

— Я тут за ужином, — сказал Яо Юань в телефонную трубку.

— Ладно, тогда ждите меня в офисе, — ответил Хань Тао.

— Пока!

Ночь уже опустилась на город, и Яо Юань сидел в одном из ресторанов западного района, закончив разговор с Хань Тао. За весь день его ноги гудели от боли, а мышцы ног затекли. Завтра ему явно будет тяжело двигаться. Но он был доволен: после долгих усилий ему удалось договориться с кинотеатром «Геологический зал».

Ключевая задача заключалась в том, чтобы убедить партнёра в двух вещах. Во-первых, что у него есть реальные возможности для привлечения аудитории. Во-вторых, что «SMS» можно использовать как законный билет.

Это звучало просто, но требовало смены парадигмы, что всегда сложно. Только такой талантливый человек, как Яо Юань, мог так точно и чётко донести эту идею.

— Чёрт возьми, какой же это труд, когда ты работаешь на себя! — пробормотал он, поглаживая свои ноющие ноги. Он подозвал официанта, и тот тут же подошёл:

— Господин, счёт?

— Нет, не счёт. У вас есть начальник?

Официант напрягся, немного нервничая:

— Господин, у вас с блюдами какие-то проблемы?

— Блюда отличные. Просто хочу обсудить с вашим начальником одно дело.

Официант, слегка дрожащий, пошёл за начальником. Вскоре пришла женщина, около сорока лет, с волнистыми волосами и ярко-красной помадой. Она выглядела как человек, привыкший решать вопросы. С улыбкой она подошла к Яо:

— Что, не понравилась еда, братишка?

— Нет-нет, всё прекрасно. Вот моя визитка, — сказал Яо, протягивая ей карточку, и начал объяснять свою концепцию в уже тридцать восьмой раз за этот день. Однако лицо женщины выражало лишь недоумение. В конце концов, она прервала его:

— Да не болтай ерунду. Я ничего не понимаю в твоих маркетинговых штуках.

— Хорошо, тогда спрошу прямо. Вот скоро Рождество и Новый год. Вы не думали провести какую-нибудь акцию? — спросил Яо, меняя тактику.

— Какая акция? Место у меня не самое лучшее, клиентов немного. Я раньше что-то такое пробовала, но ничего не вышло.

— А что если я помогу вам привлечь клиентов? Например, запустим рождественское предложение для пар. Обычная цена — 198 юаней, но мы сделаем скидку до 68.

— Да ты что! Это же совсем без прибыли! — возмутилась она.

— Мы же с вами понимаем, что реальная себестоимость не 198 юаней, правда? — сказал Яо, улыбаясь.

— О-о! — её лицо просияло. Теперь она поняла, о чём речь.

— Потом можно сделать ещё пару акций: новогодний ужин для двоих, семейное предложение для встречи Нового года... В общем, что-то подобное. А я буду приводить клиентов, а вы платите мне процент с продажи.

— ...

Женщина задумалась. По сути, это была стратегия с низкой прибылью, но большим объёмом. Это ей подходило.

— Ладно, о цене мы поговорим позже. Но есть два важных условия. Во-первых, блюда не должны быть слишком плохими. Если вы скажете, что это стоит 198 юаней, а клиенты увидят, что это еда на 38, то ваша репутация будет подорвана.

— Это понятно. Я раньше обслуживала банкеты, знаю, как правильно подать.

— Отлично. А второе — это... — Яо достал телефон и показал ей текст SMS. — Когда клиенты придут с этим сообщением, чтобы получить скидку, вам нужно будет его признать.

— ...

Она нахмурилась, долго разглядывая сообщение, и наконец спросила:

— Это надёжно? А вдруг кто-то подделает сообщение?

— Абсолютно надёжно. Ваша еда — это ваше лицо, а это — наше. Мы не будем рисковать своей репутацией.

— Я всё равно не уверена... — женщина явно сомневалась и вдруг предложила: — Может, я буду звонить тебе, когда придут клиенты, и спрошу, действительно ли это они?

— Это слишком неудобно. Вдруг я буду занят, а люди будут ждать. Клиенты пришли поесть, а тут им придётся два часа стоять и ждать подтверждения? — рассудил Яо. — Давайте сделаем так: я добавлю в сообщение код подтверждения — четыре цифры. И заранее вышлю вам эти коды. Когда клиенты придут, вы просто проверите код.

Она всё ещё колебалась.

— Если это вас не устраивает, тогда мы попрощаемся и разойдёмся. — Яо поднялся, явно устав от долгих объяснений.

— Ладно, ладно, давай попробуем! — наконец согласилась она.

— Ой, сестра, вы даже не представляете, что вы только что сделали! Вы вошли в историю! — сказал Яо, крепко пожимая ей руку, хотя чувствовал себя совершенно вымотанным.

Это не было ни полноценной продажей билетов, ни классической групповой покупкой. Скорее, это был зачаток этих методов, своего рода маркетинговая уловка, приуроченная к праздникам.

...

Ночью, в офисе компании 91.

Под тусклым светом лампы Хань Тао и Лю Вэйвэй усердно работали, создавая SMS-рассылки. Яо Юань дал им задание за десять дней увеличить доход до 500 тысяч юаней. Это было одновременно и вызовом, и мотивацией.

Юй Цзяжя не было, и вдвоём они позволили себе немного расслабиться. Лю Вэйвэй быстро печатала на клавиатуре, затем остановилась и радостно сказала:

— Эта фраза точно сработает! Слушай: "Что ты делаешь? Почему не отвечаешь на мои звонки?"

— Да, точно! — согласился Хань Тао, оценивая эффект. — Это лучше, чем просто дружественное сообщение. Такой текст точно заставит людей ответить.

— Ну что, отправляем?

— Отправляем!

— Сколько?

— Сто сообщений, думаю. Этим людям раньше не отправляли приветственные сообщения. Посмотрим, как они отреагируют.

— Хорошо!

Хань Тао через интерфейс China Mobile отправил сто сообщений, и вскоре система показала результат.

— Ну что, сколько ответов?

— Ого! 32% откликнулись!

— Ура! Мы заработали деньги! — воскликнула Лю Вэйвэй, подпрыгивая от радости.

Такие массовые рассылки с подсказками для ответа всегда имели высокий отклик. После первого ответа можно было продолжить взаимодействие, например, предложить пользователю узнать, с каким знаком зодиака он лучше всего совместим.

Но дело было в том, что весь этот контент просто копировался из интернета.

Компания 91 действовала на двух фронтах: массовые рассылки и клуб знакомств. Первое не требовало контента, это было, по сути, простым заработком. Второе требовало создания реального контента, и это было важно для устойчивого дохода.

Пока они работали, дверь внезапно открылась, и в офис ворвалась Юй Цзяжя. Она тут же выпила стакан воды и с запахом алкоголя выдохнула:

— Чёрт возьми, я так хотела пить!

— Где вы были? — удивился Хань Тао.

— Покупала телефонные номера! Газета "Пекинский развлекательный вестник", у них тираж 300 тысяч. Я потратила полдня на обед, но в итоге купила... — она икнула и подняла четыре

пальца.

— Четыре тысячи номеров?

— Ого!

— Не радуйтесь так, — Юй Цзяжя попыталась их урезонить. — Там много повторов. После фильтрации останется около трёх тысяч.

— Но всё равно здорово! — радостно сказал Хань Тао.

Все были воодушевлены положительными результатами, когда в офис вошёл Яо Юань, совершенно уставший.

— Как успехи, командир Яо? — спросили они.

— Договорился с двумя заведениями.

— Всего с двумя? Юй Цзяжя вот три тысячи номеров нашла! — подколот Хань Тао.

— Ты ничего не понимаешь! — резко ответил Яо, бросив на пол свою сумку с таким грохотом, будто это был тяжёлый камень. Затем он открыл её, и вывалил целую гору рекламных буклетов и брошюр. На столе оказались куча материалов, а среди них — камера. Очевидно, Яо за день сделал немало фотографий.

— Хань Тао, оставь всё это. Свяжись с Яо Сяобо и скажи ему, что я хочу, чтобы всё было готово до 24-го числа! — приказал Яо.

— Лю Вэйвэй, собери информацию и выбери несколько самых выгодных предложений для нас.

Он повернулся к Юй Цзяжя и улыбнулся:

— Ну что, начальница, нам снова предстоит работать всю ночь!

<http://tl.rulate.ru/book/118872/4786638>