

eFind.ru против кризиса



Ведущий российский Интернет-портал поиска электронных компонентов eFind.ru второй раз подряд примет участие в выставке «ЭкспоЭлектроника», выступив ее генеральным Интернет-партнером. Первый опыт оказался успешным: прошлогоднее мероприятие принесло порталу множество бенефитов. О том, с чем компания выходит на выставку в этом году, рассказал в интервью генеральный директор eFind.ru Сергей Гребнев.

Как Вы оцениваете итоги участия в прошлогодней выставке «ЭкспоЭлектроника»?

Мероприятие, безусловно, подтвердило свой высокий статус в сфере демонстрации последних достижений электронной отрасли. Многие удивлялись — что делает на выставке Интернет-компания? eFind.ru стремится стать отраслевым ресурсом, информационным центром для всех, кто связан с электронной отраслью. Но заочное общение, пусть даже по делу, не может заменить общения личного, поэтому мы считаем, что нам важно лично общаться со своей аудиторией. Могу сказать, что прошлогодняя выставка принесла нам множество полезных контактов и даже новых партнеров. Уверен, что в этом году, несмотря на непростую экономическую ситуацию, мероприятие пройдет не менее успешно. А мы, в свою очередь, представим на ней несколько антикризисных предложений от eFind.ru.

Расскажите подробнее, о каких предложениях идет речь.

Начну с нового сервиса под названием «Распродажи». Его суть — во взаимовыгодной для продавца и покупателя реализации неликвидных электронных компонентов и оборудования. С одной стороны многие предприятия производят или покупают заведомо больше компонентов и оборудования, чем это необходимо для конкретных проектов. Один проект реализовали, второй закрыли, соответственно, часть компонентов пригодилась, а часть — нет. Предприятия бы и рады куда-нибудь их деть, но вопрос — куда и как? Не выбрасывать же. А торговля для них — непрофильный бизнес. Между тем эти излишки копят и занимают драгоценное место на складах. С другой стороны, существует множество покупателей, которые ищут возможности приобретать необходимые им компоненты, в том числе и довольно редкие, снятые с производства, как можно дешевле. С помощью «Распродаж» от eFind.ru продавец может реализовать то, что лежит «мертвым грузом», занимает место и не приносит дохода, а покупатель — дешево купить то, что трудно найти, да еще

и с гарантией от нас. eFind.ru выступает источником необходимой информации и посредником. Никто до нас не пытался организовать в глобальном масштабе подобный сервис, хотя потребность в нем очевидна. В первую очередь потому, что не хватало аудитории покупателей.

Как это работает?

Если предприятие хочет избавиться от своих неликвидов и готово сотрудничать с нами, оно присылает нам складскую информацию с указанием как минимум количества определенного товара. Мы подгружаем эти данные в eFind.ru и выставляем товар на торги. Запрашивая необходимый электронный компонент, пользователи в результатах поиска могут обнаружить, что, оказываясь, его можно купить по более выгодным условиям. Кроме того, у них есть возможность осуществлять поиск непосредственно по базе «Распродаж». Ценообразование компонентов в рамках этого сервиса контролируется нами с учетом нескольких факторов. У производителя есть стоимость, по которой он готов продать товар. Покупатель, заинтересованный в приобретении, может обозначить свою цену, по которой он готов приобрести товар, или запросить ее у нас. Сервис «Распродаж» для заводов бесплатен, но, разумеется, в стоимость сделки включается наша комиссия. Если цена всех устройств — покупатель переводит нам деньги, а продавец — отгружает товар покупателю. В течение 30 дней средства остаются «замороженными» на нашем счету — это время выделяется покупателю на проверку качества приобретенных компонентов. В случае выявления каких-либо проблем и отказа от приобретения запускается обратный процесс. При этом покупатель не теряет ни копейки, поскольку мы выступаем гарантом сделки и полностью возвращаем их. В отдельных случаях мы можем по спецзаказу организовать тестирование компонентов в лабораторных условиях. Таким образом, мы предоставляем заводам шанс избавиться от неликвидов и гарантируем, что информацию о них увидит максимальное количество заинтересованных потребителей. А покупателям мы гарантируем, что они в итоге получат именно то, что заявлено продавцом, по выгодной для них цене.

Как Вы оцениваете интерес к данной услуге со стороны рынка?

Это новое направление бизнеса и для нас, и для рынка. Однако при том, что сервис «Распродаж» запущен лишь 24 марта текущего года, число участников этого проекта уже достаточно велико. А общая масса собранная с разных складов неликвидов сопоставима с объемами складской компании.

Что еще представит eFind.ru на «ЭкспоЭлектронике»?

Еще один представляемый нами сервис получил название «Электронный Директ». Это специализированная система контекстной рекламы, предлагаемая eFind.ru. Тематика рекламы ограничена электронной отраслью, и реклама будет показываться только там, где она интересна посетителю. «Электронный Директ» — это предложение для тех, кто не хочет тратить рекламный бюджет в показы баннеров, а желает получить подтверждение интереса со стороны аудитории в виде кликов и переходов на сайт. Как говорится, показ показом, а заказ заказом. «Электронный Директ» может быть полезен в тех случаях, когда компания заинтересована не просто в имиджевой рекламе, а в продвижении каких-то конкретных продуктов или услуг. Уже существующие для этого инструменты обладают рядом недостатков. К примеру для того, чтобы работать с популярной системой «Яндекс.Директ», рекламодателю необходимо обладать глубокими познаниями в области формирования поисковых запросов и подбора ключевых слов для них. В противном случае работа системы будет неэффективной. Кроме того, нет никаких гарантий, что даже грамотно настроенное объявление «Яндекс.Директ» будет показано именно на сайтах электронной тематики. Да и рекламодателю — участники этой системы — не заинтересованы в том, чтобы на их сайтах публиковались не тематические объявления. А между тем и то и другое случается довольно часто. Отраслевой разброс участников «Яндекс.Директ» чрезвычайно велик, а автоматизированный механизм так называемого таргетинга далек от идеала. Поэтому в данной системе не редко случаются такие казусы, как, к примеру, показ объявлений о продаже нижнего белья на сайте производителя электронных компонентов. Наша система «Электронный Директ» лишена перечисленных недостатков. В ней принимают участие только сайты электронной тематики. Кроме того, в системе предусмотрен удобный интерфейс, предусматривающий вместо работы с ключевыми словами набор понятных признаков, по которым будут отбираться рекламные площадки. Очевидно, что это выгодно и рекламной площадке и рекламодателю. При этом рекламные возможности eFind.ru позволяют охватить всю аудиторию российского сегмента сети, связанную с электроникой.

Правильно ли я понял, что эффективно работать с «Электронным Директом» можно без погружения в тематику контекстной рекламы?

Совершенно верно. Работает это очень просто. С одной стороны к нам обращаются веб-мастера сайтов по электронной тематике. Для того чтобы они смогли описать контент сайтов в системе, мы предлагаем им определенный набор тегов, тем самым, предотвращая самодеятельность. Различные информационные ресурсы и форумы описываются в нашей системе по разделам так, чтобы обеспечить максимальное соответствие рекламного объявления содержанию той или иной страницы. С другой стороны к нам обращаются рекламодатели со своими объявлениями. Они выбирают признаки, по которым хотят рекламироваться, из того же набора тегов, что и веб-мастера. Таким образом, исключаются расхождения в формулировках между участниками системы. Далее рекламодатель устанавливает бюджет рекламной компании, и система начинает работать. В итоге, когда посетитель заходит на какой-либо сайт электронной тематики, описанный в нашей системе, ему подгружаются только те рекламные объявления, которые соответствуют определенным нами тематическим тегам. При этом в рамках системы «Электронный Директ» рекламодатель платит не за показы,

а только за конкретные переходы посетителей по ссылке, на которую указывают их объявления. А затраченный на это рекламный бюджет делится в определенной пропорции между нами и владельцами тематического сайта, с которого пришел посетитель.

Каков нынешний состав участников системы?

В нее уже входят все сайты электронной тематики, с которыми мы давно сотрудничаем в области баннерной рекламы, такие как к примеру monitor.net.ru. Система работает в режиме тестовой эксплуатации, а к выставке мы планируем приурочить ее официальный запуск.

Два новых сервиса Вы уже обозначили. Есть еще и третий?

Третьим нашим антикризисным предложением является новый тарифный план под названием «Лайт». Он завязан на другую нашу услугу — спецразмещение — и предусматривает коммерческое участие в системе eFind.ru с оплатой только за показы на первом месте в результатах поиска. Фирмы, претендующие на показ на первом месте, участвуют в аукционе, предварительно указав, какую максимальную сумму они готовы заплатить за спецразмещение. Они выстраиваются в порядке убывания суммы, и в итоге на первое место в результатах поиска попадает лишь та фирма, которая предложила наивысшую цену за показ. Однако если в рамках спецразмещения проигравшие аукцион фирмы показываются где-то в середине поисковых результатов, в соответствии со стандартными критериями, то в рамках тарифа «Лайт» в случае проигрыша в аукционе информация о предложении компании не показывается вовсе. Минимальная стоимость показа составляет 10 коп. Стоимость участия в системе eFind.ru на основном тарифе составляет 5 тыс. рублей ежемесячно. На тарифе «Лайт» абонентская плата отсутствует, однако при этом клиент обязуется тратить на спецразмещение не менее 1000 руб. в месяц. Это предложение ориентировано, в первую очередь, на предприятия с узкой или специфической номенклатурой, заинтересованные в том, чтобы дополнительно акцентировать внимание на своей продукции. Для того чтобы клиент мог понять, подходит ли ему тариф «Лайт», мы предоставляем месяц тестового бесплатного участия.

В чем заключается антикризисность новых сервисов eFind.ru?

Все наши новшества направлены на максимальное использование участниками и посетителями возможности eFind.ru. Кроме того, они позволяют определенным группам клиентов, так или иначе, экономить деньги. Также в ходе «ЭкспоЭлектроника» мы организуем антикризисное и антипанничное мероприятие eFind Party. Это уже третья по счету неформальная вечеринка, объединяющая интересы более чем 180 фирм-участников нашей поисковой системы. Она состоится 15 апреля 2009 года в Москве, в пивном ресторане «Дурдин». Мы собираем наших гостей, чтобы хорошо провести время, лучше узнать друг друга, познакомиться с последними отраслевыми новостями. Цель eFind Party — хорошо отдохнуть и объединить всех, кому безразлично развитие электронной отрасли в нынешних непростых условиях. На этот раз мы несколько меняем формат мероприятия, пригласив на него специальных гостей. В этот вечер вместе с нами будут Владимир Воротынец (руководитель отдела выставок электронной промышленности ООО «ПРИМЭКСПО»), Александр Биленко (генеральный директор выставки ChipExpo), Михаил Маслов (исполнительный директор Ассоциации производителей электронной аппаратуры и приборов) и другие известные эксперты отрасли. Длинный список vip-персон не превратит eFind Party в скучное официальное мероприятие — наоборот, станет веселее, полезнее и интереснее. ○