

Текст: Бахытгуль Журкабаева

МИЛЛИАРДЫ НА НАДУВНОМ МАТРАЦЕ

Как идея найти деньги на аренду квартиры превратилась в миллиардную компанию

Рост Airbnb («надувной матрас и завтрак») за 2011 год составил 500%. В отдельных странах этот процент поднимался почти до тысячи. В 2012 году через сервис было забронировано более 10 млн ночей, что больше, чем в сети отелей Hilton. Только представьте, что этой компании всего пять лет, а по объемам она уже сравнима с ведущими гостиничными брендами мира, и ее рост продолжается. Если бы вы хотели создать конкурента Hilton традиционным путем, то у вас на это ушел бы не один десяток лет и миллиарды инвестиций, при этом не факт, что у вас бы получилось. Секрет же Airbnb в том, что компания взяла на вооружение модель экономики совместного пользования. И именно эта нарождающаяся модель создает новые возможности для новых миллиардеров.

История создания успешного сервиса, который изменил облик путешествий, довольно известна. Во время конференции дизайнеров в Сан-Франциско соседи Брайан Чески и Джо Геббиа, чтобы подзаработать денег на аренду квартиры, предложили паре иностранцев остановиться у них в свободной комнате за небольшую плату, потому что свободных мест в отелях не оставалось. Для гостей было только два надувных матраца и завтрак, пригласивший хозяев.

На старте Airbed and breakfast поддержал бизнес-инкубатор Y Combinator. В серии А основными

партнерами компании стали Sequoia Capital и Greylock Partners, вложив \$7,8 млн. Позже в серии В они привлекли \$112 млн инвестиций от Andreessen Horowitz, General Catalyst Partners, Джефа Безоса, Digital Sky Technologies, CrunchFund и Эштена Катчера.

Сейчас, уже переименованный в Airbnb, сервис предлагает в более чем 25 тыс. городах в 192 странах самые разные виды жилья – от замков и частных островов до юрт и иглу. Офисы компании есть в девяти странах, а центров обслуживания клиентов на 2011 год насчитывалось 109, плюс к этому круглосуточная поддержка на 16 языках и возможность оплачивать 17 видами валют.

Согласно исследованию аналитической компании RJ Metrics, на сайте Airbnb.com зарегистрировано более 2,1 млн человек, и эта цифра увеличивается в среднем на 250% от года к году.

Airbnb работает по простой схеме: те, у кого есть комнаты или свободные матрацы, создают профайл и размещают объявление. Желающие найти место проживания могут использовать свой facebook-аккаунт и забронировать понравившуюся комнату. Пригласив своих друзей присоединиться к сервису, можно заработать до \$100.

Каждое объявление арендодателя на сайте бесплатно. Но при бронировании с хозяев взимается комиссия 3% от общей стоимости, чтобы

покрыть все банковские переводы. Комиссия с путешественников составляет от 6 до 12% в зависимости от суммы бронирования. За 2011 год через сервис прошло транзакций на сумму \$500 млн.

Все пользователи сервиса оставляют свои отзывы и рекомендации о квартирах и хозяевах. Возможность комментировать на сайте есть только у тех, кто в действительности побывал в той или иной квартире, при этом он сможет написать отзыв только об этой квартире, а хозяин сможет написать о госте.

В самом начале у проекта была одна большая проблема – фотографии. Люди, размещающие объявления о сдаче в аренду на сайте, не умели фотографировать, а в случае когда нужно показывать товар лицом, это было крайне невыгодно для Airbnb. Решением для них стали профессиональные фотографы. Вместо угрюмых снимков, сделанных владельцами жилья, появились фотографии, которые делали заранее обученные работники компании. Фотографы сделали более 400 тыс. фотографий, что примерно в 10 раз больше, чем экспонатов в Лувре.

В 2010 году сайт компании был признан лучшим сайтом для путешествий по версиям Travel+Leisure и The Guardian. AppStore назвал мобильное приложение сервиса лучшим в 2011 году, а журнал TIME включил Airbnb в свой топ-50 лучших сайтов за 2011 год. ■

