



## MobiAssist. Результаты мозгового штурма

*Резюме: в условиях, когда среди пользователей интернета нет сложившейся привычки платить за телефонную консультацию по особому тарифу (а у другой части пользователей — оказывать эту услугу), любые интернет-проекты в этой области представляются сверхамбициозными и ресурсоёмкими, в первую очередь — из-за затрат на формирование спроса и новой потребительской привычки. Причём самым рискованным, на наш взгляд, является т. н. «централизованный подход», когда для взаимодействия Консультантов и Спрашивающих создаётся интернет-площадка, будь то сайт или мобильное приложение.*

Какой бы прекрасной, новой и оригинальной ни была идея этой площадки, чтобы вдохнуть в неё жизнь, нужны постоянные посетители — лояльные, заинтересованные и, учитывая экономику сервиса, — почти бесплатные. Способов добиться этого немного: либо сервис должен быть «у всех на устах» (как Яндекс или Авито), либо — появляться в поисковиках в ответ на запросы пользователей. Для последнего жизненно важен контент сайта, прежде всего текстовый, который регулярно возобновляется силами самих пользователей. Однако, в случае «Мобильного консультанта» маловероятно, чтобы за счёт только вопросов пользователей удалось произвести такой контент, который бы заметили и высоко оценили поисковик. Во всех значимых темах (юриспруденция, психология, недвижимость, строительство, языки, здоровье) уже предостаточно неплохих контент-проектов, конкурировать с которыми за внимание поисковиков будет очень сложно.

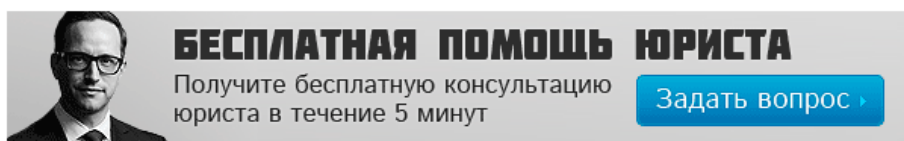
Потому мы предлагаем сосредоточить усилия не на «создании сайта» (он у «Мобильного консультанта» уже есть и концепция его развития была предложена нами ранее, мы по-прежнему считаем её актуальной для воплощения), а на развитии сервисов вокруг идеи «теперь каждый может включить тарификацию входящих и зарабатывать на этом». Причём самым рациональным способом продвижения этих сервисов нам видится сотрудничество с владельцами (или веб-мастерами) сайтов, уже имеющих трафик. Эти люди прежде всего заинтересованы в монетизации трафика и, как правило, с интересом рассматривают новые способы взаимодействия со своей аудиторией. Так среди клиентов «Мобильного консультанта» появляется новая категория — «владелец сайта», и ряд сервисов, которые при благоприятных условиях он мог бы предложить своей аудитории. Об этих сервисах и поговорим.

## Сервисы для владельцев сайтов

### 1. Виджет для контент-проекта

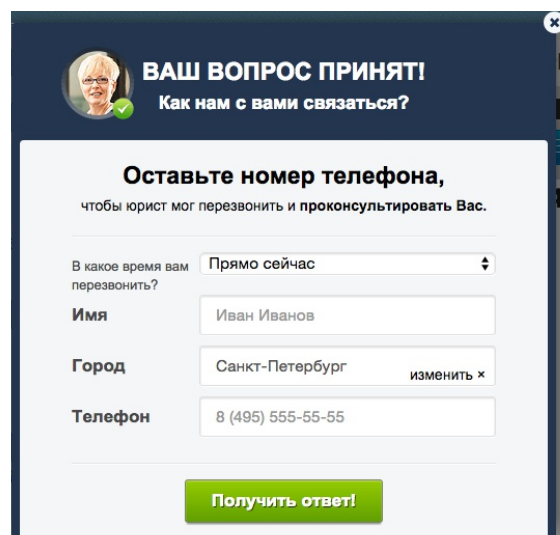
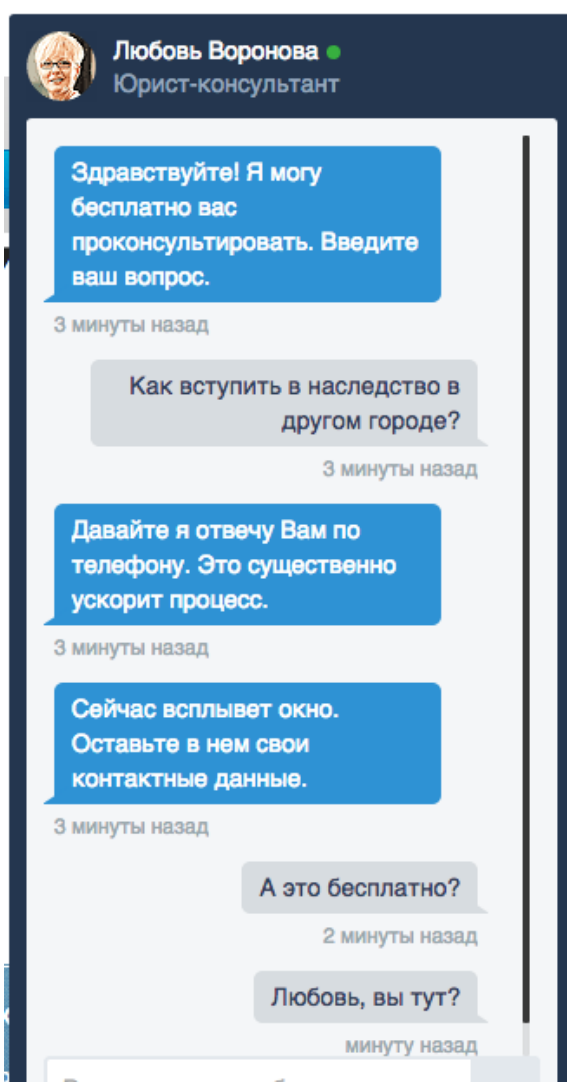
Контентные сайты, чья бизнес-модель построена на продаже «лидов», сейчас используют веб-форму для получения контактных данных потенциально заинтересованных пользователей. Частенько форма маскируется за баннером или даже «псевдоживым» онлайн-консультантом (на самом деле это конечно же робот), которые предлагают перевести общение в телефонный канал. Ниже — примеры монетизации трафика с сайта gk-rf.ru:

(а) баннер, который показывает форму запроса телефонного номера:



Задайте вопрос или позвоните по телефону **8 (499) 346-74-81**

(б) псевдоконсультант, постоянно показывающий окно запроса телефонного номера:



Наше предложение — расширить набор доступного им инструментария виджетом, позволяющим тут же выбрать специалиста, узнать стоимость разговора с ним и позвонить ему за консультацией. Виджет предлагает только тех специалистов, которые отвечают тематике сайта и доступны в данный момент времени. Кроме того, при большом числе консультантов возможны дополнительные ограничения: по рейтингу специалиста, опыту, региону, стоимости (предлагать только тех, кто принял не менее 10 звонков и имеет рейтинг не ниже 4 из 5 и находится в том же регионе, что и посетитель сайта и просит 5 рублей за минуту).

В сочетании с дополнительной опцией «1-я минута бесплатно» виджет поможет подготовить пользователей к АоКу, т. к. расскажет им порядок обращения к консультанту.

Дополнительная опция: гарантия анонимности звонящего. Сейчас для того, чтобы получить консультацию специалиста, приходится оставлять свой номер телефона, после чего на него начинает сыпаться реклама. В случае консультации психолога, врача, финансовых и некоторых юридических консультаций пользователь может сознательно не хотеть раскрывать свой номер телефона консультанту и предпочтёт анонимный звонок — форма (и система «Мобильный консультант») должны объяснять, как это сделать. Например, нажав «9» в АоКе.

## 2. Виджет для сервисного сайта («платная техподдержка»)

Аналогичен предыдущему с той лишь разницей, что владелец сайта при помощи этого виджета сможет продавать время своих сотрудников, например — специалистов технической поддержки тем клиентам, которые не имеют права на бесплатную телефонную консультацию. Виджет предназначен для сервисных компаний: автомобильная техпомощь, компьютерная помощь, ветеринарная клиника, личная страница психолога. Можно вставить в персональный сайт или блог (предусмотреть поддержку популярных платформ — Bitrix, UMI.CMS, Wordpress, Wix и другие).

Показывает только тех консультантов, кого в настройках виджета указал администратор ресурса. Виджет брендирован как whitelabel (не содержит логотипа «Мобильный консультант» и ссылки на каталог других консультантов, внешний вид гибко настраивается для соответствия дизайну сайта) и может быть расширен (или интегрирован?) с обычным текстовым онлайн-консультантом (см. соответствующий спецпроект). Во внерабочее время консультант заменяется на форму, которая предлагает оставить номер телефона. В момент появления консультанта на работе спрашивающему приходит SMS-ка «Консультант такой-то ждёт вашего звонка по телефону такому-то. Тариф такой-то. Для начала разговора после автоответчика нажмите 1».

## 3. Интеграция с форумами

Форумы не смогут интегрировать предложенные выше виджеты, т. к. число их пользователей измеряется десятками тысяч, среди которых сотни людей могут пожелать стать консультантами.

Традиционно на форумах для рекламы себя используется свой профиль и подпись в сообщениях. Соответственно, можно попробовать провести там рекламную кампанию по

продвижению «Мобильного консультанта» партизанскими методами — создать нескольких пользователей с внятным текстом в подписи и профиле, начать активность от их имени.

Для встраивания в форум пользователям достаточно в личном кабинете показать несколько шаблонов текста, которые они могут скопировать себе в подпись. Почему несколько? Чтобы консультант мог выбрать приемлемый для него вариант описания своей деятельности, например: «Поддержка пользователей Андроида. 5 рублей/минута, тел.такой-то, по будням с 18 до 22. Андрей» или «Помогу раскрыть все возможности вашего телефона, порекомендую полезные приложения. 5 рублей/минута, тел.такой-то, по будням с 18 до 22. Андрей».

Соответственно, в личном кабинете консультанта должен быть список форумов выбранной им тематики, где ему рекомендуется зарегистрироваться для поиска клиентов.

Следующий шаг — виджет для профиля пользователя и подписи, который будет подтягивать с сайта «Мобильного консультанта» его рейтинг, число принятых звонков, тариф и время доступности в реальном времени. Такая функциональность потребует уже официального сотрудничества с администрацией форума (см. соответствующие спецпроекты).

Возможный приятный побочный эффект — помочь консультантам преодолеть стеснение и неловкость в продвижении себя. Для этого будем избегать в шаблонах текстов слов «консультант» и «проконсультирую». Лучше — придумаем нейтральные тексты, которые не будут ассоциироваться с предпринимательством, а скорее намекнут на возможную работу по найму («Техподдержка пользователей», «Помощь механика в дороге», «Строитель делится профессиональными секретами»).

#### 4. Приложение для социальной сети

Идеологически аналогично виджетам для сайта, но встраивается в страницу компании на Facebook или ВКонтакте как дополнительная вкладка (Custom Tab). Пример: сервис рассылок MailChimp встроен в FB-страницу [Dotti Media](#):

