

Интервью с основателем компании «Суши & Лапша»

Успокоение в бизнесе - синоним регресса. Если почивать на лаврах, радуясь достигнутым результатам слишком долго, то этот успех может оказаться последним. Именно таких принципов придерживается Тесленко А. С. - глава компании «Суши & Лапша» и её основатель. С этим требовательным к себе и другим бизнесменом, который заказал в Yeella продвижение сайта 966.com.ua, предлагающего услуги доставки еды в крупных городах Украины, мы и поговорили.

The screenshot shows the website interface for 'Суши & Лапша'. On the left is a vertical navigation menu with categories: СЕТЫ, ВОК БОК, РОЛЛЫ, СУШИ, САШИМИ, САЛАТЫ, СУПЫ. The main header features the company logo, a phone number '966 ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК с 10:00 до 22:00', social media icons, and a 'ОФОРМИТЬ ЗАКАЗ' button. Below the header are navigation tabs: Хиты, Новинки, Звучи, Вегетарианцам, Доставка, оплата. The main content area displays a 'Филадельфия XXL' sushi set, consisting of a large pyramid of various sushi rolls, with a price tag of 269 ГРН.

НОВИНКИ



Здравствуйте, давайте сразу начнем разговор о вас и вашей компании. Что она делает и как давно?

Компания «Суши & Лапша» - это служба доставки еды на дом. Данное направление пользуется все большей популярностью в нашей стране. Мы предлагаем на заказ блюда паназиатской кухни, на что намекает наше название.

Работает мы уже третий год - начиная с 2014-го (для нашей ниши - это неплохой временной отрезок). Представлены в трех крупных городах - Харькове, Днепре и Одессе.

Мы всегда спрашиваем клиентов, чем их компания лучше, чем конкуренты?

В нашей службе доставки работают прекрасные люди. Касается это и курьеров, и поваров. У нас можно заказать качественные, оригинальные блюда. Мы работаем аккуратно, но быстро,

ориентируемся на широкую аудиторию заказчиков, но ко всем подбираем свои ключи для коммуникаций. Мы ориентированы на наших заказчиков, делаем все, чтобы после первого обращения на 966.com.ua последовало второе, третье, десятое...

Кто заказывает еду в «Суши & Лапша» сегодня?

У нас широчайшая целевая аудитория. Её удобно классифицировать по дням календаря и времени суток.

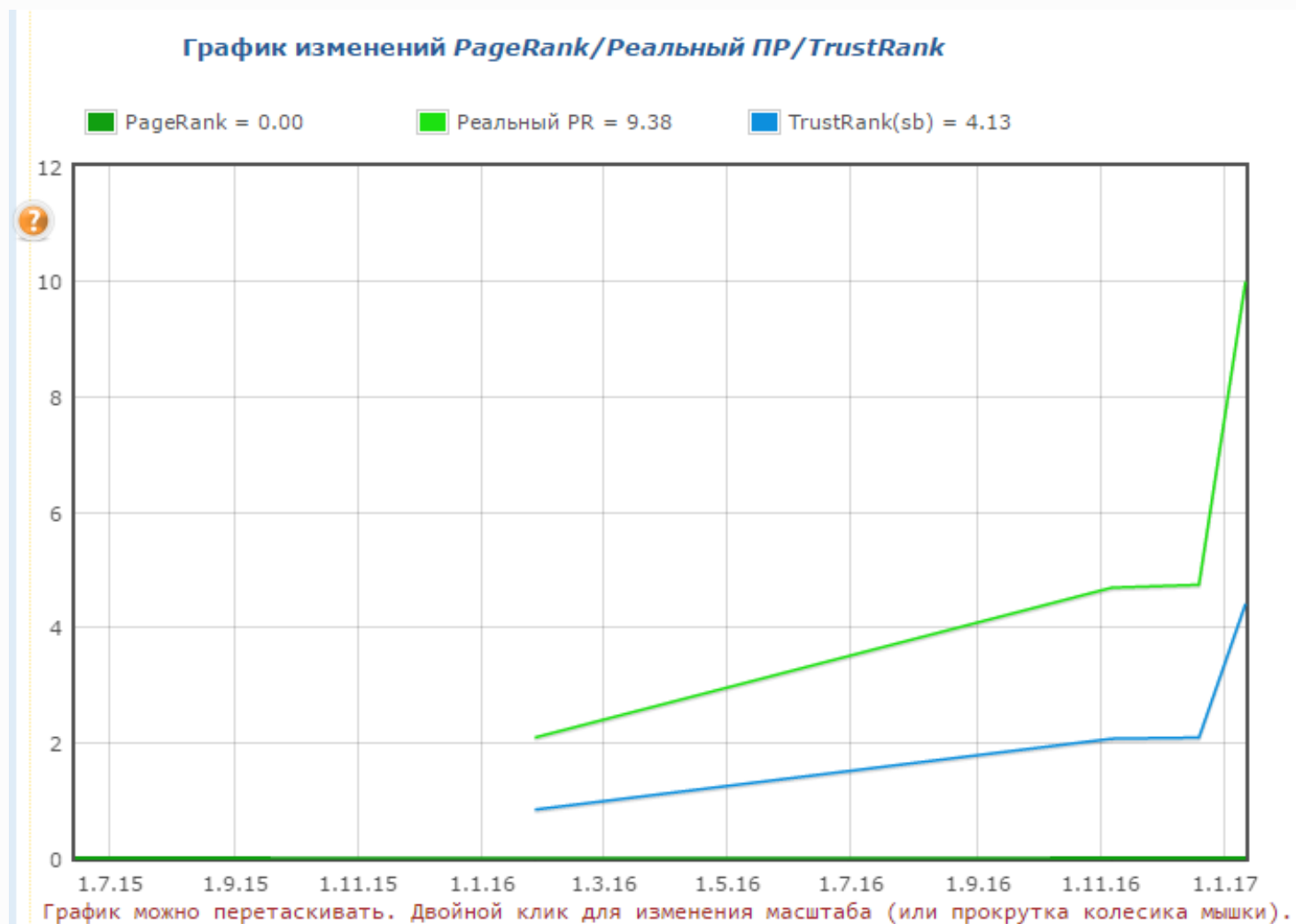
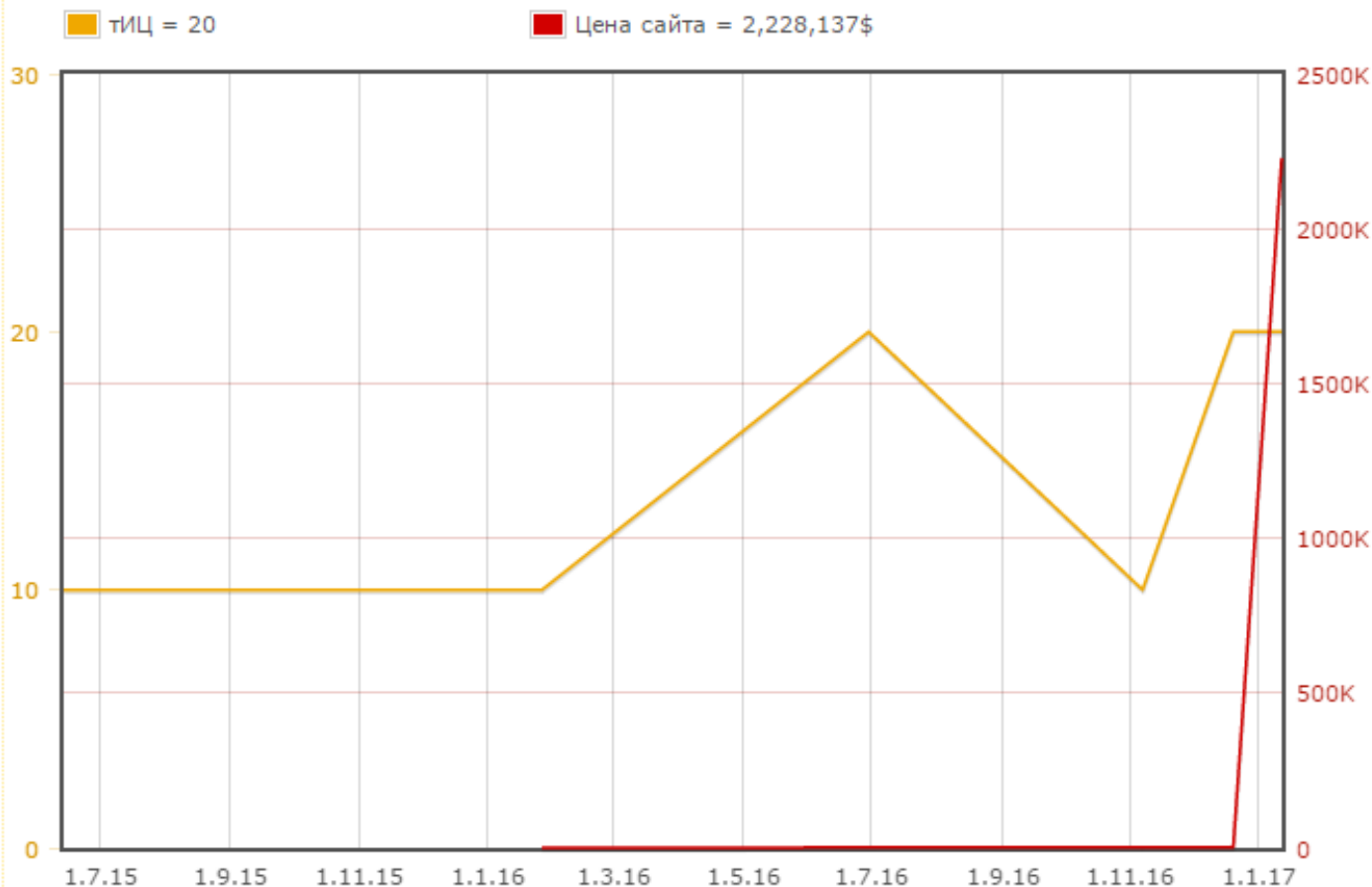


График изменений ТИЦ/Стоимость сайта



Интересно. Расскажите?

Смотрите, если поступает звонок в будни в обеденное время, то в 8 случаях из 10 - это офисный сотрудник. Остальные два варианта - студенты. Если звонят вечером, то в большинстве ситуаций - это молодые люди, устраивающие себе свидание дома. Сложнее всего в выходные дни - тогда звонят почти все. Но их объединяет одно желание - не тратить силы на готовку, но при этом вкусно покушать.

В целом же наша ценовая политика делает 966.com.ua выбором молодежи, студентов, молодых специалистов. А вот качество блюд и обслуживание - привлекает многих других. Так, я сам знаю

четырёх солидных бизнесменов, которые могут себе позволить каждый день обедать в престижном ресторане, но делают заказ на нашем сайте.

Но в финансовом аспекте, ваши клиенты - средний класс?

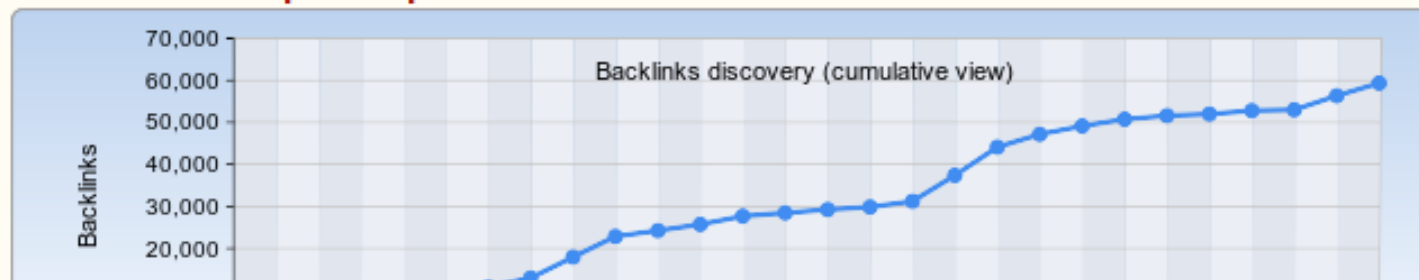
Да. Эти люди обращаются чаще всего и обычно, наиболее лояльны. Но есть много исключений, и главное - мы сами стремимся предлагать клиентам такую еду, которая убедит их не идти даже в самые дорогие заведения общепита.

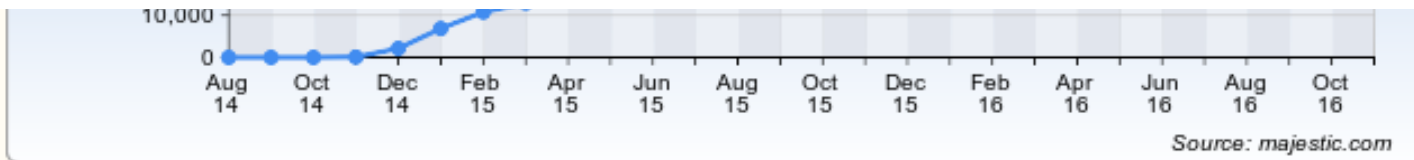
Мы лично опробовали работу службы доставки «Суши & Лапша». Приятно удивила скорость приема звонка, на линии не было ожидания, хотя звонили мы в ваш час-пик - в обеденное время в будний день. Как у вас это выходит?

Я же сказал, что у нас классные сотрудники. Я отдаюсь своему делу на 100%, требую того же и от персонала. В нашем деле именно люди - это основа большинства бизнес-процессов и цепочки продаж. Готовят люди (плюс качественная техника), быстро доставляют - люди, принимают звонки - люди. Повара, курьеры, менеджеры - это наше все.

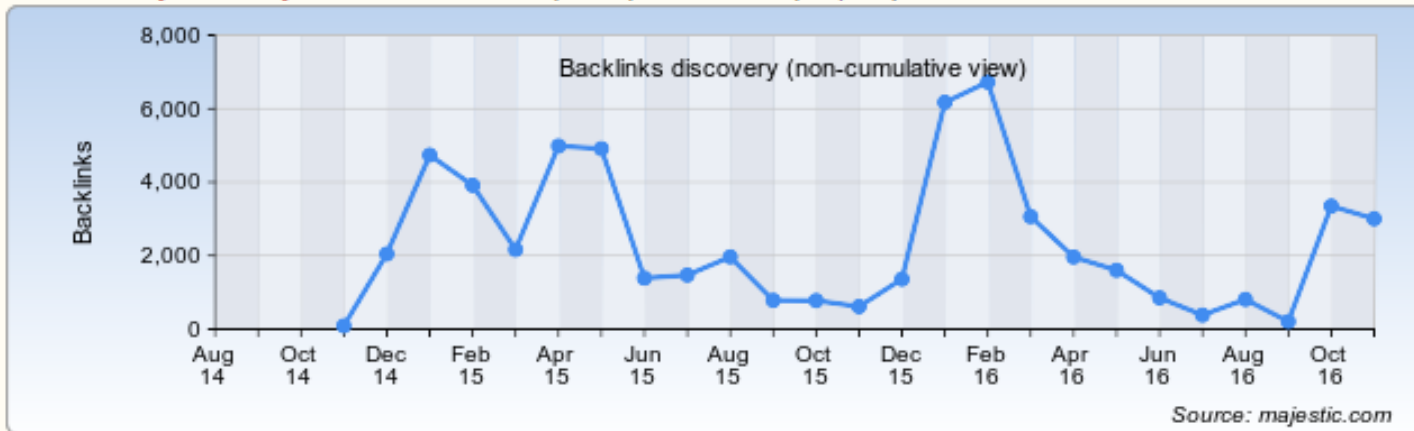
И секретов тут нет, мы платим хорошие деньги, которые являются отличной мотивацией для наших сотрудников. И результаты отсюда такие. Тем более, у нас же не только быстро, а ещё вежливо, вкусно, качественно, безопасно.

Накопительный рост обратных ссылок





Дневной рост обратных ссылок (исторический график)

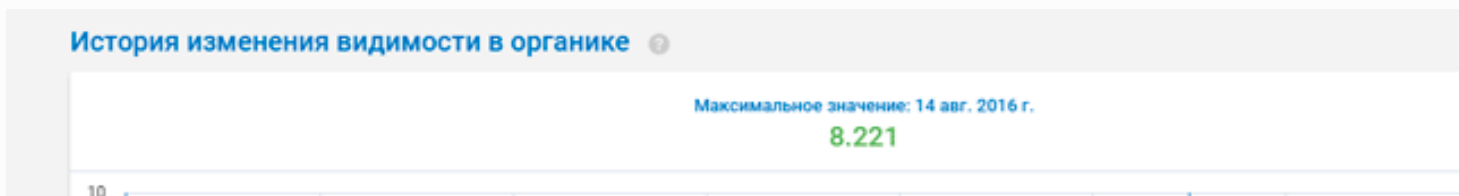


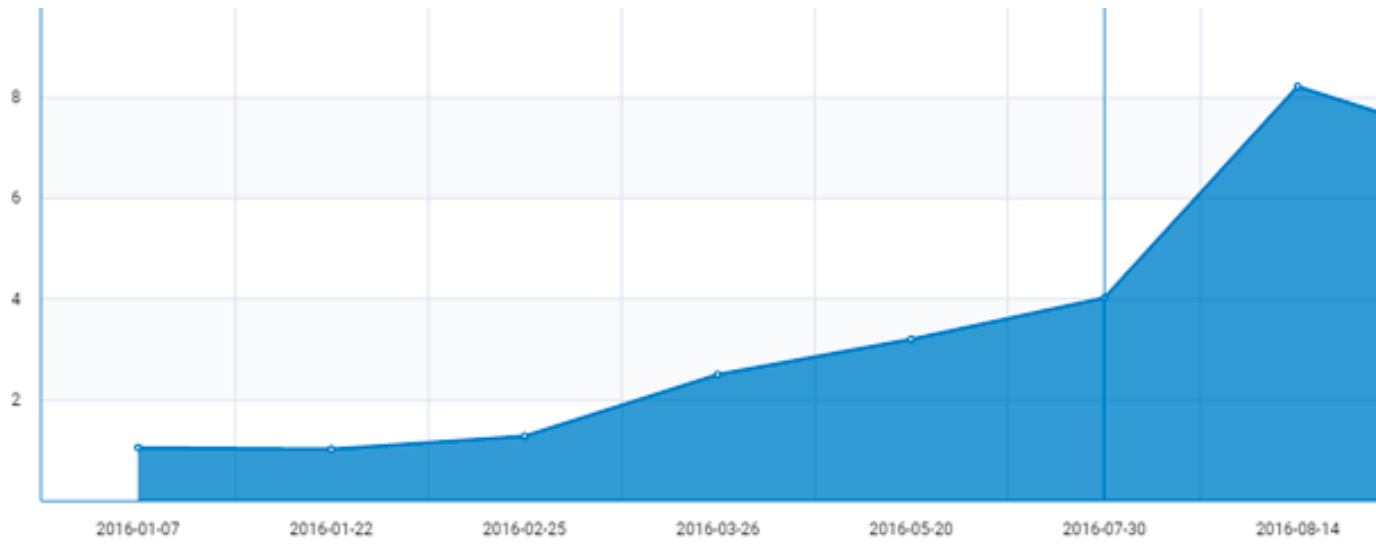
Это да. Давайте теперь перейдем к маркетингу. Откуда клиенты? Сайт и «сарафанное радио»?

Прежде всего, сайт. «Сарафанное радио» тоже работает. Но основа обращений - это лояльные клиенты. Те люди, которые один раз обратились в «Суши & Лапша», им все понравилось, они обращаются снова. После первого удачного опыта нас легко находят самостоятельно, а уже потом посоветуют знакомым, коллегам, друзьям.

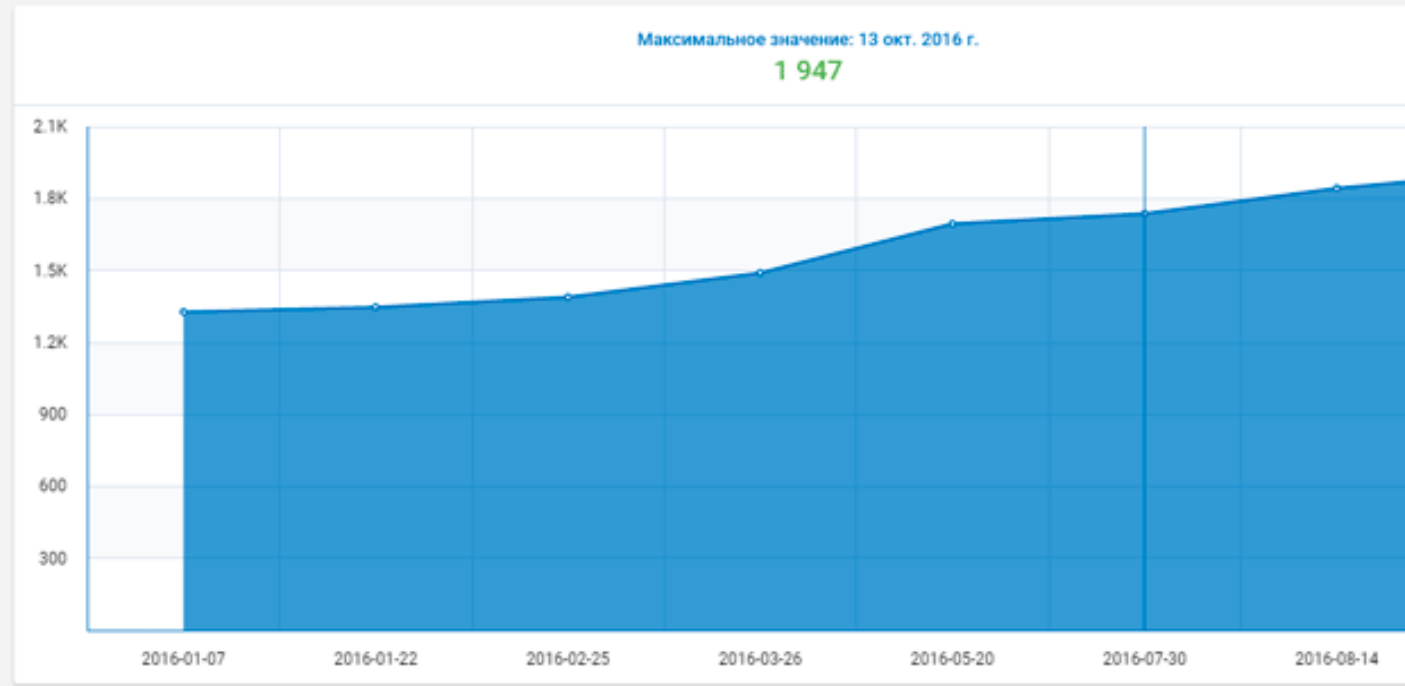
В этом смысле ключевая задача бизнеса - впервые привести клиента на сайт. Правильно?

Абсолютно. И тут основная роль у двух инструментов интернет-маркетинга - поискового продвижения и контекста.





Изменение количества фраз в органике ?



Правильно будет предположить, что когда вы поняли, как работает ваша ниша: «первый приход - заказ - возврат - лояльность», то сразу решили искать компанию, специализирующуюся на

интернет-маркетинге?

Да. Один хороший друг сказал, что сперва нужна база - высокие позиции в органической выдаче. Если это будет, то можно получать отдачу и от контекстной рекламы. И этому совету я последовал. Решил искать специалистов в области SEO.

И как вы искали?

Профессионализм сложно подделать, он либо есть, либо нет. Это и опыт, и примеры работ, и присутствие самой SEO-студии на первых позициях поиска (в этой нише конкуренция ого-го). Оценив это, я смотрел на цену вопроса. Есть много компаний, которые заламывают просто космические цены. У Yeella в этом плане все было разумно. А профессионализм + доступность - это оптимальный вариант, как по мне.



Готовы сейчас оценить сотрудничество вашей компании с Yeella?

Да, я даю высокую оценку. Совет работает, мы уже в ТОПе по многим ключевым запросам для нашей компании. Затраты на поисковое продвижения уже частично окупили себя. Мы растем и работаем в трех крупных городах, если так и будет идти дальше, то мы станем национальной службой доставки

еды раньше, чем я планировал в самых смелых мыслях.

Но! Моя высокая оценка не отменяет высоких требований. Завтра я захочу ещё больше. Я максималист и считаю, что для собственника бизнеса такой подход обязателен, если вы хотите успеха. Радоваться достигнутому долго нельзя, надо ставить новые цели и достигать их.
