

Rynek hostingowy w Polsce. Jak będzie wyglądał w latach 2012-2015?

Dariusz Nawojczyk, Webhosting.pl
Konferencja Hosting Meeting 4
Wrocław, 26 stycznia 2012

Z jakim doświadczeniem zaczniemy kolejne trzy lata?

- Jesteśmy po „kryzysie”
- Firmy nauczyły się oszczędzać
- Nagle okazało się, że można być jeszcze bardziej zoptymalizowanym
- Firmy, które przetrwały, będą sprytniejsze i silniejsze
- Nie damy rady wcisnąć im „bulshitu”



To my się musimy zmienić, ale...

- No bullshit time
- Czasy, kiedy nie trzeba będzie nikogo namawiać
- Przecież firmy będą szukały właśnie naszych zoptymalizowanych rozwiązań!



Komu, no komu my ten hosting sprzedamy?

- Generalnie MŚP, ale uwaga, wewnątrz tej grupy są różne potrzeby!
 - Niektórzy nie mają w ogóle pracowników IT – dostosuj swój język przekazu do nich (łatwość korzystania)
 - Niektórzy mają pracowników IT – tutaj nie mów do prezesa, skup się na specjalistach i pokaż, że masz dobry produkt



Zachód, ach ten Zachód!

- Polska

• **5%** firm
korzysta z
infrastruktury
hostowanej

- Holandia

• **20%** firm
korzysta z
infrastruktury
hostowanej

Ale to u nas jest potencjał wzrostu. I to jakiego!

1. wartość rynku w Polsce 2011 = **215 mln zł**

2. aż **57% firm**, które jeszcze nie korzysta z hostingu, zamierza to zrobić w najbliższym czasie

3. to może nawet trzykrotnie powiększyć nasz rynek

4. simple math is simple

5. wartość rynku w Polsce w roku 2015 = **645 mln zł?**



Nie chcemy się już zajmować naszymi cholernymi kłopotami!

- **62% firm** chce się pozbyć własnych serwerów i kupić coś hostowanego
- Ale jak sobie robią kalkulację, to im się to czasem nie opłaca



Cena, tak, mieliście rację, to wciąż i zawsze będzie cena

- Pochylcie się nad swoimi marżami, bo ktoś to w końcu zrobi
- Cena to główny problem adopcji usług hostingowych w Polsce
- Ludzie naprawdę wciąż wolą czasem mieć własny komputer z serwerem poczty

50%

No ok, ale mów teraz, co się będzie sprzedawało

- Obecność w Sieci
 - Kreatory stron WWW (47%)
 - E-commerce (47%)
 - Social media (41%)



No ok, ale mów teraz, co się będzie sprzedawało

- Współpraca online
 - E-mail biznesowy



(potencjał na **160 tys.** kont premium,
ale trzeba edukować)

- PBX (cena, głupcze!, ale muszą Ci też ufać)

No ok, ale mów teraz, co się będzie sprzedawało

- Aplikacje online
 - Archiwizacja poczty
 - Konferencje online
 - CRM-y
 - CMS-y
 - Narzędzia HR



Nowe jest wrogiem starego, ale...

- Tradycyjny hosting
 - Budowany średnio jakieś 10 lat temu
 - Odporny na zmiany, trudno zarządzalny
 - Wciąż całkiem wysokomarżowy
 - Dobrze zakomunikowany
- Chmura
 - Budowana współcześnie
 - „Rób ze mną, co chcesz”
 - Pokazuje dopiero swój potencjał
 - Konieczność edukacji rynku

Wnioski dla tradycyjnych hosterów

- Pozbierajcie się
- Napiszcie swoje misje na nowo
- Myślcie o swoich klientach
- Czujnie obserwujcie, co robią inni
- Pamiętajcie, by nie dewelopować tego, co jest już wydewelopowane

Wnioski dla tych, co mają chmurę. Ręka w górę, kto już ma?

- Bijcie wroga, póki w rozsypce
- Wydajcie trochę na marketing i edukację rynku
- Komunikujcie swoje przewagi wynikające esencjonalnie z istoty bycia chmurą obliczeniową

Dziękuję

- Zróbcie z tym rynkiem coś fajnego!
- Proszę.

- Dane: raport Parallels
- Foto: sxc.hu

