

ССЫЛКА НА РОЖДЕСТВО

*Facebook и несколько **стартапов** помогут в извечной проблеме выбора **правильного подарка** нужным людям*

Текст: **Алекс Конрад**

ДЖОН ПУАССОН ИЗ WANTFUL ХОЧЕТ ПРИВНЕСТИ ХОРОШИЙ ВКУС ПОВСЕМЕСТНО



Ли Линден – предприниматель из Силиконовой долины, и ему надоело пропускать дни рождения и другие праздники своих друзей. В прошлом феврале он запустил приложение для мобильных телефонов и веб-сервис под названием Kagma. Приложение подсоединяется к сети Facebook и предупреждает пользователя о грядущих праздниках. Вдобавок программа Линдена взяла на себя подбор и покупку подарка к празднику, оставляя продавцам заботу о

доставке. Благодаря таким «голубым фишкам», как Kleiner Perkins Caufield & Byers и Sequoia Capital, Линден заработал \$5 млн, но вдруг раздался звонок. Facebook собрался заниматься осязаемыми товарами и положил глаз на Kagma. Социальная сеть поставила приложение перед выбором: либо становитесь нашим официальным подарочным приложением, либо попробуйте составить нам конкуренцию. Линден был поражен внезапным интересом со стороны Марка Цукерберга и возможностью сразу

пойти на мировую. Они ударили по рукам, и Facebook объявил о «покупке» Линдена вместе с его инженерами и алгоритмами сразу после своего шумного IPO в мае. К концу сентября Facebook был уже готов открыть свою новую услугу дарения подарков.

С каждым годом все больше ритуалов нарушается благодаря интернету. Среди главных жертв – шопинг, знакомства и просмотр ТВ. Теперь идет война за высшее образование. К счастью, у дарения подарков есть иммунитет в размере \$300 млрд годового оборота. Даже несмотря на то, что интернет облегчает и ускоряет процесс, клиенты все равно подвержены риску ошибиться с размером, стилем, вкусом или цветом. Дошло до того, что в 2009 году Оксфордский словарь официально признал эту проблему, введя термин regift (передаривание).

К началу праздников Facebook собрал такие стартапы, как Wantful, Wrapp, Gyft и Gifly, для освоения моды на социальные, мобильные и онлайн-бизнес-модели и поднятия статуса дарения подарков. К их счастью, торговля в сети находится на подъеме, Forrester предсказывает, что на время праздников подъем составит 15% в США, в отличие от застоя в ретейле. Венчурный капиталист Джереми Лью, управляющий директор Lightspeed Venture Partners, сказал: «Если вы занимаетесь стартапами по продажам в интернете, то сила на вашей стороне. Все больше и больше людей находят интернет удобным для себя».

Все внимание сейчас направлено на Facebook, который одарил уже

десятки миллионов своих пользователей в США. По большому счету они делают это по старинке, но уделяют внимание упрощению процесса. Возле каждого «мне нравится» среди десятков миллионов сообщений о днях рождения они прикрепляют «сделать подарок». Кликнув, вы можете увидеть избранный ассортимент товаров от Fab.com, BabyGap, Lindt, Starbucks и iTunes. Без ведома дарителя получатель может принять подарок или выбрать другой за ту же цену. В среднем цена подарков составляет \$25. Получатели должны заполнить анкету, указав адрес, а также цвет и размер подарка. Все происходит до того, как даритель даст согласие на оплату. Как только деньги снимаются с карточки, товар приходит напрямую от продавца или нового склада Facebook в Южной Дакоте.

Теперь давайте посчитаем. Если через Facebook ежедневно проходит примерно 50 млн поздравлений с днем рождения и десятая часть превращается в осязаемые подарки за \$25, то ежедневные продажи составляют \$1,25 млн. Если торговая наценка составляет примерно 30%, то одни только дни рождения приносят социальной сети \$140 млн в год.

Вопрос остается лишь в том, чтобы Facebook выдержал издержки торговли в розницу. У них припасены сложные алгоритмы на любой случай, кроме того момента, когда продавец заворачивает и отправляет товар. Подарок приходит вместе с сувенирами от Facebook, будь то полиэтиленовый пакет или наклейка, но сама упаковка остается на совести партнеров. Ли Линден согласен с тем, что контроль качества обязателен, но он уверен в том, что существующая служба поддержки клиентов справится с новыми обязательствами.

Wantful – стартап, берущий свое начало в Сан-Франциско, использует социальные сети для упрощения процесса при выборе подарков, говорящих о хорошем вкусе. На их сайте вы сможете найти 4000 предметов, выделить 12 под типичные предпочтения именинника. Хороший вкус является главным критерием подбора подарков, и большинство

из них являются редкими или уникальными. В пример можно привести подставки из состаренной древесины или коробки для еды из телячьей кожи производства MarieTurnor. Wantful присылает свои идеи в маленькой черной коробочке и составляет персонализированные каталоги, которые приходят по почте или на iPad. Основатель и CEO проекта Джон Пуассон сказал: «Мы не считаем себя технологическим стартапом, скорее ретейл-брендом». По его мнению, суммарные траты каждого клиента в течение 90 дней скоро превысит \$200 с валовой прибылью, приближающейся к 50%.

Одновременно с ними Wrapp хочет, чтобы вы или ваши друзья делили массу мелких подарков, например в качестве благодарности. Вы

“ ЕСЛИ ВЫ
ЗАНИМАЕТЕСЬ
СТАРТАПАМИ
ПО ПРОДАЖАМ
В ИНТЕРНЕТЕ,
ТО СИЛА НА
ВАШЕЙ СТОРОНЕ

можете воспользоваться их мобильным приложением, чтобы отправить друзьям платные и бесплатные купоны для покупок онлайн или в одном из 180 ретейлеров, таких как Gap, H&M и Sephora. Это крайне выгодно для торговцев, так как за каждым пятидолларовым купоном поступают заказы на сумму в 4 или 6 раз больше. На сегодняшний день Wrapp уже выслал 4,5 млн таких купонов, но уровень их продаж остается тайной, так как деньги поступают лишь в случае использования купона. Приложение получило широкую огласку в связи с тем, что требует только одну установку для получения подарка. Вся активность приложения проходит через сети Facebook.

В Швеции преуспевает Wrapp, основанный Рейдом Хофманом и

Никласом Зенстромом, одним из основателей Skype. Вскоре после запуска приложения год назад им начало пользоваться 5% населения Швеции. Самым крупным успехом стала сделка с Blackhawk Network, оперирующей миллиардами долларов на подарочных купонах в более чем 350 магазинах США. Чтобы стать крупным игроком, Wrapp потребует увеличить свой масштаб и начать избавляться от малых операций.

Среди других стартапов этого вида можно выделить Gyft и Gifly, которые ожидают подъема среди онлайн-платежей. Gyft является серьезным игроком в деле подарочных купонов. Приложение позволяет отслеживать все свои электронные и пластиковые купоны через Passbook, новую операционную систему от Apple. На данный момент электронные купоны представляют трехмиллиардный бизнес, или 2,7% от общей массы, но темпы их роста начинают зашкаливать. По словам одного из основателей Gyft Си Джея Макдональда, ретейлеры любят их, так как они позволяют им выбирать покупателей в зависимости от местонахождения и напоминать им о залежавшемся предложении. Однако Gyft еще предстоит интеграция с Google Wallet (несмотря на то что они являются частью Google Ventures). Таким образом, они попадают на милость ретейлерам, которым только предстоит заняться предоставлением возможности оплаты через свои купоны, находящиеся в памяти смартфона. Gifly старается сохранить свою независимость, отдав предпочтение операторам кредитных карт. Дарители могут предложить место или категорию товара, например спортивный инвентарь, и назначить цену (в среднем \$55). Затем получатели регистрируют свою карточку и платят магазину аванс, после чего они выходят в сеть Gifly и погашают трату. Основатель Тимоти Бенгли говорит, что возмещение происходит мгновенно, но признает, что даже скорость света не устраняет лишних сомнений среди клиентов. С другой стороны, это намного лучше, чем быть пойманным на передаривании чужого подарка. ■