

Глава 6

Обезьяна принялся рассказывать историю.

История, которую он услышал, произошла в том году, когда Линь Мо Чэнь выпускался из Колумбийского университета.

Семья одного из одноклассников Линь Мо Чэня была владельцем фирмы, торгующей фруктами. Поскольку сельское хозяйство было высоко механизировано в США, и правительство предоставляло стипендии, фермы в этом районе имели избыток продукции и не могли выставить хорошие цены.

Так, Линь Мо Чэнь сотрудничал со своими одноклассниками, чтобы продавать фрукты.

Другие занимались фруктовым бизнесом, строя отношения, занимаясь маркетингом и работая над отгрузкой. Он не делал того же. После спокойной подготовки в течение нескольких месяцев, он внезапно открыл новый сайт под названием OneFresh.

Для чего был этот сайт? В частности, он продавал фрукты белым воротничкам в Манхэттене.

На сайте говорилось: один свежий фрукт в день - это здоровый образ жизни для Манхэттенских людей. Слишком занят на работе и забыл купить? Нет проблем. Вам нужно только оформить заказ на сайте. Фрукты будут доставлены в ближайший магазин в определенное время каждый день. Все, что вам нужно сделать, это забрать его по пути на работу и с работы или в обеденный перерыв.

Более того, фрукты, которые мы продаем, абсолютно свежие. Каждый фрукт будет сопровождаться карточкой, отмечающей, в какой день, в какой час, с чьей фермы, Тома или Джека, и с какого дерева был сорван плод. Они, безусловно, будут свежее, чем те, которые вы можете купить в супермаркетах или фруктовых магазинах, так как мы не продаем остатки или залежавшиеся фрукты. (Конечно, правда ли это, знал только Линь Мо Чэнь.)

Целевыми клиентами были дамы, но джентльмены были особенно рады оформить долгосрочный заказ в качестве подарка своим подругам. Веб-сайт также добавлял розу в доставку. Благодаря социальной сети и личному влиянию Линь Мо Чэня и его друзей в этом районе, сайт быстро стал популярным во всем районе Манхэттена.

Поскольку это приносило прибыль, другим оставалось только завидовать. Так крупнейший поставщик фруктов в Нью-Йорке был первым, кто выразил недовольство.

Во-первых, они попытались начать продвижение. Но бесполезно. Белые воротнички полностью игнорировали их. В конце концов, то, что они теперь ели, было делом стиля и подарком. Кого волнует, что яблоко, которое продаете вы, на два цента дешевле?

Затем конкуренты также попытались создать веб-сайты, надеясь скопировать шаблон обслуживания. Это было довольно опасно в мире бизнеса, потому что, как только образец, созданный маленькой компанией, копируется большой, с большей силой большой компании, у маленькой компании нет выбора, кроме как закрыться.

Однако конкуренты неожиданно обнаружили, что не могут создать сайт. Почему?

Потому что Линь Мо Чэнь тайно подписывал соглашения с этими магазинами - они могли обеспечивать только хранение и доставку фруктов исключительно для него. В противном случае им грозило очень дорогое наказание. Поскольку раньше никто не занимался подобным, эти магазины подписали все без каких-либо колебаний после получения небольшой оплаты от Линь Мо Чэня.

#15

Преыдушие несколько месяцев он спокойно заключал эти сделки.

Фрукты конкурентов могли быть не хуже тех, что продает Линь Мо Чэнь, а цены на них могли быть еще ниже. Но теперь у них вообще не стало доступа к клиентам.

Они были в такой ярости, что решили пойти на хитрость. Они украли у Линь Мо Чэня нескольких владельцев ферм, угрожали и избивали их разносчиков и даже посылали ему письма с угрозами. Линь Мо Чэнь совсем не боялся. Сайт все еще процветал. Он даже объявил об амбициозных целях, таких как "продажа 5 тысяч миллионов к концу года" и "расширение на всю страну в течение трех лет."

В конце концов, конкурентам ничего не оставалось, как пригласить Линь Мо Чэня на переговоры.

Результатом переговоров стало то, что конкуренты заплатили большие деньги за эксклюзивное право продажи от Линь Мо Чэня, после чего сайт OneFresh не смог предоставлять аналогичную услугу доставки фруктов. Говорят, что в результате этой битвы Линь Мо Чэнь и его партнеры сколотили огромное состояние.

"Как ты к этому относишься?", - спросил Обезьяна.

Му Хань Ся: "Впечатляет...Но я не видела, чтобы он был так жесток."

Обезьяна: "Э-э, ты думаешь, это конец? "

Конкуренты тоже так думали, так как вкладывали большие деньги в продвижение, запасались огромными запасами фруктов и были готовы запустить свой сайт. Когда клиенты видели, что OneFresh больше не поставляет фрукты, они переключались на новый веб-сайт. Все выглядело великолепно.

В этот момент OneFresh запустил Карту (Fruit's Heart Card).

Что это? На сайте было сказано, что, чтобы выразить благодарность постоянным клиентам, мы предоставим вам партию фруктов с одинаково высоким качеством, но чрезвычайно низкой ценой. На этот раз мы от этого не выиграем. Вам нужно лишь оформить заказ на сайте с помощью Карты, и тогда вы можете пойти в любой из наших крупных местных супермаркетов и подобрать подарок для себя. У вас останутся деньги на Карте, которые вы можете сохранить для дальнейшего использования.

Некоторые клиенты купили карту, пошли посмотреть супермаркеты и были приятно удивлены. Это были все те же фрукты, что и раньше, каждый со своими метками рождения, в то время как цены были даже ниже, чем раньше, и чем у конкурентов. Они также были намного ниже, чем рекламные цены обычных фруктовых магазинов! Как необычно и беспрецедентно!

Конечно, цена была низкой. Ведь Линь Мо Чэнь вбросил все деньги, которые получил от конкурентов.

Это было незадолго до того, как продажи взлетели. Было сказано, что по крайней мере несколько сотен миллионов карт стоимостью \$100 было продано.

Дело в том, что в определенной области спрос на фрукты имеет свой предел, не говоря уже о том, что многие клиенты купили у Линь Мо Чэня много карт, удовлетворив свои потребности в фруктах как минимум в течение целого года. Сайт конкурентов посещало мало посетителей, а порой они вообще ничего не продавали.

С таким чрезвычайно кровавым сражением с флангов Линь Мо Чэнь убил бизнес-модель, которую он сам и создал.

Каков результат этой маленькой бизнес-войны?

Огромное количество фруктов, которыми запаслись конкуренты, продать они не смогли. Но и ждать они тоже не могли. В конце концов, конкуренты продали Линь Мо Чэню весь товар по еще более низкой, практически пыльной цене. Таким образом, Линь Мо Чэнь не только не потерял деньги, но и получил большую прибыль. Более того, с тех пор компания, которой он и его друзья владели, полностью монополизировала рынок фруктов в Нью-Йорке.

Обезьяна: "Кроме того, разве не было хотя бы несколько владельцев ферм, предавших его и перешедших к конкурентам? Говорят, что сначала Линь Мо Чэнь не проявлял внимание, поскольку ему было все равно, но позже, после того, как он монополизировал рынок, он специально выделил их из остальной массы и перекрыл им доступ к продажам. Разве несколько его работников не были избиты? Разве он не получал писем с угрозами? Он заплатил большие деньги, чтобы нанять лучших адвокатов, и отправил всех виновных и людей, которые за ними стояли, под суд, все они получили очень тяжкие приговоры...одним словом, те, кто оскорбил его, получили очень жалкий результат - он тот, кто помнит обиды и кто очень хитер."

Му Хань Ся молчала.

<http://tl.rulate.ru/book/26804/557502>