

BeSmart ввел новый инструмент продаж, такой как покупка купонов в офлайн в больших торговых комплексах и центрах развлечений. Сейчас база подписчиков насчитывает более 6000 человек.

Учитывая особенности каждого региона, компания BeSmart делает акцент на потребительских привычках, предоставляя различные виды товаров и услуг, которые сейчас пользуются спросом в купонном сервисе в Казахстане.

«Как всегда, устойчиво высоким спросом пользуются услуги развлечений, медицинские предложения, красота, различные товарные категории, в лидерах предложения по ресторанам и кафе. Но тренд на ближайшее время в Казахстане таков, что в дальнейшем развлечения будут более популярными», – отмечает Дмитрий Панкратов, директор по продажам BeSmart в Казахстане.

Как и у любого бизнеса, у купонного сервиса есть своя специфика, и, учитывая быстрый рост, сервис и коммуникации с пользователями (клиентами) создают дополнительную нагрузку на весь бизнес в целом. По словам сотрудника отдела поддержки Елены Сыздыковой, отдел поддержки, планирования

акций и копирайтинга, который отвечает за коммуникации и быстрое реагирование на запросы клиентов, является важным направлением в этом бизнесе. Деньги в BeSmart приносят в первую очередь пользователи, и, ведя переговоры с ними, сотрудники отдела поддержки несут ответственность не только за BeSmart, но и за партнеров. Потому как пользователи звонят не партнерам, а именно в BeSmart.

«На 100% счастливых клиентов не бывает, и наша задача приблизить эту цифру максимально близко к высшему показателю. Это приводит к росту количества пользователей сервиса, партнеров компании, и так же начинают расширяться отдел поддержки, маркетинга, растет число специалистов по работе в онлайн-направлениях», – рассказывает Елена Сыздыкова.

Как бы то ни было, но потенциал развития этого рынка в регионе огромен. И если подойти к этому делу с умом и определенным багажом опыта, то со временем рынок купонных сервисов в нашем регионе укрепит. Это позволит отдельным «купонаторам» не повторять судьбу зарубежных коллег. ■

# \$420

ТЫС. –  
ОЦЕНКА  
ВАЛОВОГО  
ДОХОДА  
КОМПАНИИ  
ПО ИТОГАМ  
ПЕРВОГО  
ПОЛУГОДИЯ  
2012 ГОДА

**ОБОРОТ ПРОЕКТА  
BESMART  
В БАКУ СОСТАВИТ  
ПОЛОВИНУ  
ОБОРОТА  
КОМПАНИИ  
В КАЗАХСТАНЕ  
К КОНЦУ 2013 ГОДА**

УЧИТЫВАЯ ОСОБЕННОСТИ  
КАЖДОГО РЕГИОНА,  
КОМПАНИЯ ДЕЛАЕТ АКЦЕНТ  
НА ПРИВЫЧКАХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

