

— Многие компании в посткризисный период отказались не только от больших рекламных бюджетов, но и от обучения персонала. Как у вас выстроена сеть продаж?

— Модель активных продаж является ключевой в нашем бизнесе. Это обеспечивает успех в освоении рынка с минимальными вложениями в рекламу. Мы самостоятельно занимаемся обучением, есть несколько авторских методик и подходов. Продажи и сопровождение клиентов осуществляются по одноуровневой схеме. Менеджер, начиная от холодного звонка до постпродажного сопровождения клиента, делает все сам. Эта модель очень похожа на построение микробизнеса, принадлежащего менеджеру, и стимулирует высокий уровень личной ответственности в работе с клиентами.

Учитывая специфику нашего бизнеса, основное продвижение ведется посредством Интернет.

ПОСТРОЕНИЕ МИКРО-БИЗНЕСА СТИМУЛИРУЕТ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ЛИЧНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ

Самым эффективным оказалось размещение тематических статей в блогах, на форумах и, конечно, специализированных сайтах. Что касается рекламы, не связанной с Интернетом, то мы ее используем только при необходимости «касания» целевой аудитории.

— Какие вы видите перспективы дальнейшего развития вашего бизнеса?

— Планов много. Пока все обрисовывать не буду, но могу четко сказать, что разработаны еще два инструмента, которые будут реализованы как конкурентные преимущества, на случай появления достойных клонов у нашего проекта.

В течение месяца мы бесплатно предоставим клиентам «Радуги»

starting stage. The principle from minor to big, i.e. step-by-step investment proportional to growth of company cost is the only way in the given situation.

Besides, while creating innovative project it is hard to arouse trust among all project participants. I mean card holders and ad-

ПРИНЦИП ОТ МАЛОГО К БОЛЬШОМУ — ЕДИНСТВЕННО ПРАВИЛЬНЫЙ ПУТЬ

vertisers. There are no results at the starting stage yet and you have nothing to make comparison with. Nevertheless “Rainbow” earned respect of the service rb26.ru during the first month.

— Does seasonality influence the volume of sales?

— Obviously the issue of seasonality does exist. Our business is similar to advertising one. However, impact of seasonal activity of the

clients is performed by single-level scheme. Manager does everything by himself: starting from a call up to after-sales client support. This model is very similar to build-up of micro-business that belongs to manager and stimulates high level of personal responsibility in the work with customers.

Taking into account specification of our business the main promotion is done thanks to the Internet. It has been proved that the most efficient was placement of thematic articles on weblogs, forums and special sites. As for advertisement unrelated to the Internet, we are using it only when we need to approach a targeted audience.

— What are the consequences of the crisis for “Rainbow”?

— The system that we have elaborated meets the realities of the market and allows solving a number of problems connected to critical economical situation. We give a tool to advertising companies and marketing experts that are reducing expenses on advertisement in ten times and are building up a system of loyalty of already existing customers.

— What other perspective for your business do you see?

— We have great plans and frontiers. I am not going to outline everything now but I can definitely say that two more tools have been elaborated and will be realized as competitive advantages in case there appear worthy clones to our project.

Within the month we will provide “Rainbow” clients with own CRM free of charge. Today we are shoring up our project’s positions at the cost of social projects, announce-