

«Мой пациент – владелец компании, которая уперлась в потолок»

Предприниматель Герман Клименко рассказывает, почему стартапы готовы променять долю в бизнесе на рекламу в интернете.



Владелец портала Liveinternet и системы медиаконтекстной рекламы MediaTarget Герман Клименко задумал революцию на медиарынке. Совместно с медиакорпорацией ВГТРК он создает фонд, который выкупает доли в стартапах в обмен на рекламу на своих медийных площадках. Slon.ru расспросил Клименко, в чем изюминка его нетривиальной модели взаимодействия и кто на нее клюнет.

– Как появилась идея создать такой фонд?

– Раньше я профессионально не занимался ни стартапами, ни инвестициями, но количество стартаперов, желающих получить у меня деньги, удручало. В свое время меня вдохновляла газета «Экстра М». У них были фирмочки, которые они развивали сами, публикуя их рекламу в газете. И я вдруг подумал: «У меня же много рекламы – 1 млн уникальных пользователей в день на Liveinternet и 13 млн на [система контекстной рекламы] MediaTarget. Попробую

отстроить такую модель: реклама в обмен на долю в бизнесе».

Год назад я написал в «жежешечке» проникновенный пост на эту тему. Пришло пять компаний. Сейчас у меня есть 30-процентная доля в трех из них. Это очень хороший показатель. Теперь мы с ВГТРК играем в то, чтобы собрать 100 средних проектов и вырастить из них 50 нормальных.

– Зачем стартапам реклама, если они стремятся получить денежный поток?

– Мой пациент – владелец состоявшейся компании, которая уперлась в потолок. Не потому, что он тупой, а потому, что не умеет рекламироваться. Ему нужны не деньги, а квалифицированная рекламная поддержка. Я не называю «стартапом» девочку, которая придумала гениальную идею, готова отдать 10% за \$2 млн долларов и уверена, что приносит мне счастье. С точки зрения нормального бизнеса это шизофрения и параллельная реальность. Представьте, банкиры соберутся и станут делать «стартап банкиров», чтобы взлететь в топ-10 российских банков.

Вокруг крупных компаний, а у меня она не мелкая, всегда бегают такие сумасшедшие и просят денег. «У меня есть шикарная идея, но я не знаю как вам ее рассказать. Дайте честное слово, что вы никому не расскажете, потому что вы можете эту идею украсть». Это стандартное письмо. А мы говорим не о таких стартапах. Когда Forbes пишет про 10 лучших стартапов Америки – там все компании созданы три-пять лет назад, и им только сейчас дали денег.

– Откуда у состоявшихся компаний проблемы с рекламой?

– Вот реальная картина. Представьте контору, которая занимается SEO. В ней два мальчика-учредителя и три девочки сидят – набивают ссылки. Мальчики зарабатывают десятку и по пятерочке кладут себе в карман. Эта пятерочка уходит, в основном, женам. Потому что ну что нужно этим аутичным программистам? Главное, чтобы иногда секс был и пиво было. Больше ничего. Но жены их пият. «А вот смотри, эта ездит за границу куда-то!» «А вот эта купила «Туарег», а я что, лохушка что ли?» В общем, хочется больше.

Программисты могли бы взять деньги на раскрутку займы, но это большие риски. Поэтому жена получает \$2,5 тыс. вместо \$5 тыс. Норковые шубы – они подождут. Но вы же понимаете, что клиенты не появятся сразу. На следующий месяц жена спрашивает: «Сколько мы заработали?» Оказывается, что не \$5 тыс., а \$5,3 тыс.

Надо бы продолжать, но жена говорит: «Мы же будем так пять лет е...аться!» Тут выясняется, что если пустить в бизнес Клименко за рекламу, то пятерка уже никуда не девается. И начинается процесс согласования.

– В чем он заключается?

– Вот как, например, один всемирно известный российский инвестор покупает фирму? Это очень просто. У вас есть какой-то сайтик. Вы аутичный программист, неприспособленный к жизни. Вам даже денег не нужно. Просто интересно с этим инвестором пообщаться. Он приходит и говорит: «Вы будете стоить \$20 млн, а я вам дам два». Вы говорите: «Да? Ну и на х... пошел!» А мне, если я этот инвестор, хоть ссы в глаза божьей росой. Главное, я цифру обозначил, а ты визиточку возьми.

Вы уходите домой. У вас дома жена и \$300 долларов в месяц. Ну или неважно сколько. Приходите, у вас секс, и вы ей говорите: «Знаешь, дорогая, я у тебя не чмо последнее! Ты меня чмыришь за то, чем я по ночам занимаюсь. А ко мне сам известный инвестор пришел, \$2 млн долларов обещал. И я ему сказал: «На х... пошел!»

Через две недели вы мне сами позвоните и скажете: «Ну ладно, пять!» А я вам знаете что отвечу? «Один!» Вы скажете: «Как же так! Вы обещали хотя бы два!» А я передумал. Вы и на один миллион согласитесь, но на самом деле получите 500 000. Дело в том, что ваша жена уже эти \$2 млн как будто бы получила и потратила на шубки и машины. Вот и все. Теперь у вас просто нет выбора.

– Все ваши клиенты – женатые программисты?

– Это люди, у которых, к моему счастью, есть обязательства. Перед женой, родителями или детьми. Сироты – не мой контингент. А если семья есть – это очень хорошо. У человека бизнес, который можно масштабировать, но он не хочет рисковать. А я, в некотором роде, его эксплуатирую. Цинично, но что поделаешь.

– Можете назвать стартапы, которые уже стали вашими партнерами?

– Есть SEO-контора, контора программистов и офлайн-магазин детских товаров. Есть еще брокерская контора, но мы разошлись. Не смогли согласовать долю. Я их просто рекламирую – за деньги. А еще был интернет-сервис по продаже авиабилетов, но в этом случае я вышел из бизнеса. За несколько дней с момента объявления о партнерстве с ВГТРК пришло еще пять заявок. Сейчас я веду переговоры с сетью детских центров и бухгалтерским форумом. Имен назвать не могу. Люди почему-то считают, что если ты состоявшийся и меняешь долю на рекламу, то это тебя чем-то порочит. То есть не то, чтобы порочит, – смущает. Продать долю за деньги – это благородно. А за рекламу – как-то пошло.

– Чем вам не угодил продавец авиабилетов?

– Руководитель компании не уделял внимания своему сайту. Мы сделали как сделали, а вы нагоните нам трафик, и будут продажи. Эта модель не работает. Мы не просто даем рекламу, а профессионально разбираемся в том, что происходит. Есть же понятия дизайнера и «юзабилити». А там на сайте была девушка крупно нарисована, и все формочки внизу. Приходит человек за билетами и видит девушку на розовом фоне. Это называется «реклама в говно», но директору нравится. Что я могу поделать? Поэтому я с ужасом представляю, как стартаперы берут деньги у владельца. Когда я даю рекламу, у меня хотя бы есть возможность просто выйти из бизнеса. А если бы это были деньги, то куда бы я ушел.

– А рекламных площадей не жалко?

– Конечно, я могу недополучить прибыль. Но недополученные и потраченные деньги – это разные вещи. Вот если бы я тратил деньги – это было бы расстройство, а безденежный вариант мягче. К тому же, у нас есть свободный трафик. Свободных площадей, которые можно найти, ну процентов 70–80%. И у всех в интернете то же самое. Это не телевидение, где есть рекламные блоки, и объем рекламы конечный. На сайте всегда можно втиснуть лишний банер. Так что моя себестоимость – ноль.

Кто-то скажет, что Клименко решил свой дерьмотрафик слить куда-то. Но это не будет играть роли. Когда ко мне пришел первый клиент, я ему сказал: «Постой, давай не будем сейчас торговаться и говорить, что моя реклама – говно». Я просто поставил рекламу на два дня бесплатно, чтобы все обсудить предметно.

Я показываю, какую рекламу я для него покупаю, и как это делаю. Он говорит: «Зачем ты мне теперь, Гера? Я

пойду». А потом оказывается, что ему эта же реклама обойдется в сумму, которой у него просто нет. Он возвращается, обзывает меня негодяем, подонком, и у него начинается стандартная ломка, как в истории с известным инвестором. Причины ломки в том, что я сказал ему с самого начала: с рекламной поддержкой прибыль его конторы за год вырастет в 10 раз.

– Каковы реальные результаты?

– С SEO-конторы мы получаем прибыль. С двух других – пока нет.

– Каким образом оцениваете долю в бизнесе, которая причитается вам за рекламу?

– Реклама – не мерило. Ее не измеришь в «мерседесах». Вот представьте, мы сейчас будем менять хлеб на сапоги. У вас сапоги, а у меня хлеб. Давайте пять буханок хлеба на сапоги? У меня сапоги на кожаной подкладке. А у вас хлеб какой? Здесь ржаной, а здесь пшеничный. Так что это диалог двух маразматиков. Непростой диалог. Если бы я рассказал, как договориться, то вы бы сидели на моем месте.

– Как вы сошлись с ВГТРК, и как распределяются ваши роли в проекте?

– Чудес не бывает. Если я не буду знать кого-то хорошо из руководства – я ни с кем не договорюсь. Так же и с ВГТРК, где моим партнером стал Дмитрий Медников, который отвечает там за «Вести 24» и интернет. Это старый-старый знакомый, с которым мы иногда встречались на тусовках, пили, что-то рассказывали друг другу. Два года назад у них не было никаких идей по интернету, но в какой-то момент наши цели совпали. У ВГТРК есть, например, телеканалы «Вести» и «Спорт», у которых есть свои интернет-редакции. Они и будут использоваться, но в меру. Будем брать только то, что необходимо, не более того.

– Хватит ли вам рекламных мощностей?

– Я бы с удовольствием взял в партнеры «наружку». С радостью взял бы радио. Верю в силу интернета, но для того, чтобы выиграть любое соревнование, нужно иметь несколько каналов. Только непонятно как с ними работать. Это еще сложнее, чем договариваться с клиентами. А как вы нас будете оценивать? А какая у нас будет доля в вашем фонде? Ну хрен ответишь на эти вопросы с лету. Прежде чем договариваться, нужно сделать существующее партнерство работающим. С ВГТРК если у нас есть хотя бы интернет-проекты одного плана и хотя бы в каких-то понятийных вешках у нас есть общее понимание.

– И как вы будете делить прибыль с ВГТРК?

– Когда возникнет необходимость, будем конкретно решать. Давайте запустимся, а разругаться успеем всегда. Я еще и владелец аудиторской фирмы, и за 15 лет ее работы видел много чудес. Люди спорят, расстаются, ругаются. Но жизнь доказывает: если компания прибыльна, то всегда найдутся способы договориться. Рекламная модель ведь позволяет избежать самого плохого. Это когда люди складываются деньгами, и часть денег просирают. Тогда возникает вопрос: чья это была часть. И другой вопрос: «Гера, это ведь ты принимал решение?»

Автор: Павел Куликов © Slon.ru ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР 👁 4309 14.02.2011, 08:10 📌 476

URL: <https://babr24.com/?ADE=91674> Bytes: 10333 / 10176 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Павел Куликов.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)