

ЕЛЕНА БРОВКО

КРАТКОЕ

СОДЕРЖАНИЕ

«ДЛИННЫЙ ХВОСТ.

НОВАЯ МОДЕЛЬ

ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА»

КнигиКратко

Елена Бровко

**Краткое содержание
«Длинный хвост. Новая
модель ведения бизнеса»**

«Акцион управление и финансы»

Бровко Е.

Краткое содержание «Длинный хвост. Новая модель ведения бизнеса» / Е. Бровко — «Акция управление и финансы»,
— (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Длинный хвост. Новая модель ведения бизнеса». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Мы привыкли жить в условиях массового рынка. Однако всё может быть иначе: малоизвестные товары, спрос на которые ничтожно мал, сегодня тоже приносят доход. На смену массовому рынку приходит рынок ниш. Экономисты подсчитали, что суммарная стоимость малоизвестных товаров в миллионы раз превышает стоимость хитов. Работая онлайн, компании не тратят деньги на логистику и поэтому могут предложить продукты на самый редкий вкус. Даже если какой-то товар будет куплен всего 5 раз в год, компания получит доход, потому что таких товаров будет очень много. В широком смысле, «длинный хвост» — это изобилие. Изобильное торговое пространство, изобильная дистрибуция, изобильный выбор. Сегодня нишевые продукты «не для всех» теснят товары-хиты. Потребители всё меньше реагируют на телевизионную рекламу и всё чаще самостоятельно находят в Интернете то, что подходит именно им. Эра, когда одно и то же подходило всем, заканчивается и на смену приходит рынок разнообразия. В обзоре по книге «Длинный хвост» мы расскажем о 10 правилах, как сделать малоизвестные товары более прибыльными, чем хиты. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© Бровко Е.

© Акцион управление и финансы

Авторский обзор по материалам книги «Длинный хвост. Новая модель ведения бизнеса». Крис Андерсон

Автор краткого обзора: *Елена Бровко*

10 правил, как сделать малоизвестные товары более прибыльными, чем хиты

Привычная система дистрибуции организована так, что прибыль приносят лишь популярные товары. Если продукт не становится хитом, то производитель терпит убытки. Мы считаем успешными лишь знаменитые продукты: фильмы, которые бьют кассовые сборы; книги, которые стали бестселлерами; марки техники, которые названы номером один на своих рынках...

Мы привыкли жить в условиях массового рынка. Однако всё может быть иначе: малоизвестные товары, спрос на которые ничтожно мал, сегодня тоже приносят доход. На смену массовому рынку приходит рынок ниш. Экономисты подсчитали, что суммарная стоимость малоизвестных товаров в миллионы раз превышает стоимость хитов.

Например, в книжном магазине Borders продается около 100 тыс. книг; а в онлайн-магазине Amazon их в 40 раз больше, при этом 25% продаж приходится на книги *за пределами* наиболее популярных 100 тыс. Компании Netflix, Rhapsody, iTunes, торгующие музыкой, предлагают в разы больше наименований, чем их физические конкуренты, и получают 25-50% прибыли от продажи товаров, которые нельзя найти оффлайн. Google получает основной доход от мелких рекламодателей. Платформа eBay извлекает значительную прибыль из штучных продаж – от коллекционных автомобилей до клюшек для гольфа.

Все эти примеры объединяет новая система дистрибуции: работая онлайн, компании не тратят деньги на логистику и поэтому могут предложить продукты на самый редкий вкус. Даже если какой-то товар будет куплен всего 5 раз в год, компания получит доход, потому что таких товаров будет очень много.

Это называется «длинным хвостом»: если посмотреть на график продаж, вначале расположатся популярные продукты с высокими показателями продаж, а затем кривая резко спустится вниз и будет бесконечно тянуться, образуя длиннющий хвост из малопопулярных товаров. Обычные магазины вынуждены отрезать этот «хвост», потому что не хотят тратить деньги на хранение товаров на складе и пр. Компаниям, работающим онлайн, содержание «хвоста» ничего не стоит. Чем он длиннее, тем больше прибыль.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.