importante qui est celle du partage, en totale opposition à la logique commerciale des fabricants de logiciels propriétaires, un dernier avantage et non pas des moindre, il est accessible pour les pays en développement. Passons maintenant au dernier point, les logiciels propriétaires appartiennent non pas aux concepteurs mais à la société qui les emploie. La personne qui utilise un logiciel propriétaire ne peut pas modifier son code, il peut seulement l'utiliser.