



## İçeriğin Ötesi

Ev medya sunucularında depolama kazanç fırsatları sunan geniş bir dijital eğlence içeriği (video, müzik, fotoğraf ve ev videoları gibi kişisel medya) çeşitliliği bulunmakla birlikte, sistem bütünleştiricileri, dijital evde depolamayı çevreleyen birçok yükselen hizmet fırsatının farkında olmalıdırlar. Bu fırsatlar; yedeklemeyi, üstveri yönetimi, sistem optimizasyonunu, içerik satışlarını ve depolama çözümlerini farklılaştırmayı içermektedir.

**Sistem  
bütünleştiricileri  
için depolama  
hizmeti fırsatları**

### Haziran 2007 Bilgisayar Kullanıcı Anketi

- İnsanların % 31'i, söylediklerine göre "çok teknik" olduğundan dolayı verilerini yedeklemiyor.
- İnsanların % 39'u, dijital fotoğraflarını kaybetmekten korkarken, % 12'si finansal verilerini kaybetmekten korkar.
- İnsanların % 33'ü, içerikleriniz "paha biçilmez" olduğunu, % 22'si ise, 1000 \$'dan fazla olduğunu söyledi, ancak tüm kullanıcıların neredeyse yarısı şimdiye kadar hiç yedekleme yapmamış.

### Satış İpucu

Müşteriler, korkunun saldırgan biçimde bir satış tekniği olarak kullanılmasına kızarlar. Bazen müşterilerin içeriklerinin değeri hakkında düşüncelerini sağlamak ve bir yedek depolama çözümü talep etmeye yönelik olarak onları motive etmek için basit bir soru yeterli olur.

### Yedekleme

Önemli verilerin çok sayıda kopyasının güvenli biçimde depolanması, genelde asıl olarak ofis ortamlarıyla ilişkilendirilen bir depolama hizmeti fırsatı olarak görülmüştür. Ancak, bütünleştiriciler günümüzde ev sahibi müşterilerden gelen dijital yedekleme çözümleri taleplerinin gittikçe arttığını görmektedirler.

Beklendiği gibi, bütünleştiriciler bu talebin dijital olarak saklanan film, video, müzik ve fotoğraf tüketimini yansıttığını bildirmektedirler. Günümüzde, kurulan bir ortalama müzik sunucusu 500 GB depolama alanı içerirken, tipik bir medya sunucusu 3 TB kapasiteye sahiptir. Ev sunucularında depolanan büyük miktarda kişisel içerikle beraber, müşteriler tüm bu içeriği kaybetme riskini almamak için yedekleme çözümleri talep etmektedirler.

Kişisel fotoğraf ya da video anılarını (genelde saatlerce düzenleme işine karşılık gelen) ya da favori müzik ve videolarını kaybetme korkusu, tüketicileri depolama yedekleme çözümleri uygulamaya teşvik eden güçlü bir motivasyon kaynağıdır. Bu çözümler, bütünleştiriciler için iki kazanç fırsatı sunmaktadır: donanım satışları (ek sabit diskler) ve müşterilerin yedekleme işini düzenli, etkin ve güvenilir bir şekilde yapmalarına yardımcı olan hizmetler.

Yedekleme hizmetlerini satma fırsatı sıklıkla gözden kaçırılır, zira bütünleştiriciler müşterilerine uzun vadeli hizmetleri satmada geleneksel olarak etkili değildir. Çoğunlukla bütünleştiriciler, uzun vadeli yinelenen kazanç oluşturma potansiyeline sahip hizmet sunumlarını dikkate almayarak satışlarını projenin ön tarafında yapmaktan daha rahat bulurlar. Yedekleme, bütünleştiriciler için tüketicilere değerli bir hizmet sunarken daha fazla kazançlı olmak için ideal bir yoldur.

Tüketicide bırakıldığında yedekleme nadiren etkin veya istikrarlı olarak yapılır. Proaktif bütünleştiriciler, tüketici verilerini otomatik olarak yedekleyen hizmetlere yönelmektedirler. Bu bütünleştiricilerden bazıları tüm veriyi yerel olarak çok terabaytla ağa bağlı bir depolama aygıtına yedeklemeyi seçerken, diğerleri web tabanlı depolama hizmeti sağlayıcılarını kullanmayı seçerler. Bununla beraber, çoğu bütünleştirici tüketicilerin web tabanlı depolamaya ihtiyatla yaklaştığına ve verilerinin yerel olarak yedeklenmesini tercih ettiklerine inanılır.

Seçilen özel yaklaşım ne olursa olsun, yedekleme hizmetleri satan bütünleştiriciler, memnun kalan müşteriler ve şirketlerinin mali istikrarını güçlendirecek olan artan bir yenilenen kazanç hesapları listesi bildirmektedirler.

### Üstveri Yönetimi

Tüm dijital içeriğin düzenlenmesi gerekir ve üstveriyi kullanmak, bu düzenleme işlemi gerçekleştirmenin etkili bir yoludur. Müzik endüstrisi, kullanıcının deneyimini genişletmek amacıyla üstveriyi dijital içeriğe bağlama konusunda öncülük etmiştir, fakat birçok tüketici üstverinin yalnızca müziği değil, tüm dijital içeriği düzenleyip yönetmelerini sağlayacağından haberdar değildir. Bu özellik, kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin hacmi artmayı sürdürdükçe, daha fazla önem kazanacaktır.

Gracenote; iTunes, Yahoo, Escient, Yamaha ve Philips gibi müşterileriyle, metaveri yönetimi konusunda müzik endüstrisinde bir lider haline gelmiştir. Gracenote, artık fotoğraflar ve videolar gibi kullanıcı tarafından üretilen içerikler için üstveri ürünleri/çözümleri sunmaya başlamıştır ve bu girişim tüketicinin içerikle olan etkileşimini büyük ölçüde arttıracaktır. Bütünleştiriciler, üst veri yönetiminde anahtar rol oynayabilir, müşterilerinin depolama çözümlerinden en iyi şekilde faydalanmalarına yardımcı olurken bütünleştiricinin karlılığını arttırabilirler.

### Sistem Optimizasyonu

Bilgisayar sistemleri satan bütünleştiriciler, geleneksel olarak bu sistemlere virüsleri, casus yazılımları ve zararlı yazılımları saptayan yazılımlar eklemiştir. Benzer biçimde, depolama çözümleri satan bütünleştiriciler, müşterilerine sistemlerini optimize etmelerine yardım edecek yazılım paketleri de sağlamaktadırlar. Bu tip bir çözüm, yazılımın yapamayacağı muhakeme kararları ve incelemeler yapan teknisyenlerle tüketicinin PC'sinde optimizasyon hizmetleri gerçekleştiren bir aracı program sunan Clean Machine'den gelmektedir.

Clean Machine'in sunduğuna benzeyen hizmetler, dijital evdeki içeriğin hacmi arttıkça gittikçe daha değerli hale gelmektedir. Sistem optimizasyonu çözümleri sunamayan bütünleştiriciler, dijital dağınıklık, fazlalık, artık dosyalar ve parçalanmanın büyümesine bağlı olarak depolama çözümlerinin gittikçe daha az işlevsel hale gelmesinden kaynaklanan müşteri memnuniyetsizliği riskini almaktadırlar.

### İçerik Satışları

Tüketiciler, bir dijital depolama çözümüne ilk yatırım yaptıklarında, doğal olarak içerik tüketimini ve üretimini artırma eğiliminde olurlar. Müşterinin güvenilir bir içerik kaynağına (veya kaynaklarına) yönlendirilmesi, hem müşteri için faydalı, hem de bütünleştirici için karlıdır. MusicGiants, bu hizmet türüne bir örnektir; StoreFront yazılımı PC'lere kurulabilir ve iMerge, Xperienet, inteset, NiveusMedia ve Crestron gibi şirketlerden dijital depolama çözümlerine gömülü olarak gelir.

Tüketiciler doğrudan MusicGiants mağazasından müzik, HD fotoğraf ve HD videolar satın alabilirler; sistemi kuran bütünleştirici bir MusicGiants bayisi ise, müşterinin yaptığı tüm MusicGiants alımlarından ömür boyu satış komisyonu alacaktır. Bu da bütünleştiricilerin ek bir kazanç akışı oluştururken müşterilerine değerli bir hizmet sunabilmeleri için bir başka fırsattır.

MusicGiants mevcut olan en kanal dostu içerik kaynaklarından biridir, ancak Napster, Amazon, MusicMatch, Netflix, Audible, MovieLink, iStockphoto ve CinemaNow gibi başka içerik kaynakları da bulunmaktadır. Bu tip şirketler, tüketicilerinin içeriğe kiralama veya sahip olma biçiminde erişebilmeleri için yaratıcı yollar sağlamaktadırlar ve bütünleştiriciler, kazanç fırsatlarını en üst seviyeye taşımak istiyorlarsa, bu tip içerik siteleriyle ortaklık kurmaya başlamalı ve bunları çözümlerine eklemelidirler.

### Depolama Çözümlerini Farklılaştırma

Depolamanın günümüz dijital evinde çok önemli bir rol oynadığı ve gelecekte de oynamaya devam edeceği aşikardır. Ancak, bütünleştiriciler tüketicilerin genellikle üzerine düşünmeden depolamayı olduğu gibi kabul ettiklerini görmektedirler. Tüketicilerin sabit disk depolamanın teknik ayrıntılarına önem vermiyorken, depolama sistemi evlerine geldiğinde neler yapabilecekleri hususunda heyecanlı oldukları dikkate alınmalıdır.

Bu durum, dijital ev depolama pazarındaki bütünleştiriciler ve imalatçılar için büyük bir fırsat teşkil etmektedir. Tüketicilerin kafasında ürün farklılığına dair çok az ya da hiçbir şey bulunmuyorken, tüketici bilincini yakalamaya ve müşterilerde markalaşmayı kuvvetlendirmeye yönelik olarak depolamayla ilgili çözümler için birçok fırsat vardır.

Tüm bütünleştiriciler, tüketici ilgisizliğinin üstesinden gelmeye yardımcı olacak en önemli taktik olarak eğitimi işaret etmektedirler. Gerçekten de, bütünleştiriciler müşterileriyle eğitsel çabalara giriştiklerinde, tüketiciler, depolamanın içerikle etkileşimli deneyimlerini nasıl temelden etkileyebildiğini anlamaya başladıkça bu ilgisizliğin daima yoğun bir ilgiye dönüştüğünü görmektedirler.

## Tüketici Eğitimi

Kurulumcular, müşterileri için en kritik farkın, aşağıdaki dört teknik fark olduğunu bildiriyor:

- **Güvenilirlik**—En önemli özellik. Kurulumcular, kanıtlanmış güvenilirliğin, daha fazla depolama çözümü satmalarını sağladığından eminler. Bu üstün güvenilirliğin kanıtı, tüketici için bir anahtar niteliğindedir.
- **Servis İmkani**—Bir depolama çözümünün kurulumcusunun periyodik servisini nasıl sağladığı, farklılık oluşturmak için en iyi fırsatlardan biridir. Çalışma sıcaklıkları, depolama kapasitesi ve/veya hata mesajlarıyla ilgili olarak e-postayla gönderilen raporlar, kurulumcuların kaliteli depolama çözümlerini farklı kılmak için sunabileceği hizmet örnekleri arasındadır. “Çalışırken değiştirilebilir” diskler, herhangi bir sorun durumunda kurulumcuların müşterilerine daha etkili bir hizmet sunmalarını sağlayan diğer önemli bir özelliktir.
- **Serin çalışma**—Depolama çözümleri dijital ev kurulumlarında genellikle büyük ekipman kasa-larında bulunurlar, bu da çalışma sıcaklığını çok önemli bir öge haline getirir. Aşırı ısı üreten depolama çözümleri, ses yükselticileri gibi diğer ısı üretici cihazlarla birleşerek sistem sıcaklığını yükseltecek ve ekipmanın erken arızalanması riskini arttıracaktır.
- **Sessiz çalışma**—Oturma odalarında, aile odalarında, yatak odalarında veya diğer yaşama alanlarında bulunan depolama çözümleri için çalışma gürültü seviyesi önemli bir husustur. Bütünleştiriciler, karşılaştırmalı gösterimin çok etkili olduğunu bulmuşlardır.

Buna karşın hala daha fazla eğitime ihtiyaç vardır. Depolama çözümlerinin en önemli meseleleri ve neyin üstün depolamayı sadece sıradan olandan ayırdığı üzerine müşterileri eğitmek için, bütünleştiriciler ve imalatçılar ortak hareket etmelidirler.

İleriye yönelik düşünen bütünleştiriciler ve imalatçılar, daha önce açıklanmış olan dijital eğlence içeriğinde ortaya çıkan eğilimlerden şimdiden faydalanmaktadır. Tüketici taleplerini yakından dinleyerek, ortaya çıkan bu eğilimlerle yönlendirilen ayrıık içerik türlerini ele alan hem uzun vadeli çözümler hem de uzun vadeli depolama fırsatları oluşturmaktalar.

Yukarıda listelenen dört teknik farklılaştırıcıya odaklanan depolama imalatçıları, bu meseleler hakkında daha fazla tüketici ve bütünleştirici eğitimi sunarken, önemli ölçüde markalaşma ve üstün kalitelerinin fark edilmesini sağlayabilirler. Bu da ürünleri için yüksek fiyatların desteklenmesinin anahtarıdır.

## Yazar

Roland Graham, bir dijital ev sistem kurulumcuları birliği olan NASBA Digital Home'un ([www.nasbadigitalhome.com](http://www.nasbadigitalhome.com)) müdürüdür. Kendisi aynı zamanda, şirketlere tüm web tabanlı video ihtiyaçları için pazarlama ve iletişim çözümleri sunan bir çevrimiçi video platformu olan [www.HDHomes.tv](http://www.HDHomes.tv)'nin kurucusu ve baş yapımcısıdır.

**Seagate dijital yaşam ürünleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için, [www.seagate.com](http://www.seagate.com) adresine gidin.**

**Ücretsiz: 00 8004 SEAGATE (732 4283)  
(Ücretli: 001 405 324 4714)**