

ПРИВЕДИ, ГОСПОДЬ! (КЛИЕНТОВ)

Владимир Хмелев

В данной статье вы от практика узнаете о том, как привлекать клиентов, покупателей, плательщиков за сущие копейки, используя нетривиальные подходы. Это не реклама бизнеса с платежными терминалами, а способы повышения числа покупателей и прибыли в рознице с их помощью!

*Делать деньги без рекламы может
только монетный двор*
Томас Бабингтон Маколей

Моя первая собственная торговая точка занимала всего 0,4 кв. м торговой площади. Да, это был не магазин, не киоск, а железный ящик, автоматически принимающий платежи от населения, по-научному — платежный терминал. Было у него и еще одно название, сленговое, принятое среди владельцев других терминалов: «терем».

Почему я решил начать свой розничный бизнес с терминала, а не с классической торговой точки, с прилавком, с товаром, с продавщицей тетей Машей в чепчике? Да потому, что насмотрелся на эту классическую розницу на протяжении предыдущих многих лет в качестве поставщика хлеба, кондитерских изделий, табака, алкоголя. Если закупщик и бухгалтер в обычном магазине вынуждены день-деньской вести личные переговоры с поставщиками и «вручную» оплачивать их многочисленные счета, то за владельца терминала заключение всех договоров и автоматическое проведение оплат с контрагентами отвечает виртуальная платежная система. Это колоссальная экономия времени и денег, а также многократное сокращение ошибок в деньгах!

Да, обычно большинство терминалов зарабатывает меньше прибыли своему владельцу, чем одна рядовая торговая точка. Но зато магазин требует к себе почти кругло-

суточного внимания, а к терминалу можно вообще не подходить 2–4 недели. То есть он — вполне себе автономный «денежный станок»! Терминал не хамит покупателям, не обсчитывает, не продает «левый» товар мимо кассы своего хозяина, не уходит на обЭд, в запой или на больничный, как живые продавцы, не ноет о том, что ему нужно поднять зарплату, не шантажирует тем, что уйдет работать в пик сезона в другой магазин. Создать бизнес с терминалами стоит дешевле, чем открыть привычный магазин. Доходность с терминала можно менять, вообще не подходить к нему, через Интернет. С магазином такой фокус не пройдет. Терминал не навлекает на себя гнев покупателей из-за просроченных или некачественных товаров, ведь он ими просто не торгует. Терминал не привлекает к себе внимания всевозможных надзорных органов, так как он — не опаснее привычного всем компьютера, а при должном уходе — не распространяет заразу даже через свой сенсорный экран!

Терминал может быть полезен в двух ипостасях:

- 1) как средство заработка само по себе,
- 2) как дополнительный сервис в магазине, как «магнит» для дополнительных посетителей.

Отличие обычного магазина от терминала заключается еще и в способе формирования потока своих покупателей/плательщиков. Магазин объективно — крупнее, а значит, имеет крышу, наружные

фасады, внутренние стены, окна, входную группу, интерьер, порой — множество отделов с разными товарами на любой вкус и кошелек, торговое оборудование: витрины, холодильники и т. п., иногда — форму у персонала, ценники, информационные доски и прочие POSM (маркетинговые материалы для торговой точки). Все это может притягивать покупателей и помогать получать от них деньги.

Напротив, НИ-ЧЕ-ГО такого, разумеется, не имеет терминал. До поры до времени его единственным способом «самораскручиваться» и зарабатывать деньги был способ размещения в таком месте, где есть большой поток людей, потенциальных плательщиков и поблизости нет альтернативных мест проведения моментальных платежей. То есть тот, кто придумал идею сбора наличных платежей с помощью терминалов, «заложил» вместе с ней и (глубоко ошибочную) идею сугубо пассивного привлечения плательщиков.

Еще одна вводная: автономность и остальные преимущества терминального бизнеса давно уже привлекла в него большое количество конкурентов, от крошечных индивидуальных предпринимателей с одним «теремом» до крупных сетей со своими платежными системами, своими службами инкассации, с «крышей» в виде банков. Поэтому самые хорошие и доходные места для терминалов и банкоматов по всей стране уже давно кем-то заняты. Иногда даже на-

ВЛАДИМИР ХМЕЛЕВ

20 лет занимается маркетингом и активными продажами. Руководил агентами по продажам в двух транснациональных корпорациях, последнее место работы в качестве наемного ТОП-менеджера — руководитель Департамента маркетинга и продаж в компании «Логопром». В 2012 г. закончил Президентскую программу подготовки управленческих кадров, защитил аттестационную работу по разработке стратегий предприятий. Написал 6 корпоративных учебников по продажам и 2 — по подбору персонала. В настоящее время успешно развивает собственный бизнес, в том числе оказывает услуги по развитию продаж, подбирает и обучает персонал сбытовых подразделений.

Сайт: tereminal.ru

Тел.: 7 961 639 15 51



блюдаются нелогичные с первого взгляда размещения, например, 2 одинаковых терминала одного владельца в одном тамбуре одного крошечного магазина в спальном районе города. По идее, они должны конкурировать друг с другом! На самом же деле их владелец готов оплатить два арендных платежа вместо одного с одной только целью: чтобы рядом не встал конкурент с более низкой ставкой комиссии! Второй его плюс в том, что если один терминал откажет, зависнет, в нем закончится чековая лента, заполнится купюроприемник, то его легко заменит и подстрахует «родной брат» по соседству.

Монстры типа Сбербанк в Нижнем Новгороде позволили себе даже заменить торговые киоски независимых предпринимателей на автобусных остановках на свои безлюдные «мини-офисы 24 часа» с 2—4 своими банкоматами внутри.

Прочими, неочевидными с первого взгляда врагами-субститутами всех терминальных сетей являются также:

- эквайринг (возможность оплатить пластиковой картой ту же сотовую связь без комиссии на кассе некоторых супермаркетов);
- интернет-клиент-банки (возможность оплатить ту же сотовую связь без комиссии в Интернете, на портале банка или с помощью смс, списав деньги со своей зарплатной карты);
- как ни странно: корпоративные тарифы сотовой связи, оплачиваемые по беззалучу работодателями за своих сотрудников;

- многочисленные розничные сети типа «Евросеть», «Связной», офисы продаж сотовых операторов и т. п., принимающие платежи у себя в офисах также за 0% (не важно, через свои терминалы или через оператора-кассира);
- планшеты и коммуникаторы с мобильным WiFi-интернетом и множасьшие как грибы точки бесплатного доступа. Если пользователь может бесплатно поговорить по скайпу и в соцсетях, то зачем ему тратить деньги на сотовую связь и на мобильный трафик?
- опции провайдеров типа «Обещанный платеж» или «Пополни счет другу»;
- электронные деньги и системы по работе с ними («Электронные кошельки», с нулевой или мизерной комиссией);
- отделения Почты и Сбербанк, как место постоянного притяжения пенсионеров, не умеющих и не желающих пользоваться современными технологиями.

КАК ЖЕ ВЫИГРАТЬ С ОДНИМ ТЕРМИНАЛОМ И РАЗВИТЬ СВОЙ БИЗНЕС?

Этап 1

Разумеется, вначале нужно тщательно выбрать место для его размещения. Оно должно соответствовать множеству критериев:

- Проходимость и состав посетителей (например, мне были полезны дети, объяснение — ниже).
- Наличие прямых и косвенных конкурентов в радиусе 500 мет-

ров. И наличие очередей у них. Узнать, какие у них размеры комиссии за аналогичные услуги.

- Ставка аренды и прочие платежи (например, иногда владельцы некоторых помещений требуют помимо арендной платы «откат», или оплату электроэнергии, или оплату «охраны» и т. п.).
- Безопасность для самого терминала (как в рабочее время, так и после него). Случаи краж банкоматов и терминалов вместе с деньгами нередки!
- Удобство логистики денег (наличных купюр). Их нужно время от времени инкассировать и сдавать на расчетный счет в своем банке. Если выбрать для терминала неудачное место с этой точки зрения, то можно потерять кучу времени из-за пробок или сами деньги (их могут просто отобрать по дороге, если та излишне длинна или проходит через криминальные местности).
- Порядочность хозяев помещения. Это важно опять-таки из-за угрозы неожиданного появления конкурента. Вторая угроза — резкое и незапланированное изменение арендной ставки (в большую, вестимо, сторону). Третья угроза — хозяин может расторгнуть договор аренды именно тогда, когда терминал только-только «раскрутился». Наличие заключенного договора аренды — это некая гарантия от перечисленных здесь рисков, а также обязательное требование налоговой для регистрации кассового аппарата, встроенного в терминал.

- Кто соседи по помещению? Являются ли они сами по себе «магнитами» для потоков людей?

Этап 2

Размещение терминала, прикручивание его анкерами к полу, подключение к электрической сети и к интернету, к платежной системе, тестовая эксплуатация, настройка параметров

Этап 3

А вот тут начинается самое интересное! Это маркетинг и первые продажи!

Любой предприниматель должен перед началом своего бизнеса понять сколько клиентов он привлечет, как и когда их привлечет, сколько денег они ему заплатят, за что они захотят платить, а за что — никогда, как можно стимулировать сбыт и повышать средний чек, как сделать большинство своих клиентов постоянными, как облегчить жизнь плательщиков и минимизировать их муки выбора? Как добавить положительных эмоций и включить «сарафанное радио»? Как позиционировать и дифференцировать себя, как проводить успешные, но малобюджетные рекламные кампании, как защитить все свои наработки от конкурентов? В процессе своих практических действий полезно и не упускать из виду основы маркетинга и продаж, и «раздвигать горизонты» своих размышлений, применять необычные шаги, трюки из других бизнесов, если угодно.

Я долго выбирал место и наконец, по совокупности вышеперечисленных критериев, выбрал магазин для своего первого терминала, в 5 метрах от здания Центрального рынка. Думаю не надо объяснять, сколько туда приезжает покупателей, в том числе из области, а также поставщиков, со всех концов света!

Я выбрал терминал, который не только моментально проводит платежи, но и... дарит подарки! Да, он может подарить нулевую комиссию, может удвоить платеж, может насыпать горсть конфет или чего-

Я ПЕРВЫЙ ЩЕДРЫЙ ТЕРМИНАЛ

Рис. 1. Скрин-шот ролика про первый Щедрый терминал

то другого (но, как оказалось, конфеты, вкусные карамельки людям нравятся больше всего!). Поскольку другие терминалы и банкоматы не дарят вообще ничего, то мой терминал да с моими титаническими усилиями просто не мог не стать популярным! Именно поэтому я придумал ему название «Щедрый терминал :)), разработал торговую марку и зарегистрировал ее по всем возможным классам МКТУ как товарный знак¹. (См. рис. 1)

Теперь, если и будут появляться другие терминалы и банкоматы с поощрениями, они не смогут использовать мою марку и мои маркетинговые подходы. Придумал простое для понимания позиционирование и четкую дифференциацию: «Благодарит только он!».

Именно поэтому я рискнул и поставил при запуске терминала комиссию ВЫШЕ среднерыночных значений. И правильно сделал, т. к. именно она позволила заработать большой «Фонд поощрений», а он, в свою очередь, привлек множество постоянных плательщиков! (См. рис. 2)

Гипотеза о том, что привычная услуга с привнесенной добавленной ценностью может быть оплачена дороже, полностью подтвердилась, т. е. была доказана мной на практике!

Дальше я рассуждал так: на массовую рекламу денег нет, да и ни к чему она жителям других районов. Не поедут же они специально с окраин или из окрестных деревень, чтобы «кинуть сотку на телефон»? Поэтому нужно было провести не-



Рис. 2. График частоты платежей в зависимости от поощрений

¹ Слово «Терминал» является общеупотребительным, и поэтому его зарегистрировать как торговую марку было нельзя. Слово «терем» ассоциируется у большинства обывателей со старинными домами. По этим соображениям я и объединил два слова: Терем+нал и получил «Тереминал», который осталось лишь сделать еще и «Щедрым»!



Рис. 3. Календарь

сколько «Волн информирования» в данном локальном месте. И, естественно, на самом терминале!

Накануне Нового 2011 г. года я создал яркий карманный календарик (см. рис. 3), отпечатал его тиражом 10 000 шт. и в пик рождественских распродаж и закупок к новогоднему столу раздавал покупателям когда сам, когда через промоутеров, лично разнес по рабочим местам работников рынка, засовывал под дворники автомобилей на парковке. Часть тиража разнесла по почтовым ящикам окрестных домов местная газета рекламных объявлений. Часть тиража замечательно «разлетелась» в соседней школе, сразу после чего у меня случился пик платежей во время перемен по 10–50 руб. с раздачей конфет.

Справедливости ради следует сказать, что интерфейс терминала сделан так, что даже сам процесс выдачи подарка выглядит как шоу, как розыгрыш, плательщику нужно нажимать кнопки на разноцветном экране и угадывать где «приз», и все это — под веселую музыку! Даже лоток для конфет подсвечивался разноцветными светодиодами! Дети приходили толпами, визжали от восторга, получив конфеты. Взрослые округляли глаза, после того как засовывали 500 руб. в купюроприемник, а на телефон им зачислялась сразу 1000!

Объем платежей рос, заработок с терминала был в пределах ожида-

емой нормы, даже с учетом затрат на поощрения. У меня остался небольшой запас календариков и я поймал себя на мысли, что единственным местом, где еще не знают про мой «Щедрый терминал» остался общественный транспорт (трамваи и маршрутки). Осталось решить, как сделать так, чтобы календарики там активно раздавались, а я бы за это ни-че-го не платил! Водители этого делать точно не будут, значит, остаются кондукторы. Но им и сумку с мелочью таскать не нравится, не то что еще и туда добавить чью-то рекламу!

Я включил свой талант продавца и понарошку «влез в шкуру» кондукторов (см. рис. 4).



Рис. 4. Кондуктор-промоутер

- Их зарплата зависит от числа пассажиров? Да!
- Их зарплата вырастет, если один и тот же пассажир оплатит проезд по маршруту дважды? Да!
- Им приятно было бы получать благодарности от пассажиров, которые ВМЕСТЕ с билетом за проезд бесплатно получают и еще что-то красивое, полезное, интересное (календарик)? Да!

Ни этого ли самого нужно и мне самому?

Я приехал на конечные остановки маршруток и трамваев, поговорил грамотно с кондукторами, они мне сами и предложили: «Конечно, давай нам свои календарики! Конечно, раздадим! И сами сходим к терминалу, чтобы проверить, что это за чудо такое!» Теперь каждый их пассажир получал календарик (а кому не давали — те их себе требовали!), пока ехал в пробках — пялился на него, затем, доехав до рынка, мучился любопытством и порой все-таки шел проверить, правда ли все это или нет... Кондукторы раздавали остатки тиража моих календарей почти полгода! Даром!!! Спасибо им за это! Рост платежей был гиперболическим!

Терминал — это, по сути, мультимедийный компьютер. У него обычная операционная система Windows, жесткий диск, обычная звуковая и видеокарта, есть свои динамики, второй экран — на уровне глаз плательщиков. Мое первое техническое образование + маркетинговое чутье подсказывало: грех не воспользоваться всеми этими ресурсами! Я и воспользовался: разработал видеоролики (см. рис. 5), аудиоролики, звуковые колонки «выкинул» на улицу, прямо в вывеску магазина моего арендодателя, чтобы ему было полезно и не обидно, сделал ролики и по рекламе его магазина!

Вокруг терминала постоянно висели чистые и актуальные цветные листовки с условиями текущих акций.

Появился круг своих лояльных плательщиков из MLM-компаний типа AVON, они тоже имели свои преимущества, т. к. были занесены



Рис. 5. Видеоролик к Новому году

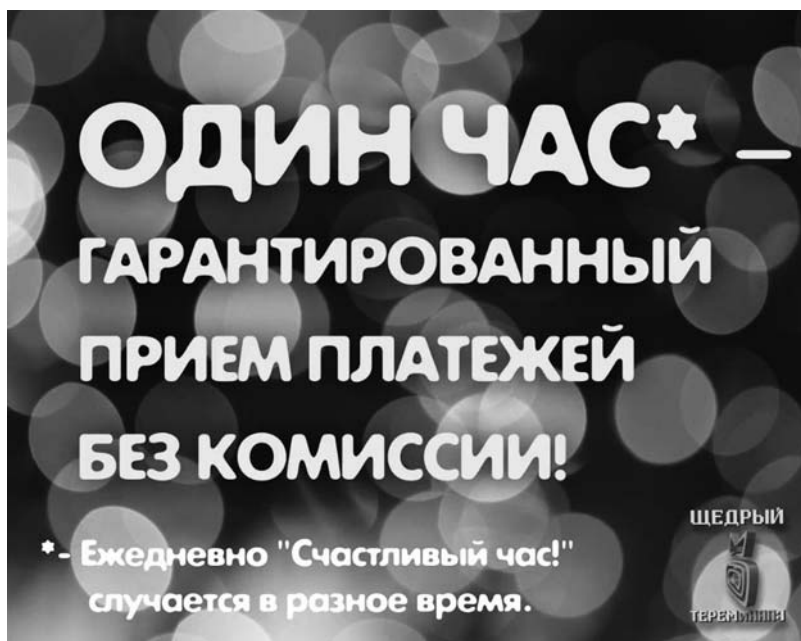


Рис. 6. Видеоролик к акции «Счастливый час»

мной в «Белый список» привилегированных плательщиков.

Регулярно на терминале проводились акции, типа «Счастливый час» (нулевая комиссия на все платежи только в этот «случайно» выпавший час) и многие-многие другие! (См. рис. 6.)

Кейс оказался настолько интересным, что меня приглашали рассказать о нем на Ежегодном Съезде Маркетологов 2011 г., организуемом Союзом маркетологов России (СОМАР) в Киеве.

Розничный бизнес относительно прост. И не так уж и прибылен. Когда я успешно создал наглядный пример своего «денежного станка» (см. рис. 7), я облек его в форму франшизы-конструктора, переговоры по продаже которой продолжаются и по сей день!

РЕЗЮМЕ

Терминал окупил себя и все сопутствующие затраты примерно за 11 месяцев. Если бы я не занимался



Рис. 7

вложениями в маркетинг, то да, скорее всего, были бы другие, меньшие затраты, но и, скорее всего, другие, плачевные результаты! Я верю в светлое будущее вендингового бизнеса в России, уверен, что в конечном итоге то, что может делать автомат в рознице — то и будет делать автомат! Надеюсь, что мои практические советы помогут и вам, уважаемые читатели, а если вы не получили из статьи ответов на свои вопросы, то можете со мной связаться в частном порядке.

Учитесь техникам продаж и мыслите, как маркетолог!