



Skuteczność marketingu wirusowego

Z **Michałem Kostrzewą**, szefem polskiego oddziału Skype rozmawia Michał Koralewski.

Michał Koralewski: *Pojawienie się Skype to rewolucja w telekomunikacji, porównywana z wynalezieniem telefonu przez Grabama Bella. Na czym opiera się fenomen tej aplikacji?*

Michał Kostrzewa: Fenomen jest prosty: nikt nie lubi płacić wysokich rachunków za rozmowy telefoniczne, a Skype pozwala na darmowe rozmowy z całym światem. Poza tym sam program jest bezpłatny oraz bardzo łatwy w instalacji i obsłudze, co czyni go dostępnym nawet dla mało zaawansowanego użytkownika Internetu.

M. Koralewski: *80 milionów użytkowników na całym świecie w ciągu zaledwie 2,5 roku, 200 tysięcy nowych każdego dnia – te liczby są wprost niewyobrażalne. Robią wrażenie. W jaki sposób było to możliwe, skoro na kampanię reklamową nie wydano ani grosza?*

M. Kostrzewa: Z naszych badań wynika, że czterech na pięciu użytkowników Skype zaczęło korzystać z usługi dzięki poleceniu przez znajomego. Na tym polega marketing wirusowy – użytkownicy sami polecają program swoim znajomym, a oni z kolei innym osobom. Skype jest oprogramowaniem związanym z Internetem – wszystko dzieje się przy komputerze, w jednej chwili można zainstalować Skype w chwilę później polecić program znajomym i rodzinie. A przecież biorąc pod uwagę koszty tradycyjnych usług telekomunikacyjnych każdego łatwo skusić darmowymi i niedrogimi rozmowami. Marketingu wirusowy nie dość, że szybki i docierający bezpośrednio do grupy docelowej, jest też przede wszystkim wiarygodny. Dokonując wyborów ludzie najczęściej i najchętniej kierują się rekomendacjami znajomych i rodziny. Jesteśmy dumni, że nasz program zyskał tak duże zaufanie naszych użytkowników.

M. Koralewski: *Niedawno otwarto oddział Skype'a w Polsce, którego został Pan szefem. Dlaczego wybrano właśnie nasz kraj?*

M. Kostrzewa: Polska jest bardzo ważnym rynkiem dla Skype, a program ma w kraju doskonałą renomę – jesteśmy trzecim krajem pod względem liczby zarejestrowanych użytkowników, po USA i Chinach. Zależy nam na dalszym rozwoju Skype w Polsce, więc oczywiste jest, że mamy tu swoje przedstawicielstwo. Oprócz Polski jestem jeszcze odpowiedzialny za rozwój Skype w kilku krajach Europy Środkowej.

M. Koralewski: *Aplikację Skype można pobrać za darmo ze strony internetowej. Rozmowy pomiędzy użytkownikami P2P są również darmowe. Na czym w takim razie zarabia Skype, bo chyba nie tylko na usłudze SkypeOut?*

M. Kostrzewa: W tej chwili SkypeOut, czyli możliwość dzwonienia do tradycyjnych sieci telefonicznych na całym świecie według lokalnych stawek to najważniejsze źródło przychodów. Oferujemy także inne płatne

opcje dla użytkowników – na przykład numery SkypeIn, które pozwalają na odbieranie rozmów z telefonów stacjonarnych i komórkowych, pocztę głosową. Przede wszystkim należy jednak pamiętać, że mamy niewielkie koszty operacyjne. Połączenia między użytkownikami Skype nie generują dla nas praktycznie żadnego kosztu, firma zatrudnia zaledwie 200 osób na całym świecie, nie wydajemy pieniędzy na budowę sieci czy marketing.

M. Koralewski: *Był kiedyś taki żart na temat Microsoftu: mówiło się, że gdy już każdy człowiek na ziemi (bez znaczenia czy posiada komputer czy nie) będzie miał przynajmniej dwie kopie systemu Windows, wtedy Microsoft zacznie wydawać edycje przeznaczone dla zwierząt domowych. Jak duże są aspiracje Skype'a? Czy telefonia VoIP całkowicie zastąpi zwykłe telefony?*

M. Kostrzewa: Mamy takie aspiracje jak każda inna firma z branży – chcemy by grono użytkowników Skype ciągle się powiększało. Chcemy dostarczać użytkownikom coraz więcej możliwości darmowego rozmawiania – nie tylko sprzed ekranu komputera. Jednym z ważniejszych kierunków rozwoju jest mobilność. W niektórych krajach operatorzy komórkowi promują już darmowe rozmowy przez Skype w swoich sieciach trzeciej generacji. Ponadto śledzimy rozwój innych technologii bezprzewodowych zaś nasi partnerzy przygotowują nowe urządzenia pozwalające rozmawiać ze Skype bez konieczności siedzenia przy komputerze – na przykład telefony wi-fi. Wierzymy, że dzięki rosnącej popularności wi-fi już niedługo dzięki Skype każdy będzie mógł rozmawiać za darmo nie tylko siedząc przy biurku ale z dowolnego miejsca: z centrum handlowego, z hotelu, lotniska itd.

M. Koralewski: *Specjaliści z branży przewidują, że za kilka lat rozmowy telefoniczne będą całkowicie darmowe. Jak wówczas Skype będzie generował przychody? Czy są już jakieś plany?*

M. Kostrzewa: My również przewidujemy, że w ciągu kilku lat ceny rozmów w tradycyjnych sieciach spadną do zera. Dlatego już teraz przygotowujemy nowe sposoby wykorzystania Skype, np. w e-commerce. Coraz większa liczba transakcji zawierana jest przez Internet. Skype to wielomilionowa społeczność i doskonała platforma do łączenia potencjalnych sprzedawców z kupującymi. Firmy sprzedające swoje produkty i usługi płacą w tej chwili za kliknięcie na link na stronie z reklamą, np. w wyszukiwarce W przyszłości upowszechnią się modele, gdzie reklamodawca płaci wydawcy za bezpo-



średnie skojarzenie z nim potencjalnego nabywcy – np. za połączenie telefoniczne. Na razie jednak zarabiamy głównie na SkypeOut i przez najbliższych kilka lat to się raczej nie zmieni.

M. Koralewski: *Czy powstanie wersja aplikacji specjalnie dla użytkowników biznesowych? Jakie będzie miała dodatkowe usługi?*

M. Kostrzewa: Już teraz Skype jest popularny wśród małych i średnich przedsiębiorstw – ok. 30 proc. wszystkich użytkowników Skype to klienci biznesowi. Różnica między klientem biznesowym a użytkownikiem indywidualnym jest w przypadku Skype nieostra – bardzo wielu ludzi wykorzystuje Skype zarówno do komunikacji ze znajomymi jak i do pracy. Stworzyliśmy specjalny portal promujący wykorzystanie Skype w biznesie: dedykowane usługi, urządzenia, pomysły na usprawnienie działalności, itd. Kładziemy też duży nacisk na informowanie o bezpieczeństwie korzystania ze Skype w sieciach lokalnych, jest to bowiem przedmiotem zainteresowania wielu użytkowników.

M. Koralewski: *Na koniec jeszcze jedno pytanie – czy w Polsce można jeszcze osiągnąć tak błyskotliwy sukces w e-biznesie?*

M. Kostrzewa: Na pewno warunki do tego typu przedsięwzięć różnią się od tych z połowy lat 90-ych, ale nadal można osiągnąć sukces, o czym świadczy przykład Skype, który pojawił się na rynku dopiero w 2003 roku, a obecnie jesteśmy liderem w internetowej komunikacji głosowej. Kluczem do sukcesu jak zwykle w tej branży jest innowacja, konkurencyjność oraz przede wszystkim prostota. Moim zdaniem nie odniesie sukcesu serwis, którego wytłumaczenie zajmuje dłużej niż minutę.

M. Koralewski: *Rok temu, podczas odbierania statuetki „Fenomen Roku” dla twórców Skype'a, powiedział Pan: „to nie duży pokona małego, ale szybki powolnego”. Oby to motto przysięgowało naszym rodzimym biznesmenom. Dziękuję za rozmowę.*