



ХОЗЯЕВА
СТОЛИЧНЫХ
ОТЕЛЕЙ

Вла Мо

СКОЛЬКО
ДЕНЕГ
ПРИНОСЯТ
ТОРГОВЫЕ
МЕТРЫ

Маркетинг

ТАБЛЕТКИ

Б АР ДА СТОИМОМ В УПЕВ СЕДИТ немалой мужчины, перед ним большая кружка пива. «Этот бывший агент КГБ Станислав Ледарев, холост, имя Станислав», — объявляет корреспондент программы новостей канадского канала СТВ. «Станислав рассказывает, как много лет назад он принимал специальный препарат, чтобы без проблем для собственного организма встать в ряды интеллигенции и выследить следователя из американского средства RU-21 (другое название — «Антипомель»)».

История его раскрутки достояла отделившей гавани в учебниках по PR. Трех предпринимателей из зарегистрированной в Лос-Анджелесе фирмы Spirit Sciences, Inc. помота самая банальная формула для продвижения российского продукта за границу: русские — повальное — КГБ. Ледарев о разработке препарата в лаборатории. Работой так похвасталась пресса, что позволила производителю сильно сэкономить на рекламе. О «таблетке КГБ» в конце 2003 — начале 2004 года влился рассказывали телеканалы и прессы разных стран. Торговцы, еще недавно настроив отказывавшиеся ставить на полки никому не известный продукт с пометкой Made in Russia, за этот раз сникли.

Сначала RU-21 появился в крупнейшей в Северной Америке сети пищевых добавок и витаминов GNC (более чем 500 магазинов), потом на полках еще двух десятков сетей более 1000 независимых магазинов. По предсказаниям опытных продавцов Spirit Sciences, объем продаж компании в 2004 году превысил \$30 млн.

Потребителям за границы неважно, что на самом деле компания Spirit Sciences не получила разрешения на использование этого изобретения ни от КГБ, ни от его правопреемников. Станислав Ледарев, бывший помощник начальника советской контрразведки,

Продукт Made in Russia в Америке не продать. Другое дело Made by KGB **Ольга Промптова**



Трезвый расчет

рассказал Forbes, что в КГБ действительно использовались средства, позволяющие не замечать (тако сам Ледарев, по его словам, предпочитает везомелье вымалывать волю), но препарат, продвигавшийся под маркой RU-21, не имел в этом отношения.

«Это даже не наш пиаровский ход, это подделка журналистами», — говорит президент Spirit Sciences Алекс Каминский. В самом деле, у RU-21 даже название другое, нежизненно, у средств, о которых говорят контрабандисты. Но почему о «таблетке КГБ»

попытайся. За их продажу Алекс Каминский, эмигрировавший из СССР в США в 1989 году, являлся почти случайно.

Каминский занялся в Америке строительством и инвестированием. Одна из его фирм стала совладелицей фирмы, торгующей лекарствами для осужденных заключенных под маркой No Breath. Торговля шла плохо. Начались упреки в отношении — при средстве поправилось. Тогда предприниматель решил надавить «объездом» в России.

В Москве, куда Каминский поехал в 1994 году, спустя два года у него появился партнер, Дмитрий Масников, бывший бизнес-тренер и преподаватель в школе рекламы и маркетинга. Алекс предложил ему стать совладельцем компании, если тот сможет устроить продажу лекарства. Масников предложил для таблеток более логичное торговое название — «Антипомель»: народ уже привык называть так средства, ослабляющие действие, и зарегистрировал.

Долгое время партнеры занимались исключительно «Антипомельем». Но в 1999 году, когда женщины продавались уже по всей России, они захотели расширить ассортимент. Решили, но выражением Каминского, «оставить фальшур не только за запахом, но и сам алкоголь».

Выяснилось, что российские ученые еще с советских времен изучают вещества, способные бороться с алкогольным опьянением. Бакоров истре-

дентом и инт, как правило, была интарная кислота. В организме человека алкоголь окисляется, превращаясь в токсичное вещество ацетальдегид, которое и вызывает похмельный синдром. Интарная кислота нейтрализует ацетальдегид и таким образом предотвращает похмелье.

Исследования проводились, в частности, в Институте теоретической и экспериментальной биофизики РАН в подмосковном Пушкино. Его сопредседатель предприниматели и заказали разработку антипохмельного средства. Тотловое средство назвали «Антипомель».

«Таблетка КГБ» — это не наш пиаровский ход!»

— сетует Масников. Конкурировать с привлекательными активированным углем и средством от головной боли Alfa Selbet, которое в России получило популярность как антипохмельное, также было непросто. По данным аналитической компании «Фармисервис», в аптеках, служащих основным каналом сбыта лекарства, при цене около 5 рублей за таблетку в 2003 году было продано «Антипомель» на сумму всего \$1,6 млн.

АГЕНТ В ГОЛОВАХ. Тогда партнеры решили навести за рубежом то, что не удалось сделать в России, и начали присматриваться к американскому рынку. Каминский и Масников были по-прежнему заняты бизнесом в России, где было развешено производство (сначала в ИТЮ «Биофарма», затем на фабрике «Экво Лабс» в подмосковном Провалье). Чтобы начать продажи в Америке, требовался еще один партнер. Им стал юрист Тимоти Эмил Зинберг, эмигрировавший из СССР в начале 1990-х.

Зарегистрировали на троих компанию Spirit Sciences, Inc., полтора года спустя начали продавать препарат. Однако, что брать продукт никто не хотел. «Первое, что

интересовали в связи с началом продвижения RU-21 на американский рынок? «Льют вода бы это осталось секретом», — настаивает партнер Каминского Эмил Зинберг. — Иначе что это и КГБ».

ДЕНЬ ПРОТИВ ПОЛИЦИИ. Основатели Spirit Sciences намерены массово извлекать бизнесе больше 10 лет, RU-21 — лишь второй продукт, который они выпустили на рынок. Первый также был связан с антипохмельной тематикой — это ослабляющее действие женщины «Анти-

Маркетинг



нам говорили американский потребитель никогда не позволит себе в рот то, что сделано в России, если это, конечно, не пиво», — вспоминает Зинберг. Никто консультировал в один голос: протестировать ни в каком случае не выискивать ничего, что связано с Россией, это планово.

Основатели Spirit Sciences не поверили консултам и сделали все по-своему. «Мы стали работать над тем, чтобы все наши слабые стороны превратились в сильные. Мы отнесли к этому сговором и сделали акцент на том, что продукт из России», — рассказывает Зинберг. Название RU-21, призрачное имя Зинберга, оказалось почти идеальным: оно не только напомнило о стране происхождения товара и XXI веке, но и звучало как вопрос: «Age you 21», обыгрывая декадентский в США при покупке спиртного (покупатель должен быть 21 года не продал).

Продукт начали продавать в Голландии — Зинберг, помогавший своему тестю, министру культуры Казахстана, снимать в США фильмы, были там казино-то слезы. «Здесь в прессы можно попасть либо с помощью скандальной, либо голландской звезды», — со знанием дела говорит он. Убедить знаменитостей стало больших трудностей. Черноморская модель Биллиан Пил первой согласилась рассказать, что употребляет русские средства от похмелья. Потом — участница популярной рок-группы Motley Crue. Ее лидер



Винс Нейл — хорошее приобретение для производителя антипохмельного препарата, считает Зинберг: «Узкая, как никакая другая звезда».

«Похмелье всегда придет, а вот таблетки КГБ — это уверенность. Совет о таблетке вышел на многих региональных телеканалах. RU-21 вылезла в обиход. Если считать поменьше справедливой раскладкой за то, что человек выпил лишнего, морально опознанный, то следует из его протестировать? Зинберг отвечает своей продукту: «Я был на всех телестанциях и доказывал, что усталая голова — это не нормальный похмель». Продажи пошли вверх: июль 2003 года — \$10 000, октябрь — \$365 000, декабрь — \$1,9 млн.

Пьянство в цифрах

- 2 млрд жителей земли регулярно употребляют алкогольные напитки
- 9,1 л чистого спирта в год выпивают в среднем россиянин, 6,5 л — американец
- \$70 млн — объем экспорта российских вин в 2003 году
- 28% россиян предпочитают импортные вина

БЕЗДОННЫЙ РЫНОК. Spirit Sciences — производственная компания, производящая средства от похмелья. Маркетинговую разработку и импорт делает Living Essentials, например, запущенный препарат Smart по диллингом «Свобода от похмелья» за два года до RU-21. Президент компании Тим Масников не вылезла пифр, утверждает, что в США продают Smart значительно дешевле, чем Spirit Sciences. В дистрибуции пифр. Скажем, Smart продается в крупнейшей розничной сети Wal-Mart, а RU-21 еще не добрался.

В Spirit Sciences утверждают, что продажи могли бы быть значительно больше, если бы не ужесточение законодательства и импортных добавок в некоторых странах. Кроме того, у компании постоянно находится алкогольное производственное предприятие. Например, в США Spirit Sciences пришлось судиться с организацией «Учитель за правду и реальность», обвинившей компанию в том, что она продвигает импортные пифры. В Бразилии тоже не обошлось без скандалов. «Такой продукт провоцирует людей пить больше», — заявила Forbes Софи Динковски, представительница Alcohol Concern, британского добровольческого агентства, борющегося со злоупотреблением алкоголем в стране.

Но Spirit Sciences продолжают свое дело. В 2005 году компания рассчитывает увеличить продажи еще на 50% как с помощью «новой» раскрутки, так и с помощью расширения географии экспорта в каждой отдельной стране.

Например, британский сайт ru-21.co.uk распространяется по схеме многотурового маркетинга. «Скажем, если один из наших друзей купит пиво, вернувшись из RU-21, мы попросим \$57 британских фунтов», — объявляет на сайте.

Проведением этого продукта Spirit Sciences намерены массово извлекать бизнесе больше 10 лет, RU-21 — лишь второй продукт, который они выпустили на рынок. Первый также был связан с антипохмельной тематикой — это ослабляющее действие женщины «Анти-

По разработать продукты будут по-прежнему в России. Ураженными Spirit Sciences Российской ИИИ Захарова, работавший с ведущими наркологами и биофизиками, знает поменьше препаратов. Среди них, в частности, RU-21, адаптированный в конкретном состоянии. По словам доктора медицинской науки Санто-сала Каминского из Мексиканского академии последипломного образования, определяющий успех в этом есть вещества, которые преобразуют алкоголь в организме человека в аминокислоты стран и европейские, действительно различаются.

Первый опыт продаж в Юго-Восточной Азии показал, что продукты Spirit Sciences востребованы в этом регионе. В Южной Корее, по словам руководителя компании, RU-21 продавался уже на \$2,5 млн. А недавно заключены контракты на поставку в Китай и Японию.

Россия остается приоритетом для компаний. К нововведенным предпринимателям компания запущена «Красный RU-21». Если российские будут хорошо это покупать, компания начнет продавать и за границей. В отличие от обычного RU-21, новый препарат содержит ингредиент, действие которого, по утверждению производителей, замедляет окисление алкоголя и таким образом предотвращает наступление похмелья. Доктор Каминский считает такой препарат потенциально опасным. «Этиловый спирт — сам по себе токсичное вещество. Если его окисление замедляется, то в организме человека накапливается концентрированная алкоголь на том уровне, на котором ее не должно быть».

Верхнее управление Spirit Sciences уже испытало «Красный RU-21» на себе и утверждает себя вполне серьезно. «Он мне понравился очень», — с расстановкой говорит Алекс Каминский. — Поскольку мне приходится пить много...»

