

Вот такой вот shopping, малята...

Тесты – очень важная вещь, они показывают потребителю сегменты рынка, формируют спрос, обсуждают приоритетность тех или иных технических характеристик, в конечном итоге служат базисом для консультантов, к которым обращаются при покупке ваших товаров. И надо это и другой стороне луны – продавцам и производителям, потому как чтобы хорошо продавать, надо знать и понимать потребности и уровень осведомленности покупателя.

Однажды на вопрос о возможности найти врача в Германии мой немецкий партнер прислал мне три теста клиник (больше сотни в совокупности) из разных журналов общественно-политической направленности. С комментарием, что это самый лучший способ и самый компетентный источник в вопросе выбора врача и клиники. И по этому факту хочется сразу прокомментировать. Для тех, кто любит оплачивать свой рекламный материал в нашей бизнес-общественной прессе, – благодаря вам, товарищи, мы еще долго не будем иметь возможность найти врача в прессе или довериться ей в каком-то другом важном вопросе.

Когда-то в 1996-97 годах на запрос о тестировании ПК народ соревновался в вопросе, кто лучше свернет, любое не первое место объяснял осенними деформациями рынка, а соблюдение модельности и цены хотя бы две недели не выдерживали никакой проверки. Поэтому с развитием сетей и присутствия компьютеров в них стало возможным и даже нужным тестирование основного элемента информационных технологий – Персонального Компьютера, его технических показателей, сервиса до и сервиса после, процесса приобретения и гарантийного обслуживания.

Сбыча мечт

Украинская пресса бывает разная, но самые дорогие журналы с самым большим подписным тиражом заслуженным доверием пользуются давно и тестовой лаборатории в том доверии отведено центровое место. Потому большой честью для меня было приглашение Тестовой лаборатории hi-Tech принять участие в ано-



Эллина Шнурко-Табакова,
Издатель и Коммуникатор,
esht@cp-ua.com

нимных закупках компьютеров в сетевых магазинах Киева, чего хотелось еще в далекие девяностые. Закупки проходили в сжатые сроки праздничных дней, и так креативно так много денег я еще никогда не тратила. То бишь соотношение стоимости, эмоций и полученных знаний получилось оптимальным. Поскольку покупать надо было не все подряд, а выбранные модели (hi-Tech PRO #6), то процесс происходил примерно в 25 магазинах города Киева. Для удобства описания я попыталась разбить его на стадии.

Стадия 1. Розыск товара в позе прополки руками

Только в процентах десяти магазинов без помощи справочных

Только в процентах десяти магазинов без помощи справочных служб можно обнаружить область расположения компьютеров

служб можно обнаружить область расположения компьютеров. И только в 30 % магазинов они стоят на уровне глаз и рук. Недавно узнала, что есть исследование о том, что мужчины НЕ ПОКУПАЮТ товар с нижних полок. Наверное, компьютер – товар женский или детский, потому как стоит он обычно низенько и таблички на нем пишут мелко и прячут далеко – куда-то глубоко в прилавок. Есть, конечно, и счастливые исключения, удобные и комфортные. Чаще они случались в фирменных магазинах компаний. В сетях их просто выстраивают по цене – сле-

ва подешевле, на железках двухгодичной давности, справа – подороже. Или наоборот, не принципиально. Главное – мужчина, желающий приобрести комп, легкой жизни ждать не должен. Психологически все построено так, чтобы он ушел. При этом специальные места с продвижением – столы и отдельные витрины – иногда предлагают не самое новое и скорее показывают желание магазина распахнуть залежавшийся товар, чем в действительности продать новую модель. City.com на Петровке ко всем этим трудностям добавил еще одну – нужный ПК просто отсутствовал на витрине, мы его раскопали под прилавком и заставили продать, правда, без драки.

Стадия 2. Зов продавца

Понятно, что после нахождения товара его хочется обсудить, а иногда и спросить совета. Если кто-то наивно полагает, что в компьютерных супермаркетах от консультантов надо отбиваться – то это их дівочі мрії. Никого там нет. В фирменных магазинах они быстро приходят раза с третьего (в среднем), в супермаркетах лениво подползают с немим вопросом на лице – неужели это барахло кому-то нужно, ну а в Metro, понятно, появились после крика души – не поможет ли возможности прихода упаковщика разгром витрин и поломка ненужных нам моделей.

Стадия 3. Обнять и плакать

Приятно просто знать, что так много в общем-то в стране прият-

ных знаний о компьютере относились: все внутренности из далекой Азии, бренды дороже на 200 гривен, а внутренности те же. Про какую сбалансированность системы вы говорите! – собрали по разным ящикам, а ваше дело выбрать. За время «на покурить» в МКС доставили памяти, но кофеем не баловали нигде. Вопросы, зачем вам компьютер, практически не задавали, и хорошо: правды бы не услышали, а врать – некрасиво.

Для украинской Висты было еще рано. Но и русской с английской разгуляться никто не предлагал. Возможность купить коробочку нового софта была отмечена в магазинах «Юнитрейда» (единственная сеть, где на любой вопрос отвечали вежливо, компетентно и не задумываясь) и eVerest. Все остальные с загадочной улыбкой говорили о возможности поставить XP за цену от 300 до 800 гривен за одно и то же. Единственный магазин eVerest гордо сказал, что может предложить «голый» компьютер, но он будет стоить на 15 % дороже. Поскольку стоимость была абсолютно приемлемой, то мы с удовольствием согласились приобрести компьютер с легальным ПО. Все остальные сделали все, чтобы покупатель отправился на Петровку (см. колонку в СР #8/2007, «Разруха не в клозетах...»). При этом многие машины без софта были дороже. Вопрос остается – кому это выгодно? С рентабельностью явно происходит что-то странное – у одних есть, у других – нет, при этом чем дороже, тем меньше вероятность купить с ПО. Причем международные бренды играют в ту же игру – только процентов двадцать предложенных конфигураций содержали предустановленные операционные системы.

Стадия 4. Закройте форточку – шара вылетит!

Ну кто не любит скидки? А при отдаче живых денег так особенно! Ну так не дождетесь. Даже если берете четыре рабочие станции. Вначале надо стать счастливым обладателем карточки, а вот в следующий раз, может быть, и получится урвать процентик-другой. Единственный «Фокстрот» потешил – и сразу дал и карточку «Комфорт», и положенные 2 %. Некоторые, правда, решают по-семейному: когда я в следующий раз приду в магазин «Навигатора», я просто скажу, что

уже покупала, и мне обязательно сделают скидку. В eVerest и так постоянно все со скидками – потому заморачиваться не стоит. А вот City.com.... Даже не знаю, с чего начать. Ну, прежде всего, чтобы сразу отстали, у вас администратор просит регистрационный налоговый номер. Иначе договор о бонусной программе заключить не получится (зачем договор, если хочется ну хотя бы знак, что ты желанный гость). Не на ту нарвались – позвонила в отдел защиты от государства (бухгалтерию) и код получила, и в договор внесла. И получила карточку с заверением, что если завтра куплю комп в любом другом магазине City.com – обязательно зачтется, хотя «бонусы» будет видно недели через две». Где и кто их увидит – не поняла, а при попытке понять в другом магазине самое мягкое из услышанного звучала примерно так: «Девушка, ВЫ НИЧЕГО НЕ ПОНИМАЕТЕ». Планка у меня сорвалась вместе с крышей, и я с матами убежала понимать в другие места. Нельзя не отметить, что «Юни-трейд», входящий в тот же холдинг, что и City.com, на уже высокий уровень обслуживания накладывает повышенный интерес к обладателю карточки клиента, и кайф поку-

пательский возрастает до европейских ощущений.

Стадия 5. Вынос тела

А особенно – нескольких. Исключительно самовывозом. До кассы еще некоторые доносят – дальше как сможешь. То есть если мама делает подарок сыну с дочкой и купила ДВА компьютера, это наверняка ее проблема – тащить груз в машину (или на маршрутку). При этом проверка купленного компьютера хотя бы на соответствие комплектровке происходит после кассы. Интересно, какой после этого процент обмена и возврата товара? Даже продвинутому покупателю совершенно не понятен ход мысли – в начале заплати, а потом удостоверься, что штука работает. Вот, например, покупаете вы костюм – деловой и дорогой. А вам говорят: вначале оплатите, а потом примеряйте. Плохо сидит – оформляем возврат, и так еще раз двадцать. Или духи, не нюхая. Кто-то обкурился при выработке правил функционирования магазинов высоких технологий. И забыл объяснить персоналу, что громоздкие предметы принято помогать доносить до машины или предлагать доставку. Таким образом поступают во всех остальных состоятельных

отраслях бизнеса (мебели, стройматериалов и даже цветов).

Финализация

Ну и, конечно, – ГАРАНТИЯ. Практически все производители жестко ограничивают пользователя не лезть куда не надо (кроме МКС с пломбированием важных узлов, но не корпуса). С одной стороны, правильно – далеко не всем это надо и далеко не всем в конечном итоге полезно. НО – если вам надо доставить платочки с USB-портами – вам в сервис-центр, трагиться на дорогу, на ожидание – получится эта легкая реконструкция золотой.

Единственная альтернатива удовлетворить свои существующие и будущие желания – покупать на заказ в фирменных магазинах и офисах производителей. Но к этому ли стремиться рынок? Хотим ли мы по-прежнему претендовать на звание некоего эксклюзивного товара, вместо того чтобы удовлетворить разнообразием предложений практически любой спрос? Как минимум – не всегда, потому что компьютеры K-Trade присутствуют практически везде и в самом разнообразном виде. Наверное потому, что нет своих магазинов. А международ-

ных брендов, HP или Dell, практически тоже нет – хотя и нет собственных магазинов. Парадокс.

Главное чувство по результату контрольных закупок – недоумение. Во-первых, потому, что купить навороченную модную и дорогую машину практически невозможно – предложений нет. 4000 гривен за системный блок – это очень неплохой компьютер, но в продажу он практически не поступает, дороже – днем с огнем не сыщешь. Во-вторых, около 80 % предложений – компьютеры на устаревших комплектующих. То есть разрыв между продвижением нового и присутствующего в продажах можно исчислять годами. Маркетинг есть, но он ведет в никуда. В-третьих, культура пользователя в сторону легализации программного обеспечения никого из участников продаж не заботит – абы дешевле. Но дешевое бывает ли лучшим?

Все эти вопросы мы и предлагаем обсудить на круглом столе 7 июня в медиа-центре «Четвертый Сектор», куда приглашаем всех участников процесса – производителей, вендоров и магазины. Регистрироваться для участия можно на форуме www.cp-ua.com. До новых встреч!

CP > Инфокод 710049

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАКУПКИ!



ЧИТАЙТЕ В ИЮНЕ!

ТЕСТЫ
УКРАИНСКИХ
КОМПЬЮТЕРОВ

при поддержке

