



ПО для мобильных в рознице.  
История успеха.



## Что это такое?

Компания Софткей разработала инновационный сервис, который позволяет продавать в традиционной рознице программное обеспечение и другой контент в цифровом виде. Клиент приобретает право на использование программного продукта и цифровой ключ, который использует для активации продукта.

\*\*\*\*\*  
TSPOS 1.16.1M:A269 TM:1 ЧК: 512.5452

\*\*\*\*\*  
>>> заказ покупателя №864312  
>>> заказ ЗАО Софткей №3466355

Наименование: Навител Навигатор. Рег  
ион+  
Код активации: Key for SW: SK011-001  
04-dPch- Key for map: NB000  
02-  
49498-au8dw-

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*  
СПАСИБО ЗА ПОКУПКУ  
\*\*\*\*\*

## Розничные сети: Коробочный продукт

На текущем этапе все розничные сети продают программное обеспечение в виде коробочных продуктов. Однако это накладывает на них множество ограничений:

- Логистические проблемы. Товар необходимо распространить среди магазинов, оприходовать на склад, выделив на нем место, выставить на витрину, провести мерчендайзинг.
- Прямые потери. Дорогое ПО в свободной выкладке приходится либо защищать спецсредствами либо убирать из свободной выкладки, используя дорогостоящие закрытые витрины.
- Другие проблемы. Потеря товарного вида, такой товар приходится продавать с большой скидкой. Появление новых версий товара приводит к тому, что необходимо быстро распродать старые остатки.
- Ассортимент. Сеть не может сильно расширить продуктовую линейку, зачастую оставляя лишь основные продукты, которые продаются лучше всего, сужая продажи других продуктов.

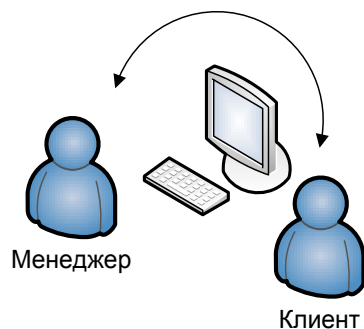
## Розничные сети: поиск новых решений

В продаже стали появляться новые виды продуктов – скретч-карты. Они решают часть проблем, например уменьшают место на витрине и на складе, однако появляются новые:

- Товар становится менее заметным для покупателя
- Покупатель не понимает, что это то, что ему нужно
- Увеличивается количество потерь от воровства

До появления нашего решения, розница сфокусировалась на продажах коробочных продуктов.

## Схема продажи



### I ЭТАП. Выбор ПО

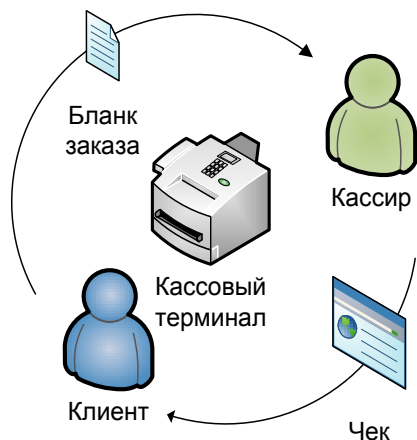
Торговый терминал (любой ПК или ноутбук, подключенный к Интернету), используется для демонстрации и выбора ПО в торговом зале (через собственную витрину, расположенную на сайте [softkey.ru](http://softkey.ru)). Презентацию ПО проводит продавец-консультант, помогающий клиенту с выбором.



### II ЭТАП. Оформление заказа

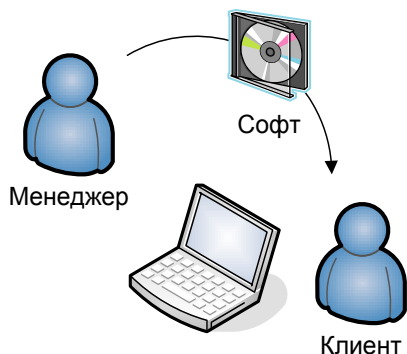
Продавец, выбрав ПО, формирует заказ в виде бланка (товарный чек с перечнем заказанного ПО и договор с покупателем), распечатывает его и передает покупателю для оплаты на кассе.

## Схема продажи



### III ЭТАП. Оплата на кассе

Покупатель передает бланк заказа кассиру, Покупатель оплачивает заказ (возможна любая степень автоматизации) на кассе. Касса подтверждает оплату и получает серийные номера купленного ПО, которые распечатываются в кассовом чеке. Покупка завершена.



### IV ЭТАП. Постпродажный сервис

Покупатель может самостоятельно получить дистрибутив, скачав его с сайта вендора. В качестве дополнительного сервиса магазин может предложить записать его на носитель (диск, флэш-карту) или установить ПО на ПК или телефон.

## Запуск

Май 2009



Май 2010



Июнь 2010



Декабрь 2010



Июнь 2011

# ЕВРОСЕТЬ

Всего на 10.06.2011 проект работает в более чем в 4 500 торговых точек



Интернет-супермаркет программного обеспечения и цифрового контента

## Потенциальные партнеры

Ведутся переговоры по подключению новых партнеров среди лидеров федеральной розницы



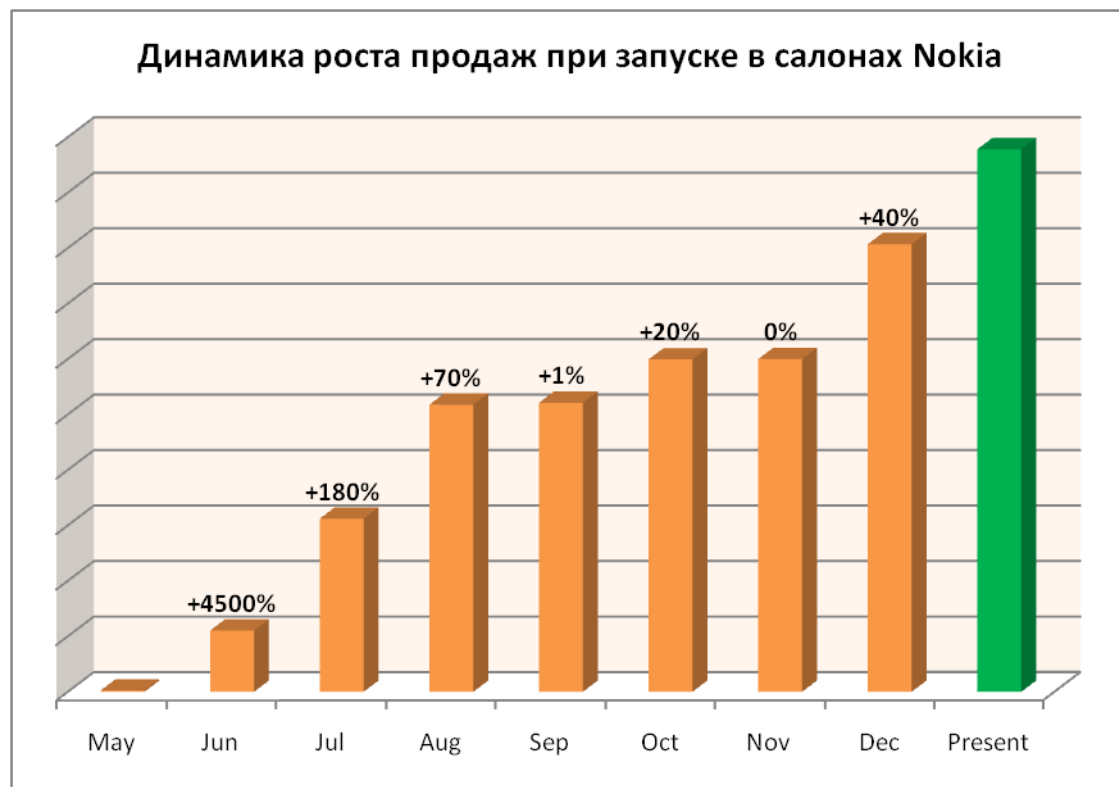


## Опыт запуска продаж в мобильной рознице

Развитие продаж в первые месяцы является залогом успеха проекта в целом.

Выход на стабильные продажи прогнозируется в течении первых трех месяцев.

На последующий рост продаж значительное влияние будет оказывать сезонность



## Показатели эффективности

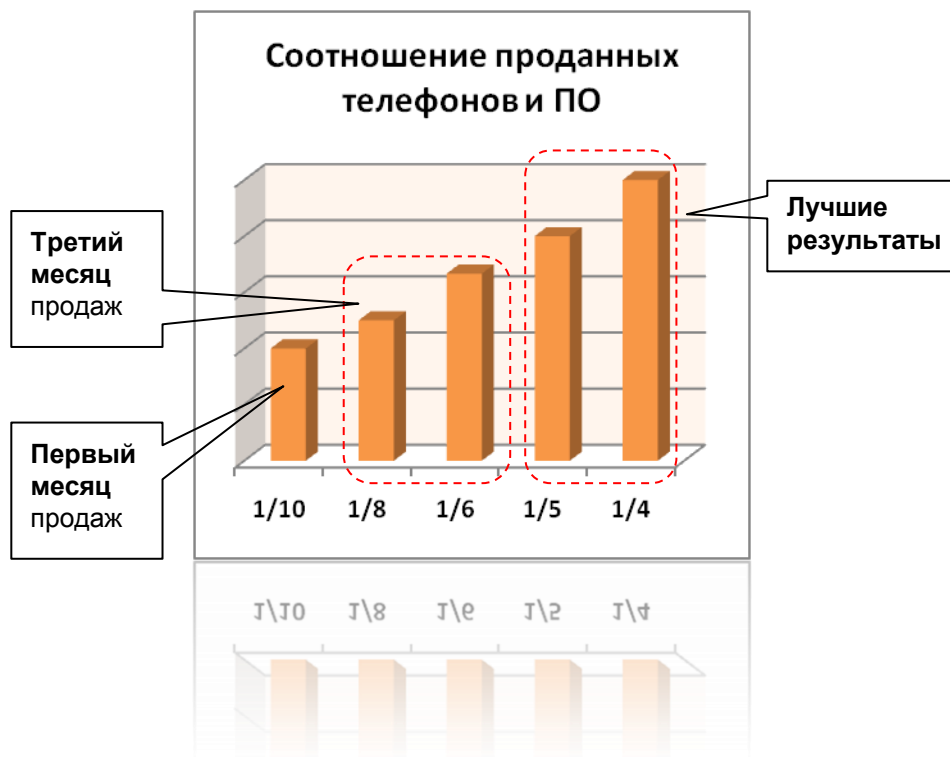
### Соотношение проданных телефонов и программ (аттачмент)

Один из важнейших показателей!

Основная цель – продажа ПО к каждому телефону (100%).

При запуске продаж цель - достичь продаж 1 ПО на 10 телефонов.

Постепенно продавцы научатся более эффективно продавать ПО, предлагая несколько программ к одному телефону, увеличивая этим аттачмент.



## Показатели эффективности

### Средняя стоимость проданной программы (средний чек)

Второй важнейший показатель, позволяющий оценивать эффективность продаж.

Предлагая более дорогое ПО, можно эффективно увеличивать оборот, когда добиться большего аттачмента уже сложно.

Продавец должен хорошо знать ассортимент, разбираться в тонкостях программ, чтобы переориентировать покупателя на другое ПО.

Для продавца увеличение стоимости ПО – увеличение собственного дохода.



НОВЫЙ ЧЕК  
ИНН. 007700000000  
НМ 20568331  
КЛ 0288  
23.07.08 11:14  
-----  
1 6000.00  
-----  
ИТОГ\*\*\*\*\*6000.00  
НАЛИЧ 6000.00  
СДАЧА 0.00  
**СПАСИБО!**  
КАССИР 1 ЧЕК 0012  
\*ПФП 000000007863\*  
ЗКЛЗ 2707699854  
00010392 #044887

## Расчет целей по обороту

Зная два основных показателя – аттачмент и средний чек – можно легко построить прогноз на период от запуска до выхода на постоянные продажи.

Расчет на один магазин	Первый месяц	Четвертый месяц
Продажи телефонов	500 шт	
Аттачмент	1/10	1/6
Средний чек	450 руб	550 руб
План по обороту	~ 22 000 руб	~ 45 000 руб

Таким образом, можно легко определить цели для розницы в виде планов продаж и рассчитать экономическую эффективность проекта в целом.

## Результаты и планы

### Рост доверия покупателей

Покупатели в целом тепло приняли новый продукт, их не смущает новый способ продажи. Розничные сети правильно предлагают покупателю выгоды от покупки ПО таким способом и предлагают дополнительные услуги по установке и настройке купленного ПО, предлагая законченное решение.

### Резкий рост оборота по некоторым продуктам

Огромный скачек в обороте по тем вендорам, которые предлагают решения для мобильных продуктов. Расширение ассортимента за счет новых продуктов.

### Расширение ассортимента

За счет поиска новых вендоров и предложения цифровых версий на текущие продукты, которые представлены в коробочном виде. Расширение ассортимента за счет другого контента (электронные книги, игры для ПК и игровых платформ).

### Популяризация платформы

Создание единой системы, включающую в себя портал для обучения продавцов, интеграция в социальные сети для привлечения новых клиентов, дополнительной мотивации продавцов и пр.

## Отзывы вендоров

*«Новый канал дал нам 20% роста на фоне продаж по всему миру»*

*-Виктор Дронов, Лаборатория Касперского*

*В период, когда «Софткей» начал продажи нашего продукта для смартфонов Kaspersky Mobile Security в рамках бизнес-модели «Retail Software Distribution», мы столкнулись с проблемой дефицита эффективных каналов продаж. Пользователи смартфонов не восприимчивы к традиционной модели «коробочного» ПО. Онлайн-порталы (Android Market, Ovi Store и т.д.) дают доступ к большой аудитории, но предоставляют крайне ограниченные возможности продвижения продукта, а также провоцируют ценовой демпинг.*

*Первые результаты работы в рамках этого канала были ошеломляющими. Продавцы в рознице были хорошо осведомлены о продукте и мотивированы на высокие результаты продаж. Наш продукт благодаря качественной и короткой (1-2 минуты) презентации вызывал колоссальный интерес. В целом, новый способ получения приложений – в ритейле, при покупке смартфона – оказался абсолютно органичным для покупателей. И, как следствие – высокодоходным для ритейлера.*

## Отзывы вендоров

### *Чего удалось достичь:*

- *продажи Kaspersky Mobile Security в розничном канале росли быстрее всех прочих наших каналов – опережая совокупный темп роста продаж в 2-3 раза;*
- *доля продаж через этот канал в России составила более 80%;*
- *продажи в этом канале – только в России! – в отдельные периоды достигала 20% от мировых продаж продукта;*
- *эксперименты в рознице с ценой на продукт – он продается дороже, чем в онлайн-магазине – доказали что покупатели готовы платить больше за удобный способ получения приложений.*

*Мы с оптимизмом смотрим на инициативы «Софткей» по дальнейшему продвижению модели. То что видим мы, это попытки вендоров и операторов отщипнуть друг у друга кусок высококонкурентного рынка онлайн-магазинов приложений. В то время как колоссальный потенциал продажи приложений в ритейле крайне недооценен. В этом – огромная возможность для всего российского ритейла».*



«Лаборатория Касперского» — самый популярный в России и крупнейший в Европе производитель систем защиты от вирусов, спама и хакерских атак. Компания входит в четвёрку ведущих мировых производителей программных решений для обеспечения информационной безопасности.



Интернет-супермаркет программного обеспечения и цифрового контента

## Спасибо за внимание!

Если у вас возникли вопросы, присылайте их  
на электронную почту [kich@softkey.ru](mailto:kich@softkey.ru).