

STRATÉGIA-3

Platformy

Najúspešnejší lídri storočia internetu budú tí, ktorí prídu na to, ako vytvoriť a rýchlo rozvíjať platformy. Platforma je súbor produktov a služieb, ktoré spájajú skupiny používateľov a poskytovateľov a vytvárajú viacstranné trhy. Platformy sú čoraz viac postavené na technológiách. Dnes môžu platformy vyrásť a mať vplyv na miliardy ľudí za krátky čas (YouTube, Facebook-8 rokov/miliarda používateľov, Android-5 rokov/miliarda používateľov, Amazon).

V Googli nemali tušenie, ako budú zarábať peniaze. Vedeli, že budú zarábať na reklame, nevedeli však ako. Škálovaním si kúpali čas a rozvíjali platformy a zameriavali sa na rast. Neumiestnili hneď reklamy na prvej stránke.

Platformy s rastom na seba priťahujú investície, ktoré spätne pomáhajú zlepšovať produkty a služby platformy. Preto v technologickom odvetví firmy vždy uvažujú spôsobom: „platformy, nie produkty.“

Ďalšou možnosťou je špecializovať sa. Niekedy je najlepším riešením na vybudovanie platformy nájsť osobitosť, ktorá má potenciál na expanziu. Google sa pri raste zameral vo vyhľadávacej platforme na: rýchlosť, presnosť, jednoduchosť, obsažnosť a sviežosť.

Siete

Jeden z úžasných aspektov internetu je zásadné uľahčenie vytvárania platformami nielen v technologickej sfére, ale vo všetkých odvetviach.

Pre firmy je často lepšie robiť veci interne a nie externe pre transakčné náklady spojené s nájdením dodávateľa, uzatvorením zmluvy a dohľadom nad tým, aby všetko bolo spravené správne. Coase. Náklady na interný manažment sú nižšie ako náklady outsourcingu. 20.-tému storočiu dominovali korporácie s rozsiahlou hierarchiou-uzavreté siete.

Coasov zákon platí aj dnes-avšak vedie k zásadne odlišným výsledkom. Firmy stále viac outsourcujú a spolupracujú s rozmanitou a rozrastajúcou sa sieťou partnerov. Internet spôsobil taký zásadný pokles transakčných nákladov, že dnes je užitočné čítať Coasov zákon odzadu. Dnes sa budú firmy zmenšovať, až kým nebudú náklady na internú transakciu nižšie ako externe.

V storočí internetu nie je cieľom vytvárať siete za účelom znižovania nákladov a zefektívňovania prevádzky, ale vytvoriť zásadne lepšie produkty. Množstvo firiem buduje siete, aby si znížili náklady, oveľa menej je tých, ktoré vďaka tomu menia svoje produkty či biznis modely. Produkty z prakticky ľubovoľného odvetvia možno zlepšovať jednoducho tým, že ich bude používať viac ľudí.

Toto je rozdiel medzi ekonomikami 20. a 21. storočia. Zatiaľ čo v minulom storočí dominovali monolitické a uzavreté siete, v 21. storočí budú kľúčovú rolu zohrávať celosvetové a otvorené siete. Platformy a príležitosti sú všade vôkol nás. Úspešní lídri sú tí, ktorí ich objavujú.

Literatúra

Eric Schmidt a Jonathan Rosenberg, Ako funguje Google, Ikar, 2015