

BTSOFTWARE OVER DE SCHIMMIGE WERELD VAN SUBSCRIPTIONS

Babylonische spraakverwarring



Hoe makkelijk kan het zijn om over te stappen van gewone licenses naar (maandelijks te betalen) subscriptions? De verschuiving naar variabele kosten zou een zegen zijn. Je betaalt immers voor wat je gebruikt. De praktijk is echter weerbarstig, aldus BTSoftware.

Overstappen naar subscriptions lijkt in eerste instantie vooral voordelen te bieden. Het is immers fijn om vooraf niet meer na te hoeven denken over een investering, laat staan dat je die investering met veel moeite moet verdedigen. De grote hobbel aan het begin is verdwenen. Maar, zoals dat zo vaak gaat, de praktijk blijkt een stuk weerbarstiger. Aan het gemak komt snel een einde en de kosten lopen stevig op. Net zoals bij het veelal verguisde huurkoop: ermee beginnen is makkelijk, beëindigen is een uitdaging.

Voorwaarden

Subscriptions komen namelijk met voorwaarden. Veel voorwaarden, die vooral betrekking hebben op de 'renewal' en het opzeggen. Bij jaarlijkse contracten krijgt de gebruiker vaak 'korting', als beloning voor het uit het oog verliezen van de jaarlijkse renewaldatum. Voor een distri is het jaarlijks betalen van een subscription een must, gezien de prijs/valutarisico's bij een maandelijks afrekening - de klant zit

immers ook niet te wachten op 12 facturen. Soms gaat opzeggen heel simpel, maar veel vendors maken het opzeggen op zijn zachtst gezegd lastig. Zo zijn er vendors die geen onderscheid maken in het opzeggen van een subscription en de auto-renewal van een subscription. Sommige vendors deactiveren een subscription automatisch wanneer de betalingsmethode verwijderd wordt, terwijl anderen bij het annuleren van een subscription een nutteloze virtuele tegoedbon geven voor het restant van de subscriptionperiode. We hebben zelfs vendors meegemaakt die met droge ogen vol houden dat het annuleren van een renewal niet impliceert dat auto-invoicing ook stopt en dat daarmee nog steeds de verplichting bestaat om het volgende jaar te betalen. Het liefst wordt dit dan gecombineerd met een opzegtermijn van drie maanden voor de renewal datum...

Gouden bergen

Je zou verwachten dat deze chaos alleen bij de 'goedkope' subscrip-

tions plaatsvindt. Maar helaas. Ook sommige duurdere subscriptions kampen met dit euvel. We zien zelfs sneaky werkwijzes, waarbij de 'final' (te tekenen) quote ineens een goed verborgen auto-renewal clause blijkt te bevatten, terwijl

De kans is aanwezig dat de klant naar een andere distri is verhuisd die nog hogere gouden bergen belooft...

de initiële quote dit niet had. Vanuit distri-perspectief zijn dit allemaal dramatische aspecten. De eindklant kiest in de meeste gevallen voor de laagste prijs en er is weinig zekerheid dat de klant het product over een jaar nog steeds wil gebruiken. Sterker nog, de kans is aanwezig dat de klant naar een andere distri is verhuisd die nog hogere gouden bergen belooft... ■