

Недавно Microsoft объявила, что собирается прекратить продажу своего продукта для обеспечения безопасности потребителей OneCare; вместо этого она собирается раздавать его бесплатно. Несколько человек задавали мне вопросы, в том числе: “Зачем Microsoft это делать?” и “Как вы думаете, McAfee и Symantec боятся?” Недавно я прочитал статью (http://news.cnet.com/8301-10789_3-10102154-57.html), в которой говорилось:

Поскольку традиционная антивирусная защита, возможно, устарела, возможно, пришло время Symantec и McAfee начать предлагать бесплатные версии своих собственных антивирусных продуктов — то, о чем я говорил в течение многих лет.

Это абсурд. Производители аудиовизуальных устройств, безусловно, были очень обеспокоены, когда Microsoft впервые вышла на рынок аудиовизуальных устройств. Они предполагали, что Microsoft будет делать то же самое, что и на любом другом рынке — доминировать на нем и вытеснять всех остальных. Крупные вендоры начали думать о том, как им компенсировать потерю доходов, которую они считали неизбежной. Они чувствовали, что, хотя Microsoft и может разрушить их потребительский бизнес, в ближайшее время они не смогут удовлетворить потребности предприятий (и в этом есть доля правды).

Начиная с приобретения Veritas, Symantec начала осваивать смежные рынки, чтобы диверсифицировать свои доходы и расширить корпоративный бизнес. Несмотря на то, что у McAfee уже было мощное предложение для предприятий, она сосредоточилась на защите своей доли на потребительском рынке, заключив крупные сделки по предустановке OEM-оборудования с крупными производителями ПК, такими как Dell. McAfee заплатила большие деньги за это позиционирование в надежде сохранить долю рынка и окупить вложенные средства. Да, долгое время индустрия видеоигр находилась в состоянии паники. Но что произошло?

Проще говоря, выход Microsoft на рынок аудио-видеоигр потерпел неудачу. И это не из-за недостатка усилий со стороны Microsoft. Когда у нее начались проблемы с конкурсным тестированием, она потратила уйму денег на расширение своих возможностей по написанию подписи, наняв самых лучших и талантливых. Компания наняла ключевых сотрудников из числа крупных конкурентов. Она потратила кучу денег на маркетинг. И в итоге угроза так и не материализовалась. Хотя я не видел последних данных о доле рынка, по состоянию на январь 2007 года Microsoft изо всех сил пыталась завоевать всего 1% рынка (0,08%, по данным аналитической фирмы Piper Jaffray).

Я не вижу никаких свидетельств того, что Microsoft с тех пор добилась каких-либо успехов - бизнес потерпел сокрушительный крах. Microsoft потратила деньги и в относительно короткие сроки выпустила продукт, который был ничуть не хуже, чем у любого из ее конкурентов (не намного лучше или революционнее, просто конкурентоспособный). Компания собрала большую команду. Были потрачены значительные средства на маркетинг.

Но люди так и не пришли. Что пошло не так? Во-первых, в мире давно сложилось мнение, что Microsoft плохо справляется с безопасностью. Большую часть этого десятилетия Microsoft прилагала все усилия, чтобы изменить это представление, инвестируя миллиарды долларов в безопасность продуктов. Я уверен, что компания надеялась, что если ей удастся предложить конкурентоспособный AV-продукт, это улучшит это восприятие. Это, конечно, не было связано с большими инвестициями в AV ради денег; по стандартам Microsoft, это была небольшая рыночная возможность, недостаточная для того, чтобы оправдать крупные инвестиции только для бизнеса, которому потребовалось бы не менее десяти лет, чтобы вырасти хотя бы до 1% от его (текущего) дохода. Да, аудиорынок стоимостью 6 миллиардов долларов невелик, если сравнивать его, скажем, с рынком видеоигр.

Я полагаю, что основная причина, по которой Microsoft хотела бы сохранить масштабируемый бизнес и раздавать бесплатную версию, заключается в доброжелательности сообщества, в том, что оно медленно и неуклонно продолжает формировать представление о том, что оно, по крайней мере, компетентно в области безопасности, а не плохо в этом разбирается. Но давайте на минуту предположим, что конечные пользователи перестанут думать, что Microsoft плохо справляется с безопасностью. Они по-прежнему не будут положительно ассоциировать Microsoft с безопасностью. Большинство людей никогда не узнают, что AV от Microsoft находится на одном уровне с большинством крупных игроков и даже лучше, чем у некоторых. Так будет всегда, потому что Microsoft не является поставщиком систем безопасности.

Люди (особенно потребители) склонны думать, что специализированные поставщики систем безопасности справятся с этой задачей лучше, чем компании, основной функцией которых не является обеспечение безопасности. Поставщики, которые делают много разных вещей, редко бывают лучшими в чем-либо, и люди, как правило, это знают. Даже когда Microsoft предлагала низкие цены, люди по-прежнему считали, что безопасность настолько важна, что им следует выбрать более надежное название. Люди, которых действительно беспокоила цена, начали переходить на другие дешевые варианты, но предлагаемые специализированными охранными компаниями, такими как AVG. Дело не в том, что люди не доверяют Microsoft в том, что она хорошо справляется с обеспечением безопасности, а в том, что они не доверяют никому в том, что касается обеспечения безопасности, если это не является их основным бизнесом.

Даже если Microsoft выйдет на рынок и купит несколько небольших охранных компаний с хорошими технологиями, восприятие не изменится, и лишь немногие люди будут использовать технологии Microsoft. У Microsoft никогда не было шанса. Я думаю, что основное возражение останется в силе, когда выйдет ее бесплатный продукт. На месте McAfee или Symantec я бы точно не колебался. У людей, которым нужен бесплатный AV, уже есть бесплатные варианты, такие как Avira и AVG. Предположение о том, что таким крупным компаниям, как McAfee и Symantec, придется отказаться от доходов от продажи потребительских компьютеров и раздавать их бесплатно, абсурдно. Если бы я был на месте этих компаний, захотел бы я прыгнуть с обрыва, вызвавшись сократить более чем на 40% выручку, отдавая то, за что многие люди всегда будут рады заплатить? Точно нет.

Да, некоторые чувствительные к ценам люди, которые могут перестать доверять ненадежному бренду (или, по крайней мере, тому, который им неизвестен), отдадут свой бизнес в руки бесплатных поставщиков. И, возможно, рост продаж бесплатных рекламных роликов станет настолько значительным, что доходы крупных компаний от продаж среди потребителей сократятся.

Однако я не думаю, что этот день близок. Темпы роста числа новых ПК намного опережают рост числа бесплатных видеоконтентов, что означает, что рынок платных компьютеров продолжает расти. Если бы я был крупным поставщиком, я бы даже побеспокоился о том, чтобы раздавать бесплатную, "облегченную" версию своего продукта. Я думаю, люди могли бы предположить, что, поскольку продукт выпускает известный поставщик средств безопасности, он должен обеспечивать их необходимой защитой, а все, что есть в платной версии, - это просто навороты. Пока рынок бесплатных видеоигр не представляет какой-либо серьезной угрозы, поставщикам не следует рисковать и отдавать деньги. Вместо этого им следует продолжать делать то, что они делали с момента первого тревожного звонка Microsoft, - инвестировать в развитие смежных областей роста.