

*Основатель проекта «Все эвакуаторы России» Глеб Ерохин собрал в единую базу предложения служб эвакуации и направляет к сломавшемуся авто помощь по самой низкой цене. Эксперты считают, что сервис позволит в несколько раз снизить цены на рынке эвакуации.*

В декабре 2012 года предприниматель с опытом организации студий IT-разработки Глеб Ерохин ехал из Москвы в Астрахань. Под Борисоглебском машина заглохла – сломался электрогенератор. Обзвонив все службы эвакуации, Ерохин узнал, что дотянуть его авто до ближайшего придорожного кафе обойдется в 15 тыс. руб. Бизнесмен промерз на водительском кресле до утра – и дал себе обещание придумать сервис, который помог бы дешево заказать эвакуатор в любую точку страны.

Вернувшись в столицу, Ерохин проанализировал российский рынок эвакуаторских услуг: в основном на нем работали частники с двумя-тремя машинами. Большой автопарк (более 25 автомобилей) был лишь у нескольких компаний в Москве и Петербурге. «Состояние рынка очень напоминало то, что происходило со столичными такси до появления сервисов inTaxi, GetTaxi и «Яндекс.Такси», – рассказывает предприниматель. По принципу этих сервисов он и решил создать биржу по эвакуации транспортных средств. По задумке Ерохина, это позволило бы контролировать уровень цен и качество услуг исполнителей.

В январе 2013 года Глеб запустил сайт «Все эвакуаторы России», собравший предложения эвакуационных служб по всей стране. За полгода ресурс собрал более 2,5 тыс. исполнителей, в июле предприниматель решил брать комиссию 7–14% с партнеров за стыковку с клиентом. Сергей Филимонов, индивидуальный предприниматель, подключившийся к бирже, считает, что ресурс больше выгоден для клиентов, чем для владельцев эвакуаторов.

«Думаю, ресурс действительно станет помощником для служб эвакуации, только когда наберет огромную базу заказчиков: пока мы получаем около 70 заявок в неделю, и только две из них – с сайта, – говорит Сергей Филимонов. – Пока нам выгоднее вкладываться в интернет-рекламу, чем делить чек с биржей. С ростом масштаба сервиса, думаю, ситуация изменится».

Продумывая конкурентные преимущества (сбором заказов тогда уже занимались порталы Российского автомобильного товарищества (РАТ) и Русского автотоклуба (РАМК)), стартап решил договориться с продавцами навигаторов. Сегодня эвакуатор от «Все эвакуаторы России» можно вызвать через горячую кнопку на навигаторах Shturmann. Диспетчер биржи оповещает водителя по телефону (или через SMS) о том, в течение какого времени к нему на помощь подъедет эвакуатор. При этом система сама передаст данные с навигатора о местоположении поломавшегося авто, а на вызов приедет тот эвакуатор, водитель которого предложил наименьшую цену. «Мы уже расширяем партнерство, стали вкладывать в каждую коробку с навигатором карточку, в которой сказано, что эвакуатор можно вызвать из приложения Shturmann, также мы не исключаем, что в скором времени в приложении расширится набор услуг и появятся еще техническая помощь и страховка, – рассказывает Александр Еремеев, руководитель отдела по развитию новых продуктов компании «Контент Мастер» (торговая марка Shturmann). – Вероятно, и оплатить эвакуатор тоже можно будет через программу». До конца года подобная кнопка также появится в навигаторе City Guide.

По словам Ерохина, услуга стала пользоваться успехом у девушек за рулем, в то время как мужчины все же предпочитают сравнивать цену от сервиса «Все эвакуаторы России» со стоимостью услуг на рынке. Почти всегда цифра, назначенная стартапом, оказывается ниже – система может выбрать самый дешевый вариант из консолидированной базы. Кроме того, сайт блокирует возможность зависить стоимость услуги на месте, за такое стартап исключает из базы. Проект запустил также собственную систему контроля качества: звонок от диспетчера клиенту подтверждает факт выполнения работ, а на основе отзывов водителей сервис составляет рейтинг исполнителей. Средний чек заказа на эвакуацию легковушки через новый сайт в среднем по России – 1,2 тыс. руб., при этом откликнуться на один запрос готовы два-пять исполнителей. В целом по Москве средний чек выше (около 2 тыс. руб.), при этом на один заказ приходится 15–17 желающих среди служб эвакуации.

Также «Все эвакуаторы России» собирают предложения от тех, кто помогает на дороге грузовикам, – для этого нужно заказать машину большего тоннажа, выезд которой стоит от 12 тыс. руб. По словам Ерохина, просьбы о таких эвакуаторах поступали на сайт даже от служб МЧС России.

Сегодня у проекта более 3,5 тыс. партнеров по всей стране (по Москве – более 500) и договоренность о подключении биржи к мобильному навигатору 2ГИС. В ближайших планах компании – предложить платформу страховым компаниям, которые включают в каско или ОСАГО услуги эвакуаторов. Также клиентами станут производители авто и дилеры – они предоставляют услуги по транспортировке сломавшейся машины в течение нескольких лет после покупки. По словам основателя бизнеса, сейчас страховые

компании платят за каждый вызов эвакуатора 1500–1800 руб., через «Все эвакуаторы России» услуга обойдется в 990 руб.

В сентябре стартап запустил продажу годовой подписки на гарантийную эвакуацию на территории всей страны – карты «Техническая помощь на дороге». Через страховые компании, автомастерские, заправки и производителей эвакуаторов компания продает карты (за 490 руб., у других игроков на этом рынке они стоят от 3 тыс. руб.) на бесплатный выезд эвакуатора, службы шиномонтажа или аварийного комиссара – один вызов в течение года. При этом дилер получает до 35% с каждой проданной карты. Первый тираж – 30 тыс. карт – разошелся за два месяца; за зиму стартап планирует продать более 40 тыс. карт. Сегодня через сайт ежемесячно проходит более 4000 заказов – стартап наладил партнерство с 80% российских эвакуационных служб. Ежемесячный оборот – 0,5 млн руб., к январю предприниматель планирует увеличить его до 1,8 млн руб. и вывести бизнес на прибыль.

Глеб Ерохин рассказывает, что вложил в проект более 1,7 млн руб. В октябре стартап прошел отбор в акселератор Фонда развития интернет-инициатив (ФРИИ) и получил 1 млн руб., отдав инвестору 7% компании. «На данный момент у «Эвакуаторов», конечно, довольно узкий рынок, но у них есть идеи по улучшению модели монетизации и по развитию бизнеса, которые они как раз собираются проверить у нас в акселераторе», – говорит Ольга Гриневская, руководитель процессов отбора и трекинга проектов ФРИИ.

По итогам трех месяцев работы с экспертами ФРИИ компания может рассчитывать на привлечение около 450 тыс. долл. – Ерохин считает, что эти деньги должны пойти на маркетинг. «Мы хотим, чтобы через два-три года более 30% всех заказов в России на эвакуацию транспортных средств проходило через нас, – говорит предприниматель. – Пока у нас все еще остались неохваченными около сотни небольших компаний и частных, которые в общей сложности владеют 1–2 тыс. машин».

При таком масштабе «Все эвакуаторы России» смогут конкурировать с РАМК и РАТ, считает Глеб Ерохин. Например, РАМК проводит в среднем более 4,9 тыс. эвакуаций в месяц и работает более чем с 350 партнерами по России. РАМК присматривается к стартапу скорее как к потенциальному партнеру. «Хотя мы в основном работаем с владельцами крупных автопарков, часто бывает, что в отдельных регионах – особенно в зимний сезон, когда заказов очень много – мы обращаемся к небольшим компаниям и частникам, – рассказывает Ольга Мальцева, руководитель проектов РАМК. – Более того, с такими исполнителями мы всегда держим контакт – на случай, если понадобится подстраховка. Нам довольно сложно договариваться с большим числом таких

подрядчиков – если биржа соберет все их предложения, мы будем активно работать с ней».

*Александр Журба, партнер фонда Genezis Capital:*

– Стартап выходит на довольно сложный рынок, который сегодня работает неэффективно: водители не могут сравнивать качество услуг, и службы, пользуясь этим, завышают цены. На деле же владельцам авто важны только два фактора: скорость приезда эвакуатора и стоимость эвакуации, а не бренд или чистота машины. Поэтому биржа постепенно будет стягивать к себе все больше клиентов – и рано или поздно крупные владельцы автопарков тоже будут вынуждены подключиться к ней. Думаю, стартапу вполне под силу перестроить сам формат взаимоотношений на этом рынке – это вопрос пары лет.

*Елена Волотовская, директор фонда Softline Venture Partners:*

– Биржа таких услуг нужна и выгодна всем. Во-первых, эвакуаторщикам нужны заказы, поэтому каждый заинтересован в подключении к бирже, и «рыночный сговор» при наличии такой биржи работать уже не будет, как и в любых других отраслях, функционирующих через биржи. Эвакуация – услуга разовая, нет особой надежды, что клиент в скором времени обратится повторно, поэтому поставщики готовы платить за каждый заказ, так как практически каждый из них – новый. К тому же биржа – централизованный арбитр, проверяющий и подтверждающий надежность поставщиков услуги. Что касается выхода стартапа на рынок b2b-эвакуации, то здесь гораздо выше и цена эвакуации, и требования к безопасности, и масштаб проблемы клиента. Однако в этом сегменте стартап ждет серьезная конкуренция.

*Андрей Албитов, вице-президент по международным проектам фонда LETA Capital:*

– Биржа услуг эвакуаторов – понятный инвестору бизнес, так как здесь все можно «потрогать» и посчитать. Это не виртуальные аккаунты в соцсетях. Если сервис будет стабильно давать заказы, то партнеры сами будут «стоять в очереди». На самом деле большинство мелких предпринимателей не любят заниматься рекламой или делают это плохо. Поэтому для них новая схема работы будет очень удобна.

Источник: [РБК daily](#) , 31.10.13

Автор: Краузова Е.