

Андрей Инсаров: «Тут действуют законы здравого смысла»

Генеральный директор ООО «Интис телеком» Андрей Инсаров рассказал о цифровых ID каждого человека и преимуществах СМС-рассылок, а также поделился итогами года и дальнейшими планами.

— Андрей Юрьевич, расскажите, как давно существует ваш сервис и насколько он вырос за это время?

— Если говорить о компании в целом, то она существует с 2010 года — уже больше десяти лет. Начинать как региональная компания в Казани, а сейчас это международный холдинг — есть офисы в России, Великобритании, США, Узбекистане и других странах.

— Уходящий год был довольно трудным для сферы экономики, ударил ли он по вашему бизнесу?

— На самом деле, скорее, нет. Потому что мы удаленно работаем практически с самого начала — у нас вообще всегда был такой формат. Несмотря на экономическую ситуацию, наш сервис все-таки ориентирован на высокотехнологичный сектор: интернет-продажи и прочее — и они как раз отчасти выросли, что нивелировало спад. Я не могу сказать, что наблюдался в целом какой-то рост в этом году, но и спада тоже особо не было.

— Появились ли за год в компании новые продукты?

— Да, мы выпустили в этом году новый бесплатный сервис — это укорачиватель ссылок с маркетинговыми отчетами. Конкурент здесь — всемирно известная компания «Bitly», но наше отличие в том, что мы свою услугу предоставляем бесплатно. У «Bitly» какие-то определенные функции идут за оплату, а у нас нет, потому что мы на этом сервисе не зарабатываем, это проект для популяризации наших основных услуг.

— Вы упомянули, что офисы компании расположены в разных странах мира. А сервис действует по всему земному шару?

— Да, конечно. У нас и отправка СМС работает по всему миру, и, естественно, то, что связано с интернетом, априори работает без каких-то региональных ограничений.

— В чем преимущество текстовых сообщений перед другими видами рекламы?

— СМС-рассылка — это не только про рекламу. Основное преимущество СМС — в возможности верификации пользователя. Даже когда вы устанавливаете WhatsApp или Telegram, заходите в Facebook, вас просят указать номер мобильного, и туда приходит сообщение. Это

делается для того, чтобы идентифицировать пользователя. Когда любой сервис хочет быть уверенным в том, что его пользователь — реальный человек, а не бот с десятью аккаунтами, тогда требуется подтверждение. У каждого человека сейчас есть так называемый цифровой идентификатор — это номер мобильного телефона, ведь сейчас действительно практически у каждого в мире он есть, а цифры — некий аналог цифрового ID.

Если говорить о второй главной функции, то это будут срочные уведомления — те, которые нужно прочитать быстро. Если вы обратитесь к своему житейскому опыту, то заметите, что СМС приходят от банков, курьерских служб и так далее — это все то, что необходимо донести срочно. Если сравнить СМС с мессенджерами — с тем же WhatsApp — представляете же, сколько там сообщений в день приходит в разные группы, родительские чаты и прочее? И в сравнении с этим вам в день приходит меньше десяти СМС — туда присылают, как правило, что-то важное. А реклама, открыто говоря, уже в третью очередь используется в СМС. Тоже, конечно, бывает, но все-таки первые две функции, на мой взгляд, самые важные.

— Предоставляете ли вы базы номеров для рассылки заказчикам?

— Нет, мы предоставляем только техническую возможность отправления СМС. То есть наш клиент — сервис, интернет-магазин, какое-то приложение — может просто присоединиться к нашему сервису по API и отправлять СМС. Либо, например, маркетолог заходит в Личный кабинет, загружает своих клиентов через Excel и может купить у нас СМС-рассылку. А если говорить о предоставлении базы, то стоит отметить, что отправка СМС без согласия владельца номера незаконна — она противоречит и закону об электросвязи, и закону о рекламе.

— Есть ли еще какие-то табу в работе для вас?

— Да, их достаточно много, причем это зависит от локации. Например, в России есть определенные законы. Во-первых, нельзя отправлять СМС тем абонентам, которые не дали на это свое согласие. Второй момент — нельзя отправлять сообщения с упоминаниями тех продуктов, оборот которых ограничен на территории страны. Третий момент — с осторожностью сто-

ит относиться к темам, которые, так скажем, возрастозависимые — это относится к алкоголю, к рекламе табачной продукции. Мы ведь не можем проверить, что тот или иной номер не принадлежит ребенку или подростку. И естественно, если говорить о совсем незаконных вещах, типа фишинг, фрод или отправка вирусов, этого уже очевидно нельзя делать.

— Существуют ли какие-то правила создания текстов для рассылки?

— Это регулирует рынок. Судите сами: СМС сейчас недорогие, любой маркетолог заинтересован в максимальной конверсии. Нужно четко и лаконично донести некий факт до пользователя, и чем лучше и качественнее это будет сделано, тем лучше будет реакция на эти тексты. А если мы говорим о сервисных СМС, тут тоже желательно уместиться в одно сообщение, чтобы не переплачивать за двойное-тройное. И этот текст должен быть однозначным, без тех вещей, которые могут пользователя смутить. То есть тут действуют законы здравого смысла.

— Как работает ваш сервис «от» и «до»? Например, условная компания хочет купить ваши услуги, расскажите, как протекает ваше сотрудничество?

— Здесь возможны варианты: если это, например, интернет-магазин, то там есть технический аспект и административный. Технический заключается в том, что клиент может встроить отправку СМС из своего интернет-магазина через наш сервис. Он должен проделать определенные технические операции, подключиться с использованием API, например. Административные действия состоят в том, чтобы заключить договор, определиться с тарифами, с объемами, внести предоплату или постоплату — в зависимости от договорных условий. И все, можно начинать работать. Перед этим мы всегда даем возможность бесплатно протестировать — определенное количество СМС выдаем, чтобы можно было проверить, как доходит до различных операторов, удовлетворяет ли скорость доставки.

— Для каких сфер СМС-рассылка наиболее актуальна?

— Чаще всего к нам обращаются сервисы, которым нужно идентифицировать пользователей или отправлять им какую-то



актуальную информацию. Это подавляющее большинство наших клиентов. Тут еще стоит отметить, что у каждой компании, которая занимается СМС-рассылками, есть некий условный профиль, и в силу того, что мы пошли из региона, а не из столицы, то исторически наш профиль — малый и средний бизнес. У нас не так много больших клиентов — федеральных сетей и подобных, зато у нас представлены маленькие магазинчики, клиники, небольшие веб-сайты. Мы выстроили работу так, чтобы им было удобно с нами.

— Перечислите свои преимущества перед конкурентами для новых клиентов?

— Да, как я уже сказал, наш профиль — малый и средний бизнес, поэтому наше преимущество, пожалуй, — более внимательное отношение к клиенту. Есть клиенты, у которых оборот меньше 10 млн рублей — к ним у других компаний может быть достаточно формальное отношение, но у нас такого нет. Мы общаемся с клиентами примерно равными нам по статусу, и все они могут рассчитывать на достаточно теплое отношение.

Мы всегда подскажем, как лучше делать, а как не надо делать. Если клиент хочет использовать СМС, а мы понимаем, что это не принесет ему удовлетворения, мы ему об этом скажем. Совершенно очевидно, что в большой компании, которая рассчитана на работу с крупными клиентами, никто такими вещами заниматься не станет.

— Заключительный вопрос — о будущем. Поделитесь планами на будущее, в частности, на 2021 год.

— Основным нашим бизнесом остается отправка СМС, он обрастает какими-то вспомогательными услугами. Сейчас уже мы предоставляем услуги не только отправки СМС, но и сообщений на Viber и WhatsApp через провайдеров. Плюс, как я уже говорил, в этом году мы внедрились услугу добавления в СМС уникальной ссылки, по которой можно понять, что тот или иной пользователь заинтересовался услугой и перешел на сайт — потом с ним можно точно работать для повышения конверсии. Наши планы на 2021 год — повышать удобство сервиса и внедрять дополнительные функции.