

Как работает франшиза и партнерская программа компании Рос-Билет ру

Для удобства знакомства с франшизой и партнерской программой нашей компании Рос-Билет ру мы подготовили рубрикатор. Если Вы уже хорошо знаете какие-то вопросы, он поможет Вам сэкономить время. Наша франшиза и партнерская программа очень просты. Но, чтобы не допустить терминологической путаницы, в самом конце текста мы поместили краткий словарь терминов.

[Чем занимается Рос-Билет ру \(РБр\)](#)

[Чем отличается электронный билет на автобус от обычных билетов](#)

[Где находится РБр](#)

[На каком основании РБр продает автобусные билеты](#)

[На какие рейсы продаются билеты РБр](#)

[Кто может купить билеты РБр и что нужно для того, чтобы купить билет на автобус для другого человека](#)

[Благодаря чему РБр эффективно конкурирует с автовокзалами и автостанциями](#)

[Чем отличается билет РБр от других сервисов по продаже электронных билетов](#)

[Как в России организован бизнес междугородних и международных автобусных перевозок](#)

[Кто является владельцем автовокзалов \(АВ\), автостанций \(АС\) и автобусов](#)

[Чем принципиально отличаются между собой авиационные, железнодорожные и автобусные пассажирские перевозки](#)

[Почему среди автобусных перевозчиков такая высокая конкуренция](#)

[Какие бывают междугородние автобусные рейсы](#)

[Сколько в России автобусных перевозчиков, работающих на междугородних и международных маршрутах](#)

[Кто организует междугородние и международные автобусные перевозки](#)

[Почему цены на электронные билеты обычно выше, чем на обычные](#)

[Почему пока недостаточно распространены продажи автобусных электронных билетов](#)

[Главные препятствия для увеличения прибыли перевозчиков](#)

[Почему с Рос-Билетом выгодно работать перевозчикам и субагентам-франчайзи, а пассажирам выгодно покупать у него билеты](#)

[Почему перевозчикам выгодно продавать билеты через РБр](#)

[С какими перевозчиками РБр отказывается работать](#)

[Сколько может зарабатывать субагент-франчайзи по франшизе РБр](#)

[Почему субагентам-франчайзи выгодно работать по франшизе РБр](#)

[Какие сопутствующие услуги выгодно продавать вместе с автобусными билетами РБр](#)

[Почему пассажиры для покупки билетов выбирают сервис Рос-Билет ру](#)

[Для чего РБр развивает сеть продаж билетов через субагентские франшизы](#)

[Это удобней пассажирам](#)

[Это привычной пассажирам](#)

[Не все могут рассчитаться за билет с пластиковых карт или салонов Связной и Евросеть](#)

Из чего состоит работа субагента-франчайзи по продаже билетов в системе РБр

[Распределение обязанностей между Рос-Билет ру и его субагентами-франчайзи](#)

[Продажа субагентами билетов через Интернет \(по партнерской программе\)](#)

[Продажа автобусных билетов пассажирам напрямую](#)

[Существуют ли какие-то плановые показатели для франчайзи РБр](#)

[Как зависит размер начисления комиссионных от объемов продаж автобусных билетов](#)

[Кому выгодней работать по продаже билетов онлайн, а кому выгодней работать офлайн](#)

Как работать онлайн (по партнерской программе)

[Какой опыт необходим для эффективной работы по продажам билетов онлайн](#)

[Кто может сотрудничать с РБр по партнерской программе](#)

[Какие действия необходимы для начала работы по партнерской программе](#)

[Как получить реферальную ссылку и доступ в личный кабинет](#)

[Как работает реферальная ссылка](#)

[Какие веб-ресурсы можно использовать для работы по партнерской программе](#)

[Как получить API для работы по партнерской программе](#)

[Как производится начисление комиссионных по партнерской программе](#)

[Как производится учет заказов и проданных билетов по партнерской программе](#)

[Сколько интернет - ресурсов можно использовать по одной партнерской программе](#)

[Каковы требования к рекламе на веб-ресурсах по партнерской программе](#)

[Как наиболее эффективно привлекать на веб-ресурсы потенциальных пассажиров](#)

Как работать офлайн (через непосредственный контакт с пассажиром)

[Какой опыт необходим для эффективной работы по продажам билетов офлайн по договору франшизы](#)

[Кто может заключить с РБр франчайзинговый договор на субагентскую продажу автобусных билетов](#)

[Какое оборудование необходимо для работы по договору франшизы с РБр](#)

[Из чего состоит доход франчайзи по субагентскому франчайзинговому договору с РБр](#)

[Как производится учет заказов и проданных билетов по франшизе](#)

[Как франчайзи может проверить правильно или нет ведется учет его прибыли](#)

[Как обеспечивается эксклюзивность работы офлайновых точек продаж билетов](#)

[Сколько точек продажи автобусных билетов можно открыть по одному франчайзинговому договору с РБр](#)

[Каковы требования к рекламе франчайзинговых точек по продажам автобусных билетов](#)

[Как наиболее эффективно привлекать потенциальных пассажиров к точкам продажи билетов](#)

[Какую рекламную поддержку оказывает РБр своим субагентам-франчайзи](#)

Как по франшизе РБр создать собственную сеть по продаже автобусных билетов

[Предложите сотрудничество по продаже билетов предпринимателям, работающим в местах, где бывают пассажиры междугородних автобусов](#)

[Почему другим предпринимателям будет выгодно выступить в качестве кассы по продаже билетов вашей сети](#)

[Как организовать кассу своей сети по продаже билетов](#)

[Как вы будете знать, какой кассир сколько продал билетов](#)

[Как франчайзи может застраховать себя от обмана со стороны кассира из своей сети](#)

[Почему кассиры, работающие в вашей сети не смогут заключить прямой договор с РБр](#)

[Как организовать рекламу сети продаж билетов по франшизе РБр](#)

Последовательность действий субагента-франчайзи для начала работы по договору франшизы

[Заполните и пришлите в РБр анкету](#)

[Заполните и пришлите в РБр договор франшизы](#)

[Если планируете создать сеть по продаже билетов, пришлите в РБр план мероприятий](#)

[Почему не стоит откладывать подписание франчайзингового договора с РБр](#)

Что можно сделать, если в населенном пункте, где вы планируете продавать билеты, у РБр нет автобусных рейсов

[Какие билеты чаще всего покупают в конкретном населенном пункте](#)

[Почему некоторые перевозчики сомневаются в эффективности продаж электронных билетов](#)

[Билеты каких перевозчиков готов продавать РБр](#)

[Как франчайзи может помочь заключить договор с перевозчиком](#)

[Как РБр стимулирует помощь франчайзи в заключении договора с перевозчиками](#)

КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Чем занимается Рос-Билет ру (РБр)

Чем отличается электронный билет на автобус от обычных билетов

Электронный билет (часто его называют онлайн билет), фактически, ничем не отличается от обычного билета.

Многие ошибочно воспринимают автобусный билет, который они покупают в обычной кассе, как некий самодостаточный документ, дающий право на проезд. Однако, по закону этот листик бумаги с некоторой информацией о поездке, даже если он скреплен подписью и печатью, является не прямым, а всего лишь косвенным подтверждением права пассажира на проезд. Ведь такой билет может быть выписан ошибочно и вообще подделан. Тем более, что никакой единой формы такого билета законом не предусмотрено и каждая касса придумывает свою.

Настоящим документом, на основании которого по закону владелец автобуса имеет право осуществлять перевозку пассажира, является посадочная ведомость. До тех пор, пока пассажир не

внесен с посадочную ведомость, перевозчик не имеет права его перевозить. Но, как только пассажир внесен в посадочную ведомость, перевозчик обязан его везти.

При продаже обычных билетов, их можно подделать. Кроме того, данные о них можно забыть внести в посадочную ведомость или не иметь возможности их внести (часто эти данные передают просто по телефону, а дозвониться не всегда удается). Также данные о пассажире при переносе в посадочную ведомость часто искажаются, и это также может служить основанием для отказа в поездке.

Данные из электронного билета намного точнее, поскольку всю информацию о себе пассажир не диктует кассиру, а либо заполняет сам, либо видит в полученном билете именно в том виде, в каком она поступит в посадочную ведомость. При этом, в посадочную ведомость перевозчика все данные о пассажире поступают в момент оформления билета. Поэтому их нельзя исказить или потерять. Кроме того, электронный билет невозможно подделать, поскольку данные о пассажире поступают напрямую от продавца к перевозчику и по договору в момент получения информации продавец уже обязан перечислить за них оплату.

Но и это не все. При возникновении конфликта между пассажиром и перевозчиком, суду всегда сначала нужно доказать, что билет был оплачен. Только при этом условии у перевозчика возникают обязанности перед пассажиром. Но, если перевозчик будет утверждать, что не получал оплаты и, например, что билет, квитанция или кассовый чек были подделаны пассажиром, то доказать обратное будет очень сложно. (А, в соответствии с презумпцией невиновности, бремя доказательств всегда возлагается на истца, т. е. на пассажира.)

В отличие от обычного билета, электронный оплачивается безналичным расчетом. Все платежи за него (даже если пассажир платил Рос-Билету наличными через салоны Связной или Евросеть) проходят через банковский счет и спрятать их просто невозможно. (Поэтому любое государство всегда поощряет безналичные расчеты).

Наконец, электронный билет, в отличие от обычного, содержит в себе значительно больше информации. В том числе, наш РБр дает перевозчику e-mail и телефон пассажира, а пассажир получает в билете номера телефонов перевозчика. Поэтому, в случае необходимости, не только пассажир с перевозчиком, но и перевозчик с пассажиром могут связаться для уточнения информации о поездке.

Таким образом, по своей сути электронный билет отличается от обычного всего лишь формой расчета. Но, при этом, он надежнее, точнее и удобнее обычного.

Где находится РБр

Рос-Билет ру на 100% российская компания. Ее центральный офис находится в г. Ставрополь, а представители в лице франчайзи-субагентов во многих городах России. При этом, количество таких представительств быстро растет.

В то же время, пассажир может купить в РБр автобусный билет, находясь в любой точке мира, а РБр может продать ему такой билет с посадкой из любого населенного пункта, даже если в нем вообще нет представительства Рос-Билета. Также любой билет любому человеку может продать любой субагент-франчайзи РБр.

На каком основании РБр продает автобусные билеты

Рос-Билет заключает прямые договоры с перевозчиками, по отношению к которым он выступает как агент по продажам билетов.

На какие рейсы продаются билеты РБр

РБр продает автобусные билеты из любых населенных пунктов любых стран Европы и Азии вне зависимости от того, перевозчики каких стран осуществляют перевозки пассажиров. К началу 2015 г. в продаже Рос-Билета стояло более 20 тысяч рейсов 354 транспортных компаний различных стран.

Количество рейсов постоянно растет. Для того, чтобы транспортной компании заключить договор с РБр достаточно того, чтобы мы убедились в спросе на его билеты. Вся работу по подготовке к продажам билетов РБр выполняет собственными силами и за свой счет.

Кто может купить автобусные билеты РБр и что нужно для того, чтобы купить билет на автобус для другого человека

Билет через РБр могут купить граждане России, а также любых других государств. В соответствии с российским законодательством, автобусный билет на междугородние или международные рейсы является именной и выписывается на конкретного человека с указанием документа, удостоверяющего его личность (общегражданский паспорт, загранпаспорт, паспорт иностранного гражданина, свидетельство о рождении, военный билет, справки об утере паспорта и ряда других).

Но при оформлении билета документ предъявлять не нужно. Поэтому один человек может забронировать и оплатить автобусный билет на другого человека. Главное, чтобы пассажир пришел на посадку с документом, на основании которого выписан электронный билет.

Благодаря чему РБр эффективно конкурирует с автовокзалами и автостанциями

У РБр больше конкурентных преимуществ, чем у автовокзалов (АВ) и автостанций (АС). Если коротко, то любой бизнес стоит на трех китах: цена, качество, сервис.

Цена, с учетом, что не нужно специально ехать за билетом на АВ или АС, у нас всегда ниже.

Качество перевозки либо такое же (когда РБр продает билеты на те же рейсы, что и АВ), либо выше, поскольку многие перевозчики, имеющие хорошие автобусы, предпочитают работать с нами, но не с АВ и АС, поскольку АВ и АС берут с них больше комиссии.

Сервис у РБр несоизмеримо выше, чем у АВ и АС. Большинство пассажиров до них не могут даже дозвониться, а те, кому посчастливилось, могут рассчитывать только на то, что получат информацию есть или нет рейс. РБр дает исчерпывающую информацию о рейсе (в т. ч. о маршруте движения, времени в пути, месте прибытия и т. д.), а также о перевозчике, его автобусах, отзывы о его работе и многом другом. Кроме того, мы экономим пассажиру очень много времени.

Помимо перечисленных конкурентных преимуществ РБр по сравнению с АВ и АС, в автобусных перевозках есть сегмент рынка, который ими почти не охвачен - регулярные рейсы на море и в другие места отдыха, которые осуществляют перевозчики по, так называемым, заказным маршрутам. Наш РБр с ними активно работает.

Наконец, в разных сферах торговли и сервиса эффективно работает много компаний, ни чем не отличающихся от других, кроме того, что они находятся в шаговой доступности от потребителя. Но именно благодаря своей шаговой доступности, потребитель выбирает их. Одно из главных преимуществ франчайзи-субагентов по сравнению с АВ и АС заключается именно в их шаговой доступности от пассажиров.

Чем отличается РБр от других сервисов по продаже электронных билетов

Несколько транспортных компаний продают свои билеты с использованием электронных технологий. Есть также несколько сервисов, которые продают автобусные билеты в электронном формате не одного, а нескольких перевозчиков, объединенных общими признаками. Например, отправляются с одно автовокзала, возят пассажиров из России в страны Балтии либо в страны Западной Европы.

У РБр настолько много отличий от этих сервисов, что мы посвятили этому специальный раздел «[Почему с Рос-Билетом выгодно работать перевозчикам и субагентам, а пассажирам выгодно покупать у него билеты](#)». А пока просто скажем, что у нас самый мощный сервис по продаже автобусных билетов во всем русскоязычном пространстве. В нем больше всего рейсов и перевозчиков, самая полная информация о них, а пользоваться им гораздо удобнее, чем другими.

Но главным достоинством РБр, благодаря которому так быстро растет его популярность одновременно среди перевозчиков, пассажиров и наших франчайзи-субагентов, является то, что нам удалось обеспечить баланс главных интересов всех сторон. Перевозчикам мы предоставляем самые лучшие условия по продаже их билетов, в том числе, берем меньше комиссии, чем берут другие агенты. Пассажирам предлагаем билеты по очень низким, а нередко и по самым низким ценам на рынке. Более того, в ряде случаев цены на билеты в РБр даже ниже, чем у самих перевозчиков. Своим франчайзи-субагентам, а также тем, кто работает с нами через Интернет по партнерским программам, мы предлагаем для продажи самый большой выбор рейсов, самый высокий процент комиссии, а также самый простой и удобный способ продажи билетов.

Как в России организован бизнес междугородних и международных автобусных перевозок

Мы часто сталкиваемся с тем, что наши франчайзи-субагенты, даже проработав уже некоторое время, не понимают, как устроен в целом бизнес междугородних и международных автобусных перевозок в России.

С одной стороны, работа по франшизе РБр слишком проста и вполне можно обойтись без этих знаний. С другой стороны, тем, кто намерен не ограничиваться одной точкой по продаже, а планирует создавать и развивать сеть таких точек, эти знания полезны. А тем, кто намерен сам общаться с перевозчиками, они просто необходимы.

Кто является владельцем автовокзалов (АВ), автостанций (АС) и автобусов

Многие ошибочно полагают, что у автовокзалов (АВ), автостанций (АС) и автобусов один собственник. Поэтому делают вывод, что автовокзалы и автостанции продают билеты на свои автобусы, мол, и билеты поэтому у них должны быть самыми дешевыми.

В СССР так оно обычно и было, но с развалом Советского Союза, его собственность растащили по разным рукам. Кроме того, появились новые АВ, АС и перевозчики. Поэтому сейчас очень мало кто из АВ и АС имеют свои автобусы, а у перевозчиков очень редко когда есть свои АВ и АС.

Иными словами, автовокзалы, автостанции и автобусные кассы заключают с перевозчиками такие же агентские договора на продажу билетов, как и РБр. Только, за редким исключением, делают это на значительно менее выгодных условиях, чем те, которые предлагает перевозчикам РБр.

Чем принципиально отличаются между собой авиационные, железнодорожные и автобусные пассажирские перевозки

Сравним различные виды междугородних и международных пассажирских перевозок по всем основным параметрам: затраченного времени на дорогу; вероятности задержки рейсов; уровню комфорта для пассажиров; ширине охвата сетей. А закончим самым главным для пассажира: сравнением цен на разные билеты и самым главным для бизнеса – защитой от кризисов.

Для оценки количества времени, затраченного пассажиром на дорогу, недостаточно сравнить скорость самолета, поезда и автобуса. Ведь человеку нужно добраться не от вокзала до вокзала, а, например, из своей квартиры в конкретную гостиницу другого города. Аэропорты почти всегда находятся за городом. Дорога к ним, а также предполетные и послеполетные процедуры обычно занимают много времени. В результате, по сравнению с автобусом, вы вряд ли доберетесь самолетом быстрее, при расстоянии между городами менее 700 км. Как, например, между Москвой и Санкт-Петербургом. Железнодорожные вокзалы, наоборот находятся в центре города. И это для больших городов тоже плохо, особенно, в часы пик, когда пробки значительно увеличивают продолжительность путешествия. Почти всегда автобус едет быстрее поезда, и сходить с него не обязательно только на автовокзале. Поэтому путешествие на нем занимает меньше времени, чем по железной дороге.

Вероятность задержки рейсов намного выше у самолетов (из-за погоды) и примерно равна у поездов и автобусов. При этом, поезда менее «чувствительны» чем автобусы к погоде, но не умеют объезжать друг друга и больше зависят от выхода из строя дорожного полотна.

По уровню комфорта современный автобус равен самолету. У поезда в качестве преимущества можно назвать разве что возможность прогуляться по коридору и наличие лежащих мест (хотя в некоторых автобусах они тоже есть). В остальном поезд не уступает автобусу и самолету только по безумно дорогим (не дешевле авиабилетов) местам в мягких вагонах. Кстати, заметим, что покупая обычный автобусный билет, в обычной кассе, вы не знаете, на каком автобусе вас повезут. А при покупке электронного билета в РБр не только знаете марки автобусов, но и видите их фотографии.

Впрочем, перед большинством пассажиров вопрос выбора видов транспорта вообще не стоит. В России авиасообщение очень слабо развито, а железные дороги остались в наследство от Советского Союза, в котором они строились в основном для грузового, а не пассажирского назначения. Кроме того, огромные российские просторы и небольшая плотность населения для большинства мест тоже делали нецелесообразным строить железные дороги. Все эти и ряд других факторов давали и дают весомые конкурентные преимущества автобусным перевозкам.

На огромных территориях они вообще вне конкуренции. В том числе, на участке в 170 км. от Новороссийска до Туапсе никогда не было и явно не будет железной дороги (аэропортов там тоже нет, если не считать совсем чахлого в Геленджике). Аналогичная ситуация в Крыму, только уже на протяжении 250 км. по всему побережью от Феодосии до Севастополя.

Автобусы чем дальше, тем чаще вытесняют авиа- и железнодорожный транспорт. В качестве примера можно привести Элисту. За последние 10-15 лет пассажиропоток из столицы Калмыкии в Москву не уменьшился. Но все больше жителей отдавали предпочтение автобусам. Сначала в Элисте, фактически, закрылся аэропорт (в последние годы жизнь в нем едва теплится), а несколько лет назад полностью прекратилось и пассажирское железнодорожное сообщение. Поэтому, как бы не ругали в России автомобильные дороги, а население все-таки предпочитает передвигаться по ним.

И самым главным аргументом в пользу выбора автобусов, являются цены. Обычно билет на автобус стоит в 1,5 раза дешевле, чем в плацкартный вагон и в два раза дешевле, чем в купе. А

по сравнению с билетом на самолет или в мягкий вагон, за место в автобусе пассажир, чаще всего, платит в 2,5 – 3 раза меньше.

Характерно, что сегмент автобусных перевозок отвоевывает у авиации и железной дороги новые объемы пассажиропотока в период экономических кризисов. Не случайно в январе 2015 г. президент России вынужден был применить совсем не рыночные меры для восстановления работы сотен электричек. А первопричиной того, что, не смотря на большие дотации государства, железнодорожный пассажирский транспорт оказался убыточным, в значительной степени оказалось то, что без всяких дотаций автобусы забрали часть пассажиропотока.

Такая ситуация вполне закономерна для всех секторов экономики. В периоды снижения покупательской способности, потребители вынуждены пользоваться более дешевыми услугами. На сегменты, работающие в низком ценовом диапазоне, кризисы либо почти не оказывают негативного воздействия, либо даже увеличивают их прибыль. То же самое полностью относится ко всей инфраструктуре, связанной с междугородними автобусными перевозками и, прежде всего, к тем, кто занимается продажей автобусных билетов.

Почему среди автобусных перевозчиков такая высокая конкуренция

Как известно, все перевозки по железной дороге осуществляет монополист - РЖД. Работающие российские авиакомпании тоже можно пересчитать по пальцам. Судя по тому, насколько высоки у нас цены на авиабилеты, конкуренция между ними чисто символическая, либо вообще показная. Вероятней всего, это связано с тем, что крупный капитал во все времена умел договариваться между собой. А эффективно бороться с олигополией (так называется сговор нескольких самых крупных игроков рынка) антимонопольщики просто не в состоянии.

Совсем иное дело автобусные перевозки. Немолодой, но вполне приличный полтораэтажный автобус можно купить по цене нового легкового автомобиля бизнес класса. А поддержанный микроавтобус Мерседес или Фольксваген продают за несколько сотен тысяч рублей. Как видим, вход в бизнес стоит недорого, а сам он представляется простым и прибыльным. Это привлекает очень много новичков. А когда они понимают, что на самом деле, все далеко не так просто, отступить уже поздно и они пытаются выкарабкаться. В этой чрезвычайно жесткой конкурентной борьбе многие разоряются, но на смену им приходят другие новички и накал сражения за пассажиров не ослабевает.

Как мы говорили выше, количество продаваемых автобусных билетов постоянно растет. Однако, количество перевозчиков, предлагающих им свои услуги растет опережающими темпами и в этой ситуации обычно выигрывают не сами перевозчики, а те, кто продает автобусные билеты. Наиболее опытные перевозчики это понимают. Поэтому пытаются сами организовать продажи своих билетов. Однако, их возможности по продажам без участия РБр очень ограничены.

Какие бывают междугородние автобусные рейсы

Любое государство стремится максимально контролировать бизнес. Поэтому в России еще с советских времен Министерство транспорта ведет реестр перевозчиков. Попадают в него те, кто прошел через многочисленные согласования конкретных маршрутов движения. С одной стороны, у тех, кто находится в реестре, всегда есть возможность производить посадку и высадку пассажиров на согласованных АВ и АС, которые продают им билеты. С другой стороны, они становятся заложниками многих ограничений. Например, не могут отклоняться от согласованного маршрута, вносить коррективы в график движения и даже их право на незапланированные остановки часто ставится под сомнение. Эту категорию мы называем реестровыми или

номерными перевозчиками, потому, что их маршруту присваивается номер, который они обязательно ставят на таблички со своими рейсами.

Другая категория не имеет такого права, т. к. не значится в реестре. Такие рейсы называются заказными. Если они имеют лицензию на перевозку пассажиров (а подавляющее большинство из них имеют такие лицензии), то работают законно. Однако, поскольку они не реестровые, то АВ и АС имеют право им отказать в предоставлении площадки для посадки и высадки или, что случается чаще, выставить за это сумму, которая окажется неприемлемой. Зато у таких перевозчиков есть возможность отклоняться от маршрута, передвигать график движения, делать плановые и неплановые остановки где сочтут нужным. Таких перевозчиков можно определить по тому, что на табличках рейсов у них не стоит номер.

РБр продает билеты, как на реестровые, так и на заказные рейсы. При этом, заказные рейсы могут быть сезонными. Например, летом на море. Но для нас обязательно, чтобы они были регулярными, т. е. автобусы ходили по расписанию.

К третьей категории относятся перевозчики, выполняющие заказные перевозки, но без расписания, то есть, только когда кто-то закажет у них автобус. Если такой перевозчик имеет лицензию на перевозку пассажиров и обратится к нам заблаговременно, мы можем взяться за продажу билетов на его разовые рейсы. Но каждый такой случай мы рассматриваем индивидуально.

Некоторые владельцы автобусов возят пассажиров без лицензии. С такими мы не работаем.

Сколько в России автобусных перевозчиков, работающих на междугородних и международных маршрутах

Точного количества автобусных перевозчиков, работающих на междугородних автобусных маршрутах никому не известно. В федеральном, республиканских, краевых и областных реестрах зафиксировано более двух тысяч автобусных перевозчиков на дальних маршрутах. Общее количество перевозчиков, работающих по расписаниям, но со статусом заказных рейсов, никто даже не пытался подсчитать. По нашим оценкам их больше, чем реестровых. Полагаем, что в нашей стране регулярные автобусные перевозки на межсубъектных и международных маршрутах осуществляют четыре-пять тысяч российских перевозчиков. Кроме того, на международных автобусных маршрутах, связывающих Россию с другими странами, работает еще несколько сотен иностранных перевозчиков. Со многими из них РБр также работает.

Рос-Билет ру безусловно, является самым мощным ресурсом по продаже электронных билетов. Но пока мы имеем договоры только, примерно, с семью процентами от всего их количества. А заинтересованы работать, фактически, со всеми. Так что простор для развития очень широк.

Кто организует междугородние и международные автобусные перевозки

Автовокзалы и автостанции к организации перевозок по конкретным маршрутам, фактически, не имеют отношения. В лучшем случае, они могут лишь сообщить, что на каком-то направлении большой спрос на билеты и те, кто работает на нем, не могут перевезти всех желающих. Вся работа по организации маршрута, в том числе, по согласованиям, ложится на самого перевозчика.

Подавляющее большинство рейсов организуют сами перевозчики. Но уже довольно давно появились первые организаторы автобусных чартеров и количество их постоянно растет.

Для того, чтобы стать организатором чартера не нужно иметь своего транспорта и даже лицензии на перевозку пассажиров. Нужно только уметь продавать билеты.

Схема такая же, как у туроператоров, организующих зарубежные туры с авиаперелетами. Туроператор выкупает у авиакомпании полностью весь рейс. А дальше либо пытается заполнить все кресла пассажирами самостоятельно, либо продает блоки мест другим туроператорам. Если заполняемость полная – он хорошо зарабатывает. Если не сильно высокая – прибыль колеблется выше или ниже нулевой рентабельности. (Отсюда, чаще всего, и появляются «горящие туры» - лучше хоть немного выручить за перелет, чем отправлять пустые кресла.)

Важно, что организаторы автобусных чартеров, в отличие от авиационных, могут свести свои риски, фактически, до нуля. Это объясняется тем, что у организаторов авиаперелетов нет возможности, в зависимости от количества проданных билетов, поменять большой самолет на маленький или наоборот – на очень большой. А у тех, кто организует автобусные чартеры, такая возможность есть. Если он рассчитывает заполнить автобус вместительностью в 40 мест, а на самом деле продал в два раза меньше, то заказывает у перевозчика не автобус, а микроавтобус. Если продаст 60 мест, то закажет полутрехэтажный автобус, если 70 – двухэтажный, если 100 мест, то закажет два автобуса – сорокаместный и полутрехэтажный. Сейчас свободных автобусов разной вместимости не много, а очень много и организатор чартерных автобусных рейсов всегда может составить из них оптимальный для себя вариант. Более того, многие еще и тендеры для перевозчиков устраивают, выбирая лучшее соотношение цены и качества.

Главное продавать билетов чем больше, тем лучше. И тогда организатор чартера получает очень хорошую прибыль при нулевом коммерческом риске и минимуме хлопот. А все затраты, хлопоты, риски и ответственность ложатся на перевозчика, хотя прибыли он получает меньше, чем продавец билетов.

Сначала регулярные чартеры были только сезонными на пляжные курорты и в горы. Но в последнее время те, кто научился продавать много автобусных билетов, стали организовывать их на круглогодичных маршрутах между городами.

В рамках бесплатной франшизы Рос-Билета фактически без затрат можно создать сеть из десятков точек по продаже автобусных билетов и для этого даже не понадобится арендовать помещения и нанимать персонал. О том, как это сделать, мы расскажем в разделе [«Как по франшизе РБр создать собственную сеть по продаже автобусных билетов»](#).

Почему цены на электронные билеты обычно выше, чем на обычные

Интернет продажи обычных товаров уже давно стали обыденным явлением. При этом, покупатели привыкли, что через Интернет они обычно стоят существенно дешевле. Это связано с тем, что у их продавца интернет-продажи позволяют значительно сэкономить на складских помещениях, перевозке товара от производителя на склад оптового продавца, а из него на склад магазина. Также очень много продавец экономит на содержании торгового зала, оплате труда персонала и т. д.

У сервисов по продаже электронных билетов, наоборот, затрат больше, чем у тех, кто продает обычные билеты. Даже если не брать в расчет дорогое и сложное оборудование, программное обеспечение, их обслуживание и т. д., за каждый проданный электронный билет приходится платить 3-4% от его стоимости за услуги платежных систем. Это очень много, но иначе невозможно добиться того, чтобы через несколько секунд после момента оплаты, пассажир или наш субагент получил свой билет на e-mail или в виде SMS на телефон. (Кстати, в форме SMS автобусный билет присылает только наш РБр).

Так как затраты у продавца электронного билета больше, чем у обычного, то и цены на онлайн билеты все, кроме нашего Рос-Билета, ставят выше. И пусть вас не вводит в заблуждение то, что на некоторых сайтах указываются цены перевозчиков. При оплате оказывается, что вам выставляют счет выше на сумму от шести до двадцати и более процентов (РБр никогда не применяет скрытые платежи, все цены указанные у нас на сайте - конечные).

Если сравнивать цены на электронные билеты у тех, кто продает их на рейсы нескольких перевозчиков, то у нашего Рос-Билета они всегда ниже. Более того, в подавляющем большинстве случаев, РБр продает билеты по ценам самих перевозчиков, а эти цены либо такие же, либо ниже, чем в кассах АВ и АС. Наконец, все чаще мы продаем билеты по ценам ниже, чем в обычных кассах, а иногда и ниже, чем продает их сам перевозчик (иногда в силу разных причин перевозчики хотели бы снизить цены, но не могут этого сделать, а РБр – может). Такие формы продаж автобусных билетов со значительными скидками, как раннее бронирование и горящие билеты введены в практику автобусных перевозок нашим РБр и до сих пор используются только нами.

Почему пока недостаточно распространены продажи автобусных электронных билетов

Электронные билеты на поезда и самолеты давно пользуются очень большой популярностью. Более того, многие авиаперевозчики уже много лет назад вообще отказались от продаж обычных билетов.

Рано или поздно в России то же самое произойдет и с продажами билетов на автобусы (в США и Западной Европе почти все автобусные билеты уже стали электронными). Но в нашей стране пока онлайн билеты на автобусы распространены очень слабо. Среди основных причин не только то, что по интернет-технологиям Россия вынуждена догонять страны, которые принято называть промышленно развитыми.

Программное обеспечение для таких продаж стоит очень дорого и не по карману большинству транспортных компаний. Кроме того, российские перевозчики разобщены, каждый строит свой бизнес самостоятельно, используя сложившуюся у него систему продаж и при типичном подходе к организации продаж электронных билетов, они не стыкуются со сложившейся практикой. Иными словами, для перехода на онлайн продажи перевозчикам приходится полностью переделывать свою систему, а материально и морально к этому готовы не многие.

РБр строит свои отношения с перевозчиками на принципиально иных подходах. Во-первых, перевозчику для начала продаж своих билетов в электронном виде через РБр вообще не нужно тратить денег. Всю работу по созданию, обновлению и поддержанию баз данных, а также справочной информации о самом перевозчике и его транспорте мы делаем сами и за свой счет. Во-вторых, мы начинаем работать с каждым перевозчиком по привычной для него схеме продаж и уже по ходу работы предлагаем ему более удобные и эффективные варианты.

Иными словами, с нами может работать любой перевозчик. Поэтому количество рейсов, на которые можно купить билеты через РБр, быстро растет.

Главные препятствия для увеличения прибыли перевозчиков

Самым главным препятствием для увеличения прибыли перевозчиков служит слишком большая конкуренция. Спрос на автобусные билеты, особенно в кризис, растет. Но количество самих перевозчиков растет еще быстрее и пассажиров на всех не хватает.

Вторым по степени важности препятствием является то, что перевозчикам все сложнее за разумные деньги донести до пассажиров информацию о себе. Если соотношение цены на билеты

с качеством услуг у перевозчика лучше, чем у его конкурентов, то сам по себе этот факт отнюдь не означает, что пассажиры потянутся к нему. «Сарафанное радио» работает все хуже даже в городах, средних по численности населения (не говоря о крупных и мегаполисах). Поэтому формула, что хороший товар в рекламе не нуждается, давно устарела. А сама реклама стоит все дороже.

Оба эти главные препятствия для увеличения прибыли перевозчиков, а также целый ряд других, успешно устраняет наш Рос-Билет ру.

Почему с Рос-Билетом выгодно работать перевозчикам и субагентам-франчайзи, а пассажирам выгодно покупать у него билеты

Почему перевозчикам выгодно продавать билеты через РБр

Рос-Билет ру предлагает своим партнерам-перевозчикам, по сравнению с другими продавцами их билетов, целый комплекс преимуществ, многие из которых являются уникальными. Перечислим главные.

Благодаря комплексу мер, РБр продает по конкретным перевозчикам значительно больше (часто многократно больше) билетов на автобусы, чем другие агенты. При этом, рост продаж всегда тем выше, чем в большей степени перевозчик прислушивается к рекомендациям РБр. В свою очередь, все наши рекомендации очень просты, почти всегда не требуют дополнительных затрат (а, если требуют, то совсем незначительных) и всегда помимо значительного увеличения заполняемости автобусов, ведут к существенному уменьшению трудозатрат и ошибок в работе, позволяют улучшить контроль за персоналом и максимально использовать возможности для дистанционного управления бизнесом. Все процессы по бронированию и продажам билетов отражаются в личном кабинете перевозчика на сайте РБр. В нем отражается информация о проданных билетах в режиме реального времени (т. е. в момент их продажи). Она также отправляется на электронную почту перевозчика. Личный кабинет также дает и другие возможности (в т. ч. имеет удобный поиск, формирование различных отчетов, посадочных ведомостей и т. д.).

Для пассажира всегда важно, на каком автобусе его повезут, и какой репутацией обладает перевозчик. РБр предоставляет для всех перевозчиков их персональные страницы, на которой они могут рассказать о себе и показать свои автобусы. Эта страница также содержит актуальное расписание с актуальными ценами на билеты. Мы не только бесплатно предоставляем место для всей этой информации, но сами бесплатно размещаем ее, а также бесплатно обеспечиваем ее поддержку и вносим коррективы в расписание. То есть перевозчик получает от нас бесплатную страничку со всей информацией, которая интересует его пассажиров. Кроме информации, пассажир может там оставить свой отзыв и поставить перевозчику оценку по пятибалльной системе. Из этих оценок формируется рейтинг перевозчиков, и пассажир выбирает лучшее соотношение цены и качества услуг по перевозке. Как и многое другое у РБр, рейтинг автобусных перевозчиков уникален. Никто другой даже не пытался его составить.

РБр предлагает перевозчикам самые низкие ставки комиссионных за продажу автобусных билетов.

РБр обеспечивает самые быстрые сроки расчетов за продажу билетов (в т. ч. в договоре зафиксирована обязанность РБр произвести выплаты раньше стандартных сроков по простому запросу перевозчика).

РБр предлагает перевозчикам уникальный для электронных билетов набор форм расчета пассажира за билеты. Перевозчик может выбрать один, два или все три варианта продаж билетов для пассажиров: 100% расчет с РБр; 100% расчет при посадке; частичная предоплата (обычно 15% РБр и 85% при посадке). Подбором вариантов расчетов, который может корректироваться в процессе работы, легко добиться «нулевого баланса», позволяющего производить взаимозачеты без перечисления друг другу денег. Это особенно удобно во взаимоотношениях с иностранными перевозчиками, не имеющими российских расчетных счетов.

По условиям договора с РБр, перевозчик обладает полной самостоятельностью в установлении количества выставляемых на продажу билетов.

Также уникальны услуги РБр для гибкого ценообразования, максимально учитывающего спрос на автобусные билеты (в т. ч. по программам «раннее бронирование», «горящие билеты» и «высокий сезон»). Это особенно важно с учетом специфики бизнеса по автобусным перевозкам. Если в автобусе поедет всего один пассажир, то затраты перевозчика на рейс будут почти такими же, как и при полном автобусе. Поэтому всегда выгодней продать билет даже с очень большой скидкой, чем везти пустые кресла.

РБр быстро организует продажи билетов с посадкой пассажиров в любых, в том числе новых точках на всем протяжении маршрута перевозчика (при цене билета от 250 руб.).

РБр дает бесплатные консультации по вопросам ценообразования, открытию новых маршрутов и т. д.;

РБр дает бесплатную информационную поддержку по оптимальным вариантам доставки пассажиров к месту назначения транспортом других перевозчиков в случае поломки автобуса на трассе.

Все перевозчики, с которыми работает РБр, автоматически приобретают право продажи любых автобусных билетов, выставленных на продажу через сайт РБр.

У РБр есть также другие услуги, для перевозчиков и список этих услуг постоянно расширяется.

С какими перевозчиками РБр отказывается работать

Если в процессе работы выясняется, что перевозчик уклоняется от выполнения своих обязательств перед пассажирами, мы прекращаем с ним работу.

Но это не означает, что Рос-Билет ру готов продавать автобусные билеты всех добросовестных перевозчиков. Как мы уже говорили, продать их все просто невозможно, поскольку предложение значительно превышает спрос. А ставить у себя на продажу просто так, на всякий случай, не рационально, т. к. всю работу по подготовке, размещению информации и поддержанию ее в актуальном виде, мы делаем исключительно собственными силами и за свой счет.

Поэтому, Рос-Билет по каждому конкретному направлению заключает новые договоры с перевозчиками до тех пор, пока спрос не уравнивается с предложением. После этого, новые договоры не заключаются, пока предложение не превысит спрос.

Сколько может зарабатывать субагент-франчайзи по франшизе РБр

Все очень индивидуально и, прежде всего, зависит от потока потенциальных пассажиров через конкретную офлайн-точку продаж или от количества посетителей веб-ресурса, на котором размещена информация о продаже автобусных билетов.

Если говорить о ситуации к началу 2015 г., то самый большой объем продаж по одной офлайн-точке был у одного из франчайзи летом 2014 г. За каждый из трех летних месяцев выручка от продажи автобусных билетов составила у него в среднем 670 тыс. руб., из которых у

франчайзи (кассовый сбор и комиссия) оставалось в месяц около 125 тыс. руб. При этом, с одной стороны, точка находилась в спальном районе города с населением в 400 тыс. чел., с высокой конкуренцией среди продавцов автобусных билетов (в городе 4 кассы АВ и АС и более 20-ти других точек продаж). То есть, условия для торговли весьма далеки от идеальных. С другой стороны, хоть все продажи и осуществлялись через обычную офлайн-точку продаж, но большинство пассажиров узнавали о продажах через сайт франчайзи. (Кстати, сейчас на его сайте стоит не только приглашение купить билеты в офисе, но и реферальная ссылка для онлайн-продаж.)

У этого франчайзи основной поток пассажиров идет летом, когда жители его города отправляются на море. В остальные месяцы прибыль падает в несколько, (иногда даже в шесть) раз. В других регионах ситуация совершенно иная и всплески спроса на автобусные билеты зависят от иных факторов: продолжительных праздников, студенческих каникул, сезонных работ и т. д.

В любом случае, при прочих равных условиях, прибыль по франшизе РБр у франчайзи будет пропорциональна количеству потенциальных пассажиров, которые узнают о том, что франчайзи продает автобусные билеты и которым удобно будет их у него купить. А это зависит от количества точек продаж и усилий франчайзи по их продвижению. Таких точек продаж у одного франчайзи по бесплатной франшизе РБр могут быть десятки. При этом, для создания такой разветвленной сети, совсем не обязательно покупать или арендовать помещения и нанимать персонал. (Об этом мы рассказываем в разделе [«Как по франшизе РБр создать собственную сеть по продаже автобусных билетов»](#)).

А для продвижения своих точек продаж от франчайзи требуются совсем незначительные материальные затраты (обычно до пятисот руб. на точку) и несколько простых действий, о которых мы рассказываем ниже.

Почему субагентам-франчайзи выгодно работать по франшизе РБр

Отчасти на этот вопрос мы уже ответили в предыдущей главе: по франшизе РБр можно много зарабатывать, размер этого заработка, фактически, не ограничен и уровень доходов, прежде всего, зависит от желания самого франчайзи. А представление о том, насколько огромен рынок междугородних и международных автобусных перевозок, вы можете составить сами, изучив расписание по своему населенному пункту. И при этом имейте в виду, что нет таких источников информации, которые бы содержали все рейсы.

Однако, все познается в сравнении. Поэтому перечислим основные преимущества, которые дает франшиза РБр своим франчайзи.

РБр дает своим франчайзи-субагентам самый высокий процент комиссионных.

РБр дополнительно к комиссионным дает франчайзи право самим устанавливать размер кассового сбора.

РБр дает самый большой ассортимент автобусных рейсов из различных городов России, СНГ, других стран Европы и Азии, которые могут продавать франчайзи.

По сравнению с другими электронными билетами на автобусы РБр дает на них самые низкие цены.

РБр дает на своем сайте исчерпывающую информацию, касающуюся каждого конкретного рейса. Объем этой информации настолько велик и разнопланов, что такого не удастся найти даже на сайтах самих перевозчиков. В том числе мы указываем: цену билета в РБр со всеми его комиссиями и сборами; время, и точное место отправления и прибытия, указывая эти места на карте и в большинстве случаев показывая их на фото (а по наиболее популярным точкам отправления даем их подробное описание); время в пути и маршрут движения автобуса,

перечисляя основные населенные пункты, а также обычно указываем его на карте; на отдельной странице рассказываем о перевозчике, выполняющем конкретный рейс; называем марки и показываем фотографии автобусов конкретных перевозчиков; показываем место в рейтинге конкретного перевозчика; предоставляем пассажирам возможность оставлять свои комментарии о работе перевозчиков и знакомиться с комментариями других пассажиров, что, вместе с рейтингом перевозчиков, позволяет потребителю найти оптимальное соотношение между ценой услуги по перевозке и ее качеством.

Сайт РБр, на котором размещена перечисленная выше и другая информация, имеет интуитивно понятную и очень удобную навигацию. Кроме того, она устроена так, что, находясь на любой из страниц сайта, можно выйти на любую интересующую вас информацию по любому рейсу в 2-3 клика, а сам рейс, набрав лишь по несколько букв названий населенных пунктов в полях «откуда» и «куда». Это позволяет кассиру не просто ответить на любой вопрос пассажира, но и сделать это очень быстро. При нормальной скорости Интернета, пауз в диалоге субагента с пассажиром вообще не возникает, даже если кассир раньше никогда не слышал названий населенных пунктов, из которых и в которые нужно добраться пассажиру.

РБр предлагает самый широкий выбор вариантов оплаты за билет: 100% оплаты при бронировании; 100% оплаты при посадке непосредственно перевозчику; частичная предоплата, когда 7-30% оплачивается при бронировании и оставшаяся сумма оплачивается при посадке. Кроме РБр, такого широкого выбора вариантов оплаты не предлагает никто.

РБр предлагает максимально широкий выбор расчетов не только пассажирам, являющимся конечными покупателями билетов, но и своим франчайзи-субагентам. По франчайзинговому договору они могут рассчитываться с РБр за проданные билеты либо с пластиковой карточки, либо через депозит, перечисляя сумму от пяти тысяч рублей на расчетный счет РБр. При работе по депозитной схеме, размер комиссионных сразу увеличивается на 2% (и в зависимости от месячной выручки может достигать 7%), поскольку в данном случае деньги не проходят через платежную систему, а сразу попадают на счет РБр.

РБр предлагает своим франчайзи максимально удобный для них вариант выплаты кассового сбора и комиссионного вознаграждения. Кассовый сбор от проданных билетов франчайзи вообще не перечисляет в РБр, а оставляет себе. По согласованию с РБр, размер своих комиссионных, причитающихся за уже проданные билеты, франчайзи, если пожелает, может удерживать из выручки за продаваемые билеты. Таким образом, происходит перерасчет, позволяющий сторонам не перечислять друг другу деньги.

РБр предоставляет всем своим франчайзи возможность полностью контролировать все операции по бронированию и продажам всех своих билетов через их личный кабинет на сайте РБр в режиме реального времени как по офлайновой, так и по онлайн-формам работы. Поскольку в нем сохраняются все данные даже по неоплаченным билетам, это гарантирует полную прозрачность работы системы.

РБр создал самую простую систему бронирования и оплаты автобусных билетов. Она требует заполнения минимального количества данных о пассажире, которые обязательны при оформлении любых межсубъектных автобусных билетов. Внесение этих данных максимально удобно и занимает минимум времени.

Все перечисленное выше, делает работу франчайзи-субагентов РБр предельно простой. С ней легко справится любой пользователь Интернета.

Не смотря на свою исключительную простоту, РБр ежедневно осуществляет техническую поддержку своих франчайзи и квалифицированные специалисты Рос-Билета отвечают на все их вопросы через скайп, чат, ICQ и по телефонам, указанным на сайте РБр. Все каналы связи с РБр для франчайзи бесплатны.

Какие сопутствующие услуги выгодно продавать вместе с автобусными билетами РБр

В бизнесе всегда выгодно расширять ассортимент товаров и услуг. Причем, не только потому, что, если у вас их купят, то это принесет дополнительный заработок. От расширения ассортимента есть немалая опосредованная польза. Во-первых, обычно за счет этого фирма вызывает больше доверия у клиента. Но главное, ему удобней купить все в одном месте.

Поэтому рекомендуем параллельно с нашими билетами на автобус выставить на продажу билеты на самолеты и места в отелях. Полагаем, что лучше это делать через сервис, на который вы можете перейти по этой ссылке <https://www.travelpayouts.com/?marker=74833>

На наш взгляд, здесь самый широкий выбор и хорошие цены. Кроме того, через этот сервис можно взять в аренду автомобиль и оформить страховку. Немаловажно, что реферальная ссылка на ресурс, как и на РБр, размещается очень просто.

Почему пассажиры для покупки билетов выбирают сервис Рос-Билет ру

В предыдущей главе мы подробно говорили об уникальных потребительских возможностях Рос-Билет ру. В том числе о том, что РБр предлагает самые низкие цены за билеты, различные варианты расчета за них, самый большой выбор рейсов, а также беспрецедентно большое количество разносторонней информации о них и перевозчиках.

Как и в любом другом бизнесе, между конечным потребителем и тем, кто непосредственно оказывает ему услуги, периодически неизбежны конфликты интересов. По своей сути РБр является посредником между перевозчиками и пассажирами. А в таких ситуациях часто возникает вопрос: чью сторону занять? Когда не удастся достичь компромисса, мы стараемся поступать так, чтобы не страдали интересы пассажира. Даже, если при этом страдают наши собственные интересы. И вообще стремимся сделать для них все, чтобы им было не только удобно, но и приятно работать с нашим сервисом. Например, в РБр минимальны формальности по возврату денег за несостоявшуюся поездку и рекордно низкие сроки возврата. Обычно они вообще занимают 1-2 часа, даже если пассажир сам передумал ехать (а по этой причине происходит 95% возвратов).

Пассажиры чувствуют доброе отношение к себе, и это также влияет на их выбор в пользу РБр.

Для чего РБр развивает сеть продаж билетов через субагентские франшизы

Не смотря на уникальное удобство сервиса Рос-Билет ру для пассажиров, мы видим острую необходимость в развитии франчайзинговой сети. И дело не только в том, что не все знают о РБр.

Это удобней пассажирам

Навсегда миновали времена, когда считалось нормальным, самому поменять в своем автомобиле моторное масло, самому отремонтировать покрышку, а затем в свой выходной день ехать за город выращивать для своей семьи картошку. Сейчас за картошкой едут на рынок, масло в автомобиле меняют на СТО, покрышки ремонтируют на шиномонтаже. И даже мыть свою машину предпочитают на автомойке, хотя могли бы и сами с ведром и тряпкой полчаса поработать, а чтобы воспользоваться услугами автомойки обычно уходит больше времени.

Но настало время узкой специализации. Поэтому подавляющее большинство пассажиров предпочтут обратиться за покупкой билета к профессиональному продавцу таких билетов. В том числе, рассчитывая получить от него дополнительную информацию. (При этом, большинству даже в голову не придет, что профессионал в лице франчайзи черпает ее из общедоступного источника на сайте РБр).

И, естественно, пассажир не станет ехать на автовокзал, если ему предложат купить билет рядом с местом его проживания, работы или отдыха. В последние десятилетия успех многих торговых и сервисных сетей базируется на их шаговой доступности от потребителя.

Это привычней пассажирам

Как известно, сначала люди научились использовать электричество, а уже потом поняли его природу. Но любое живое существо боится того, чего не понимает. Боится до тех пор, пока оно не станет такой же обыденностью, каким стало для нас электричество.

Электронным автобусным билетам в России до такой обыденности еще очень далеко. Поэтому их побаиваются. Тем более, что жулья в Интернете сейчас предостаточно. Зато пока еще очень мало людей, которые могут оценить сколько труда и средств вложено в ресурс Рос-Билет ру и, что сделано это явно не для того, чтобы обмануть несколько пассажиров на одну-две тысячи рублей, а также то, что достаточно набрать в любом поисковике «Рос Билет ру отзывы» и вылезет весь негатив о компании. А поскольку о РБр никто плохо не отзывается, то это свидетельствует о его высокой репутации.

Словом, до тех пор, пока люди не поймут, как это работает (а подавляющее большинство это поймут не скоро, либо вообще никогда не поймут), они инстинктивно будут стремиться использовать привычные схемы покупки. То есть, будут стремиться прийти к человеку, у которого можно обменять свои деньги на бумажку, в которой будет написано слово «билет». Франчайзи-субагент пассажиру такую бумажку выдает. И пассажиру уже совсем не важно, что рядом со словом «билет» написано «электронный» - пассажир встречал в своей жизни много самых разных бумажек, которые ему давали в обмен на его деньги. Для него главное, чтобы дали нечто, что он может взять в руки, а не то же самое в формате PDF на e-mail или форме SMS на телефон.

Не все могут рассчитаться за билет с пластиковых карт или салонов Связной и Евросеть

Когда пассажир входит в сервис РБр напрямую и бронирует билет, в качестве форм расчета, гарантирующих поездку, ему предлагается полностью или частично оплатить билет с пластиковой карточки или наличными в любом салоне Связной или Евросеть. (100% оплата при посадке во-первых, устраивает не всех перевозчиков, во-вторых дает возможность пассажиру уехать только при наличии у перевозчика свободных мест).

Но далеко не все пассажиры могут рассчитаться с пластиковых карт. У многих их просто никогда не было, нет и не будет. Даже максимально распространенных для России салонов Связной и Евросеть нет в мелких населенный пунктах, а также, например, в Крыму и Новороссии.

Поэтому значительная часть населения просто технически не может произвести платеж за билет в безналичной форме, но может воспользоваться услугами субагентов, работающих с РБр по франчайзинговому договору.

Из чего состоит работа субагента-франчайзи по продаже билетов в системе РБр

Распределение обязанностей между Рос-Билет ру и его субагентами-франчайзи

В двух следующих главах [«Как работать онлайн»](#) и [«Как работать офлайн»](#) мы подробно расскажем, в чем заключается работа франчайзи по этим формам и как их лучше связать между собой, если намерены работать в двух форматах. А пока объясним, как распределяются обязанности между центральным офисом Рос-Билета и его субагентами-франчайзи.

Центральный офис РБр ведет всю работу по заключению договоров с перевозчиками; подготовке, размещению, а также по изменению всей информации на сайте; обмену информацией с перевозчиками о наличии свободных мест на все рейсы и о фактически проданных билетах на их конкретные рейсы; расчетом с перевозчиками за проданные билеты.

Главная работа субагента-франчайзи РБр по любому из двух форматов, заключается в привлечении пассажиров.

Продажа субагентами билетов через Интернет (по партнерской программе)

Для онлайн продаж (т. е. по партнерской программе) субагенту достаточно только вывести потенциального пассажира на свой веб-ресурс. Вне зависимости от того, работает с нами партнер по реферальной ссылке, через API или виджет поиска, всю остальную работу проводит РБр.

Продажа автобусных билетов пассажирам напрямую

Если продажи электронных билетов франчайзи-субагент осуществляет офлайн, т. е. через непосредственный, «живой» контакт с пассажиром, в его обязанности входит сделать заявку на бронь и отослать ее в РБр – для отсылки просто нажимается клавиша ОФОРМИТЬ ЗАКАЗ. Процедура заполнения брони очень проста и вместе с отсылкой занимает меньше.

Операторы РБр видят заявку в момент отсылки и, в течение 2-3 минут смотрят наличие мест и в зависимости есть ли нет места, меняют статус либо на забронирован (высылается ссылка на оплату) либо на сообщение, что мест нет.

При получении ссылки на оплату субагент-франчайзи получает деньги от пассажира и оплачивает билет, либо картой, либо с баланса своего личного кабинета, в зависимости от схемы работы. В тот же момент из счета генерируется электронный билет и передается на e-mail франчайзи. Франчайзи распечатывает билет на любом принтере, подписывает его, ставит свою печать (если работает с печатью) и отдает билет пассажиру.

Таким образом, с момента отсылки брони на билет, до момента получения билета пассажиром обычно уходит 5-6 минут.

Чтобы сэкономить время пассажира (вдруг мест нет), можно не отсылать полностью заполненную бронь со всеми данными пассажира, а сделать запрос на конкретный рейс через скайп. В этом случае, бронь заполняется, когда выясняется, что места на рейс есть.

С февраля 2015 г. РБр начал тестировать новую функцию при бронировании, которая сразу позволяет видеть всем пользователям наличие свободных мест. Однако, слишком большое разнообразие систем обмена данными, которые вынужден применять РБр для различных перевозчиков, не позволяет надеяться, что эту функцию удастся применять в массовых масштабах. Зато точно понятно, что по значительному количеству перевозчиков еще очень долго понадобится запрос наличия свободных мест через операторов РБр.

Однако, в любом случае, участие франчайзи в процессе продаж минимально и главной его задачей является привлечение потенциальных пассажиров. Часть из них придут сами, увидев на поддомене сайта РБр, посвященном своему населенному пункту координаты франчайзи в разделе «контакты». Но этот поток пассажиров не будет слишком значительным и на таком «самотеке» много заработать не удастся.

Существуют ли какие-то плановые показатели для субагентов-франчайзи РБр

Достаточно много систем для начисления вознаграждения устанавливают норму выработки при невыполнении которой оно не начисляется. Никаких плановых показателей для начисления комиссионных по франшизе РБр не существует. Франчайзи может продавать один билет в три месяца и все равно ему будет начисляться комиссия. Но существует прогрессивная шкала начисления комиссионных, которая делает франчайзи заинтересованными в увеличении роста продаж.

Как зависит размер начисления комиссионных от объемов продаж автобусных билетов

Размер комиссионных зависит от суммарной выручки за реализованные билеты в течение календарного месяца (т. е. с 01 числа расчетного месяца до 01 числа последующего месяца) и по любой (онлайн или офлайн) форме составляет:

3% при месячной выручке от реализации билетов до 100 000 руб.;

4% при месячной выручке от реализации билетов от 100 001 руб. до 500 000 руб.;

5% при месячной выручке от реализации билетов более 500 000 руб.

При работе через депозит, размер комиссионных вырастает на 2% и соответственно составляет 5%, 6% и 7%.

При работе одновременно через онлайн и офлайн общая выручка суммируется и комиссионные начисляются по общей сумме.

Кому выгодней работать по продаже билетов онлайн, а кому выгодней работать офлайн

В зависимости от практического опыта работы в онлайн- или офлайн-сфере, уместно направлять свои усилия на участок, о специфике которого имеете лучшее представление. При этом, у каждого из них есть свои достоинства и недостатки.

Офлайн несколько более трудозатратен, но по нему за счет кассового сбора у франчайзи значительно выше норма прибыли.

Онлайн не требует физического присутствия, но там норма прибыли ниже.

Однако, при выборе форм работы мы советуем, прежде всего, ориентироваться не на эти показатели, а на то, какие формы продаж предпочитают пассажиры. Поскольку одни захотят приехать из другого конца города, чтобы купить билет за наличные, а другие предпочтут купить у вас билет онлайн, хотя находятся в соседнем офисе, лучше всего использовать обе формы. И давать на своем веб-ресурсе адрес своего кассира, у которого можно купить билет офлайн, а при личной встрече, если пассажир того пожелает, давать ему бумажную визитку своего веб-ресурса, на котором он сможет купить билеты онлайн.

Такая связка настолько эффективна, что, если вы категорический сторонник какой-то одной из форм, советуем поискать того, кто хорошо знает другую форму и объединиться с ним.

Как работать онлайн (по партнерской программе)

Какой опыт необходим для эффективной работы по продажам билетов онлайн

Для создания самого веб-ресурса, через который можно продавать онлайн автобусные билеты РБр никаких специальных знаний и навыков не требуется. Подойдет любой сайт, блог, страница в соцсетях и т. д., даже часть места на странице чужого веб-ресурса.

Весь вопрос в том, как вы будете привлекать сюда потенциальных пассажиров.

Если вы намерены это делать с помощью офлайн-приемов (визитки, буклеты, баннеры, растяжки и т. д.), то вы можете рассчитывать на успех, не имея навыков работы в Интернете.

Но если вы предполагаете искать потенциальных пассажиров в Интернете, то должны четко представлять себе как это будете делать. Если такого опыта нет, можете поэкспериментировать – приемов здесь немало и о них в Интернете много пишут. Однако, как известно, далеко не все любители становятся профессионалами.

Кто может сотрудничать с РБр по партнерской программе

Все, кто этого пожелает.

Какие действия необходимы для начала работы по партнерской программе

В «подвале» всех страниц сайта РБр есть рубрика «Партнерская программа». Заходите в нее и регистрируйтесь. Для этого не требуется даже нашего согласия.

Как получить реферальную ссылку и доступ в личный кабинет

Зарегистрировавшись в партнерской программе, вы автоматически получаете свою реферальную ссылку и доступ в свой личный кабинет, где отражается вся статистика по вашим покупателям, даже если они всего лишь забронировали, но не оплатили билет.

Как работает реферальная ссылка

Если по реферальной ссылке клиент франчайзи попадет на сайт РБр и не сделает никакой покупки, то в течение 30 дней ресурс будет помнить его как вашего клиента. Даже если посетитель зайдет напрямую, без вашей реферальной ссылки и купит там билет, РБр начислит вам комиссию. А, если он зайдет с вашей реферальной ссылкой спустя сколь угодно много времени, он также будет автоматически отнесен к вашим клиентам.

Какие веб-ресурсы можно использовать для работы по партнерской программе

Для того, чтобы работать по партнерской программе, вам не обязательно даже создавать свой сайт или блог. Это может быть любая страничка или даже часть страницы на любом интернет-ресурсе, в том числе, в социальных сетях. Наконец, вы можете просто скинуть эту ссылку клиенту через e-mail, скайп, ICQ или даже написать ее.

Как получить API для работы по партнерской программе

Поскольку API требует от нас существенных усилий по интеграции нашего РБр с вашим веб-ресурсом, мы даем его, когда убедимся в ваших возможностях и в серьезности ваших намерений. Поэтому, прежде чем давать заявку на API, продайте сначала билетов хотя бы на 10 тысяч рублей. Если исходить из среднего чека – это всего 7 билетов.

РБр готов сразу предоставить API для веб-ресурсов, занимающихся продажей электронных билетов на транспорт, если в день их посещает не менее 100 человек, а также для веб-ресурсов со значительным трафиком целевой аудитории потенциальных пассажиров междугородних автобусов.

Как производится начисление комиссионных по партнерской программе

Комиссионные начисляются по тем же процентным ставкам, как и для офлайна (они приведены в главе «[Как зависит размер начисления комиссионных от объемов продаж автобусных билетов](#)»).

Кроме того, если партнер работает с нами по API, он может увеличить базовую стоимость билетов, обозначенных на сайте РБр на 10%. В этом случае, процент начисляемых ему комиссионных соответственно увеличивается до 11%, 12% и 13%.

Как производится учет заказов и проданных билетов по партнерской программе

Учет всех заказов на бронирование (в т. ч. неоплаченных) и проданных билетов в режиме реального времени отражается в личном кабинете партнера.

Сколько интернет - ресурсов можно использовать по одной партнерской программе

Количество веб-ресурсов по одной партнерской программе не ограничено.

Каковы требования к рекламе на веб-ресурсах по партнерской программе

Работая по партнерской программе РБр вы продвигаете и рекламируете собственные веб-ресурсы, на которых какое-либо упоминание о Рос-Билете может вообще отсутствовать.

То есть вы рекламируете себя а не РБр. Но если считаете, что упоминание о Рос-Билете будет способствовать росту ваших продаж, можете указывать нас.

Как наиболее эффективно привлекать на веб-ресурсы потенциальных пассажиров

Все зависит от ваших возможностей, опыта и конкретных условий. Это могут быть любые, как онлайн, так и офлайн ссылки на ваши веб-ресурсы. Главное, чтобы их увидели потенциальные пассажиры и чтобы они их заинтересовали.

Тех, кто уже положительно проявил себя в работе, мы консультируем по вопросам привлечения потенциальных пассажиров.

Как работать офлайн (через непосредственный контакт с пассажиром)

Какой опыт необходим для эффективной работы по продажам билетов офлайн по договору франшизы

Работа по продаже билетов по франшизе РБр слишком проста и поэтому не требует никаких специальных знаний и опыта работы в сфере пассажирских перевозок. Также не обязательно иметь опыт в других сферах бизнеса, но он, конечно, не помешает.

Кто может заключить с РБр франчайзинговый договор на субагентскую продажу автобусных билетов

РБр заключает субагентские договоры с индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами всех видов, в т. ч. из зарубежных стран.

Поскольку сейчас зарегистрироваться как ИП или ООО очень просто, РБр идет на то, чтобы начинать работу по франчайзинговому договору с последующей регистрацией франчайзи-субагента в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица. Однако, в этом случае, нам нужно в произвольной форме предоставить план своей работы. РБр может начать работу, если сочтет этот план реалистичным.

Какое оборудование необходимо для работы по договору франшизы с РБр

Техническая возможность для работы по франчайзинговому договору с РБр есть у подавляющего большинства тех, кто занимается или намерен заняться любым другим видом бизнеса. Необходимы всего три составляющих: выход в Интернет; любое устройство для выхода в Интернет, которое можно соединить с любым принтером; сам принтер. При этом, принтер может быть любым и по качеству печати (билеты черно-белые) и по производительности (текст билета занимает половину листа формата А4).

Из чего состоит доход франчайзи по субагентскому франчайзинговому договору с РБр

В офлайне доход франчайзи состоит из двух основных частей: комиссия, начисляемая РБр от стоимости билета, обозначенной на сайте (от 3% до 7% в зависимости от объемов продаж за месяц и формы расчета с РБр, которую выбирает сам франчайзи), а также кассового сбора за продажу билета пассажиру. Кассовый сбор начисляется дополнительно к стоимости билета и полностью является собственности франчайзи. Размер кассового сбора франчайзи устанавливает самостоятельно, но он не должен быть более 15% от стоимости билета.

Франчайзи также имеет право оказывать дополнительные услуги пассажирам. Например, доставку билетов. Ассортимент дополнительных услуг и расценки на них он устанавливает сам и полностью получает доход от них.

Как производится учет заказов и проданных билетов по франшизе

Учет всех поступивших заказов на бронирование и оплаченных билетов производится автоматически и отражается в личном кабинете франчайзи в режиме реального времени. В том числе, там фиксируются неоплаченные заказы.

Как франчайзи может проверить правильно или нет ведется учет его прибыли

Поскольку в личном кабинете франчайзи отражаются все, в т. ч. неоплаченные заказы, это обеспечивает полную прозрачность системы учета и полный контроль франчайзи его корректности. Например, франчайзи всегда может проверить фиксируется ли бронь, создав ее на вымышленное лицо, но не оплачивая. В том случае, если билет числится как не оплаченный, франчайзи всегда может уточнить статус билета у оператора РБр, позвонив по телефону и сообщив номер билета.

Как обеспечивается эксклюзивность работы офлайн-точек продаж билетов

В приложении к франчайзинговому договору стороны фиксируют офлайн-точки продаж франчайзи и рекламные мероприятия, которые франчайзи предполагает использовать для продвижения продаж в этих точках.

Франчайзер РБр не дает права другим франчайзи открыть свои точки продаж в непосредственной близости от уже закрепленных точек.

Принимая решение о конкретной удаленности между различными точками, франчайзер РБр руководствуется различными факторами. В том числе, плотностью проживающего населения или деловой активности в районе закрепленной точки продаж, рекламными мероприятиями субагента, величиной его субагентской сети по франшизе РБр (предпочтение отдается большим сетям) его других возможностей по продажам билетов и т. д.

Если в течение 30 дней с момента подписания франчайзингового договора, в конкретной точке не был продан ни один билет, франчайзи лишается эксклюзивного права работы на закрепленной территории. Срок эксклюзивной работы на территории без осуществления продаж увеличивается до 45 дней для франчайзи, создающих сеть не менее чем из пяти точек продаж и до 60 дней для франчайзи создающих сеть не менее чем из десяти точек продаж билетов по франшизе РБр.

Франчайзи может лишиться эксклюзивного права работы на своей территории, при значительном (более чем на 50%) снижении объема продаж билетов, если это снижение не вызвано сезонными колебаниями спроса, либо форсмажорными обстоятельствами.

Сколько точек продажи автобусных билетов можно открыть по одному франчайзинговому договору с РБр

Количество точек продаж по одному франчайзинговому договору не ограничено.

Чем больше точек, тем лучше и для франчайзи, и для РБр.

За счет увеличения количества точек продаж франчайзи получает больше прибыли не только за счет увеличения количества проданных билетов, но и потому, что, чем больше у него будет в месяц выручка, тем выше он получит процент комиссионных.

Не смотря на то, что РБр выплачивает крупным сетям больше комиссионных, нам, тем не менее, выгодней работать с ними, а не с разрозненными точками, дающими малые объемы продаж. С ними у нас значительно меньше трудозатрат на обучение, обработку данных, сверки расчетов, проведение совместных акций и т. д.

Каковы требования к рекламе франчайзинговых точек по продажам автобусных билетов

Требования такие же, как и для онлайн продаж. Франчайзи рекламирует собственные точки по продажам автобусных. Наш Рос-Билет в рекламе может вообще не фигурировать. Также можно не упоминать, что саубагент является франчайзи РБр.

Но если франчайзи считает, что упоминание о Рос-Билете будет способствовать росту его продаж, то может ссылаться и на РБр и на франчайзинговый договор с ним.

Кстати, если франчайзи берет франшизу в качестве дополнения к уже существующему бизнесу, в главе «[Как организовать рекламу сети продаж билетов по франшизе РБр](#)» мы расскажем, как в рамках создаваемой сети можно обеспечить очень дешевую рекламу сразу двум видам бизнеса.

Как наиболее эффективно привлекать потенциальных пассажиров к точкам продажи билетов

Прежде всего, это зависит от того, где расположена точка продажи и того, какими бесплатными или очень дешевыми возможностями для рекламы вы располагаете.

Основную ставку в рекламе следует делать на то, что вы предоставляете услугу в формате шаговой доступности от пассажира. То есть, раньше ему для этого нужно было отправляться куда-то далеко, а с вашим появлением ехать за билетом уже не нужно. Поэтому, главное, чтобы потенциальный пассажир о ваше рекламное предложение, как говорится, «споткнулся» взглядом. А вот обо что конкретно он «споткнется», будет зависеть от того, где и как вы продаете билеты. Это могут быть различных размеров баннеры, растяжки, плакаты, штендеры. А, скажем, на каком-нибудь маленьком островке в торговом центре или у окошка кассы, возможно окажется достаточным (или просто вынуждены будете ограничиться) мини-плакатом формата А4 или даже его половинкой - форматом А5. Варианты макетов с текстами РБр для вас бесплатно предоставит, а их печать сейчас стоит совсем дешево – до 200 руб. за квадратный метр.

Если у вас есть свой сайт, блог, группа в соцсетях или другие веб-ресурсы, разместите на них информацию о том, что вы продаете автобусные билеты. Лучше всего это сделать сразу по двум форматам работы — офлайну и онлайн. Для притока посетителей в офлайновые точки продаж укажите их адреса, график работы и каналы связи. А для желающих покупать билеты онлайн, выберите наиболее удобный баннер из тех, что РБр предлагает на своем сайте в разделе партнерская программа (процедура на установку занимает буквально минуту) либо поставьте кнопку для продаж или сразу несколько кнопок на конкретные самые популярные у вас рейсы. Так как баннер, кнопки или гиперссылка на тексте будут содержать вашу реферальную ссылку, все данные по онлайн бронированию и продажам будут отражаться в вашем личном кабинете и увеличивать вашу прибыль.

Также эффективными будут бартерные сделки по рекламе, когда вы распространяете рекламу своего партнера, а он распространяет вашу рекламу. В качестве рекламоносителей могут выступать визитки, листовки, буклеты и т. д. Однако, при этом, принципиально важно договориться с партнером, чтобы распространяемая реклама обязательно находилась на видном для посетителей месте, и посетителям было понятно, что они ее могут взять. Например, сделайте простенький стенд или стойку и напишите на ней что-нибудь типа «Рекомендуем наших надежных партнеров».

Какую рекламную поддержку оказывает РБр своим франчайзи

В личных кабинетах франчайзи находятся баннеры с персональными реферальными ссылками.

Для офлайна РБр бесплатно помогает делать макеты листовок, плакатов, баннеров и штендеров.

На страницах, посвященных посадке из конкретных населенных пунктов в разделе Контакты сайта РБр мы указываем адреса, график работы и телефоны точек продаж наших франчайзи-субагентов.

РБр консультирует своих франчайзи и партнеров по вопросам продвижения их онлайн-овых и офлайновых точек продаж, в т. ч. проводит экспертизу проектов их рекламных кампаний.

Как по франшизе РБр создать собственную сеть по продаже автобусных билетов

Предложите сотрудничество по продаже билетов предпринимателям, работающим в местах, где бывают пассажиры междугородних автобусов

Для создания разветвленной сети не обязательно покупать или арендовать помещения, приобретать для него мебель, оборудование и нанимать для него персонал. Предложите мелким и средним предпринимателям работу в качестве точки по продаже билетов в вашей сети. Для того, чтобы разделить собственные и привлеченные пункты продаж, давайте называть собственный пункт продаж офисом, а привлеченный – кассой по продаже билетов.

Почему другим предпринимателям будет выгодно выступить в качестве кассы по продаже билетов вашей сети

Выполняя роль кассы в вашей сети, предприниматель расширяет ассортимент своих услуг. Не вкладывая никаких средств и, фактически, не предпринимая усилий, он получает дополнительный заработок.

Кроме того, очень велика вероятность, что зайдя к такому предпринимателю только за автобусным билетом, пассажир решит купить основной товар этого предпринимателя.

Как организовать кассу своей сети по продаже билетов

Найдите офис, магазин, сервисный пункт и т. д., находящийся в местах, где бывает или мимо которых проходит значительное количество потенциальных пассажиров автобусов (таких мест очень много). Посмотрите, насколько загружена эта точка работой (подавляющее большинство загружены очень слабо). Узнайте, если ли у них Интернет, устройство для выхода в него, с которого можно распечатать билет и сам принтер (у многих они есть). Представьтесь франчайзи (или просто представителем) Рос-Билета и предложите сотрудничество по продаже билетов.

Если вы скажете, что затраты на рекламу берете на себя, а от партнера требуется только предоставить место для рекламы, а, главное, если скажете, что большую часть прибыли оставите партнеру, вероятность того, что он согласится, будет очень велика.

Как вы будете знать, какой кассир сколько продал билетов

Пока объемы продаж по конкретной кассе будут незначительными, их легко вычленишь из общего отчета. Когда выручка возрастет, РБр выдаст кассе отдельный личный кабинет. Тогда эта касса будет включаться в общий отчет франчайзи, но по ней можно будет автоматически составить отчет за любой период. В зависимости от конкретных условий, РБр может предложить другие системы учета. В любом случае, франчайзи сможет контролировать все продажи в режиме реального времени, а сверка расчетов не займет у вас больше десяти минут в месяц.

Как франчайзи может застраховать себя от обмана со стороны кассира из своей сети

Если вы не вполне доверяете кассиру, не давайте ему возможность работать по вашему депозиту, а только с его пластиковой карты или с карты пассажира. Если он будет работать без депозита, то электронный билет на его e-mail придет через несколько секунд, но только после проведения оплаты с его пластиковой карты.

При такой форме работы обман франчайзи со стороны его кассира полностью исключается.

Почему кассиры, работающие в вашей сети не смогут заключить прямой договор с РБр

После того, как кассир поймет, что работа по продаже билетов через ресурс РБр очень проста, но на этом можно хорошо зарабатывать, у некоторых появится желание заключить с РБр прямой франчайзинговый договор. Однако, поскольку этот адрес зарегистрирован в качестве точки продажи другого франчайзи, такой договор Рос-Билет заключать не станет и это зафиксировано в самом договоре.

Как организовать рекламу сети продаж билетов по франшизе РБр

Как указывалось выше, для франчайзи лучше всего, если он возьмет затраты по рекламе кассы на себя, а предприниматель-кассир предоставит для нее место. Такой подход большинство ваших партнеров сочтут выгодными для себя. Однако, на самом деле, если бы вы купили у него место для размещения рекламы, оно обошлось бы вам значительно дороже, чем сама реклама.

При этом, если франчайзинговый договор с РБр для вас является дополнительным доходом к существующему бизнесу, то в размещаемой рекламе можно отразить и этот бизнес. А во многих случаях с предпринимателем-кассиром можно договориться о том, чтобы он также содействовал продвижению этого вашего бизнеса. Например, если у вас турагентство, то в рекламе можно указать что-то типа: «Здесь можно купить билеты на автобусы Москва – Санкт-Петербург и еще на 20 000 рейсов, а также заказать туры в любую страну мира». Если кто-то в этой точке заинтересуется турами, ваш партнер может сказать о вашем агентстве несколько теплых слов и дать визитку, а вы после продажи тура поделитесь с ним комиссионными. Такая реклама обойдется вам многократно дешевле, чем обычная.

Последовательность действий франчайзи для начала работы по договору франшизы

Заполните и пришлите в РБр анкету

Поскольку деятельность компании Рос-Билет ру разнопланова, а сама она работает со многими различными контрагентами, для начала просим заполнить анкету в произвольной форме, но сохраняя последовательность вопросов (вопросы повторять не обязательно, но перед ответом укажите их номер):

1. Какая организация, индивидуальный предприниматель или физическое лицо будет фигурировать во франчайзинговом договоре?
2. В каком населенном пункте находится франчайзи?
3. Вы перевозчик или просто хотите продавать билеты? (Возможно и то, и другое одновременно.)
4. В каком регионе предполагаете работать? (Возможны несколько регионов.)
5. Хотите работать офлайн или онлайн? (Возможны обе формы.)
6. Если хотите работать онлайн, то имеете ли опыт работы по партнерским программам, являетесь ли Вы вебмастером, есть ли у Вас свои вебресурсы (дайте ссылки), как предполагаете привлекать через Интернет покупателей билетов.

7. Если хотите работать офлайн, то представляете ли Вы юридическое лицо (или индивидуального предпринимателя), а также какое количество точек продажи билетов предполагаете открыть и за какой период.
8. Если хотите работать офлайн, перечислите координаты предполагаемых торговых точек, через которые будут продаваться билеты с указанием названий фирм (если это кассы, принадлежащие другим предпринимателям, может указывать названия, по которым их проще найти пассажирам), адресов, телефонов и графиков работы. (В дальнейшем, уже после начала работы, при условии, что это не нарушит эксклюзивного права работы на своей территории других франчайзи, список адресов можно расширить.)

Пришлите заполненную анкету на e-mail info@ros-bilet.ru с пометкой ЗАПРОС НА ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА ФРАНШИЗЫ

Заполните и пришлите в РБр договор франшизы

Получив вашу анкету, РБр вышлет договор.

Заполните его и вышлите два экземпляра обычной почтой на юридический адрес РБр.

Также вышлите в РБр на тот же e-mail заполненный договор в электронном виде.

Если хотите ускорить начало работы, вышлите нам на e-mail скан подписанного и скрепленного печатью договора (если работаете без печати, на ее месте напишите «БП»).

РБр начинает работать по франчайзинговому договору уже после получения скана подписанного договора (в т. ч. размещает информацию о точках продаж в разделе «Контакты», производит все начисления комиссий и т. д.). Но перечисление комиссионного вознаграждения на расчетный счет франчайзи-субагента осуществляется только после получения «живого» договора.

Если планируете создать сеть по продаже билетов, пришлите в РБр план мероприятий

Как мы уже отмечали, не смотря на то, что РБр выплачивает крупным сетям больше комиссионных, нам выгодней работать с ними, а не с мелкими точками. По сетям, в расчете на проданный билет, у нас меньше трудозатрат на обучение, обработку данных, сверки расчетов, проведение совместных акций и т. д. Поэтому РБр готово оказать франчайзи всяческое содействие в организации сети продаж. В том числе увеличивает срок эксклюзивного права работы на закрепленной территории до начала фактических продаж с 30 дней до 45 дней при создании сети от пяти точек продаж и до 60 дней при создании сети от десяти точек.

При создании сети рекомендуем составить план мероприятий в произвольной форме, уделив в нем внимание рекламным мероприятиям по каждой конкретной точке продаж. Обычно советы наших специалистов в рамках экспертизы планов существенно помогают увеличить эффективность работы, ускоряют сроки создания сети и уменьшают затраты на нее.

Почему не стоит откладывать подписание франчайзингового договора с РБр

РБр не сталкивает интересы разных франчайзи между собой. Иными словами, если за вами мы закрепляем определенные точки продаж, то вокруг них на протяжении от одного до двух месяцев (в зависимости от согласованного плана действий) существует охранная зона, в которой мы не предоставляем возможность работы для других. Если в течение этого срока началась работа по продаже билетов, то по этому месту статус временной брони меняется на постоянный. Если работа не началась - бронь с точки снимается.

Чем раньше франчайзи заключит договор, тем больше у него возможностей выбрать наиболее привлекательные места. При этом количество точек продаж по одному

франчайзинговому договору не ограничено, поскольку мы заинтересованы в работе с небольшим количеством партнеров, дающих большие объемы продаж, а не с большим количеством партнеров, дающим небольшие объемы продаж. И это, не смотря на то, что, чем больше объемы продаж у франчайзи, тем выше процент его комиссионных.

Что можно сделать, если в населенном пункте, где вы планируете продавать билеты, у РБр нет автобусных рейсов

В населенных пунктах, где развито междугороднее сообщение, но у РБр недостаточно рейсов выставлено на продажу или их вообще нет, можно быстро организовать их продажу. Начинать следует с заключения договоров с перевозчиками. Франчайзи-субагент может оказать в этом содействие Рос-Билету и получать за такую помощь повышенную комиссию от продаж билетов этого перевозчика на протяжении всего периода работы.

Какие билеты чаще всего покупают в конкретном населенном пункте

Обычно больше всего продаж по конкретным населенным пунктам приходится на билеты из этого населенного пункта (около 60-70%). Примерно 25-30% продаж приходится на билеты в этот населенный пункт из других мест и 5-10% составляют продажи из других населенных пунктов на другие направления.

Прежде всего, это связано с привычками пассажиров. Прежде у них была возможность купить билет на автобус только находясь в месте его отправления. И многим даже в голову не приходит, что теперь они могут купить через РБр билет на автобус из любой точки Евразии в любую точку Евразии, а самим при этом находиться в любой точке мира, где есть Интернет.

Это обстоятельство следует учитывать при общении с пассажирами и проведении всякого рода рекламных мероприятий. Сообщайте своим клиентам, что они теперь имеют такую возможность. Самый простой способ для франчайзи получить свою прибыль от такого удаленного заказа – дать пассажиру свою реферальную ссылку на свой сайт, через которую они выйдут на ресурс Рос-Билета.

Почему некоторые перевозчики сомневаются в эффективности продаж электронных билетов

Причин много.

Подавляющее большинство перевозчиков до конца не понимают, как работает система продаж электронных билетов, а человек всегда сомневается в эффективности того, чего не понимает. Исключение составляют широко распространенные явления. Тогда, даже не понимая, человек поступает «как большинство». Но электронные билеты на автобус, в отличие от билетов на самолеты и поезда, пока еще не получили массового распространения.

Немало перевозчиков считают, что они и так продают электронные билеты. Хотя на самом деле всего лишь принимают заявки на бронирование по электронной почте. Поскольку толку от приема таких заявок почти нет, то они делают вывод, что электронные билеты пассажиры не хотят покупать.

Некоторые перевозчики, действительно, продают часть своих билетов в электронной форме, но это сделано непонятно или неудобно для пассажиров и они не покупают билеты по такой форме.

Значительное количество перевозчиков не устраивает система расчетов агентов с ними за проданные ими электронные билеты. (РБр предлагает варианты расчетов, которые устраивают всех без исключения перевозчиков).

Многие перевозчики боятся обмана со стороны удаленных агентов, поскольку классическая схема расчета с ними агентов подразумевает аккумуляцию выручки у агента с последующим перечислением или передачей перевозчику. Предлагаемые РБр варианты покупки пассажирами билетов (в т. ч. 100% расчет за билет при посадке в автобус и частичная предоплата, когда причитающуюся перевозчику долю пассажир вносит при посадке), полностью страхует перевозчика от обмана.

Достаточно многим перевозчикам разработчики программного обеспечения предлагали создать систему продаж электронных билетов, но запрашивали за это сотни тысяч (а иногда и многие сотни тысяч) рублей. Таких перевозчиков настораживает то, что им предлагают бесплатно воспользоваться ресурсом по продаже электронных билетов.

Кое-кто из перевозчиков уже купил дорогое программное обеспечение для продажи электронных билетов, но оно либо работает плохо, либо не работает вообще.

Все перечисленные и не указанные причины, порождающие недоверие у перевозчиков к электронным билетам, не имеют никакого отношения к системам продаж Рос-Билет ру.

А тем перевозчикам, которые не спешат заключать договор с РБр, предпочитая посмотреть, как пойдут дела с продажей электронных билетов у их конкурентов, следует иметь в виду, что, если конкурент будет удовлетворять спрос на билеты, то договоров с другими перевозчиками РБр заключать не будет. Подробнее об этом мы рассказываем в главе [«С какими перевозчиками РБр отказывается работать»](#)

Билеты каких перевозчиков готов продавать РБр

В разделе [«Как в России организован бизнес междугородних и международных автобусных перевозок»](#) мы рассказывали о разных типах перевозчиков.

Для РБр представляют интерес все перевозчики, имеющие лицензию на перевозку пассажиров и выполняющие регулярные рейсы с ценой билета не менее 400 руб. При определенных обстоятельствах, на продажу могут быть выставлены билеты и по более низкой цене.

Как франчайзи может помочь заключить договор с перевозчиком

Очень часто перевозчики, в т. ч. крупные, вообще не обозначают свое присутствие в Интернете. При этом они могут активно рекламировать свои услуги на бортах автобусов, других видах наружной рекламы и в СМИ. Поэтому РБр трудно выйти на них, а субагентам это не составляет труда.

От субагентов нам достаточно только информации о том, что какой-то перевозчик заинтересован в договоре с нами и координаты сотрудника, с которым можно вести переговоры. Всю остальную работу проводим мы сами.

Как РБр стимулирует помощь франчайзи в заключении договора с перевозчиками

За содействие в заключении договора с перевозчиками, субагент получает от продаж билетов по этому перевозчику повышенную на 20-25% комиссию (что зафиксировано в приложении к договору). То есть, ему начисляется комиссия на один шаг выше, чем полагается согласно объемов его продаж. Например, если положено 3% комиссии, то начисляется 4%, если положено 4%, но начисляется 5%.

КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ:

API. Интерфейс программирования приложений (иногда интерфейс прикладного программирования) (англ. application programming interface, API [эй-пи-ай][1]) — набор готовых классов, процедур, функций, структур и констант, предоставляемых приложением (библиотекой, сервисом) для использования во внешних программных продуктах. Используется программистами при написании всевозможных приложений.

Интеграция веб-ресурсов, в данном случае, сервиса РБр с веб-ресурсом франчайзи, при которой у посетителя веб-ресурса франчайзи создается полное впечатление, что все действия по бронированию билета происходит на ресурсе франчайзи, в то время, как вся эта работа походит на сервисе Рос-Билет ру.

AB. Общепринятое сокращенное обозначение автовокзала.

Агентский договор. Договор о продаже билетов между перевозчиком и Рос-Билет ру, который по отношению к перевозчику выступает в качестве агента по продажам его билетов.

АС. Общепринятое сокращенное обозначение автостанции.

Касса франчайзера по продаже билетов. Под кассой франчайзера понимается не его собственная точка продаж, а точка продаж его партнера – другого предпринимателя, в которой франчайзи организовал продажи билетов.

Онлайн. Различные действия, в том числе, продажи автобусных билетов, которые проводятся через Интернет. Например, онлайн билет покупается при помощи интернет технологий.

Офис франчайзера по продаже билетов. В отличие от кассы по продаже билетов партнера, под офисами понимаются собственные точки продаж франчайзи.

Офлайн. Различные действия, в том числе, продажи автобусных билетов, которые проводятся не через Интернет, а с применением классических технологий. В данном случае, когда пассажир приходит к франчайзи-субагенту и покупает билеты у него.

Перевозчик. Юридическое лицо, либо индивидуальный предприниматель, который является владельцем автобуса или микроавтобуса и занимается перевозкой пассажиров.

Посадочная ведомость. Основной документ, на основании которого осуществляются перевозки пассажиров. По закону в посадочной ведомости обязательно должны содержаться данные о всех пассажирах: ФИО, дата рождения, наименование документа, удостоверяющего личность и номер такого документа. Помимо этих данных, РБр передает перевозчику номер телефона пассажира, с которым он отправляется в поездку и его e-mail.

РБр. Сокращенное обозначение названия компании Рос-Билет ру.

Реферальная ссылка. Гиперссылка, содержащая индивидуальный код субагента, его кассира или участника партнерской программы. Может устанавливаться в любое место (текст, баннер, кнопка, фото и т. д.), где можно установить обычную гиперссылку. По существующему в РБр правилу, если по реферальной ссылке клиент франчайзи попадет на сайт РБр и не сделает никакой покупки, то в течение 30 дней ресурс будет помнить его как клиента франчайзи или партнера, за которым она закреплена. При этом, даже если пассажир зайдет напрямую, без реферальной ссылки, то система начислит комиссию тому, за кем эта реферальная ссылка закреплена. А, если пассажир зайдет с этой реферальной ссылкой спустя сколько угодно много времени, он также будет автоматически отнесен к тому, за кем закреплена эта ссылка.

Субагентский договор. Договор о продаже билетов между агентом билетов в лице франчайзера Рос-Билет ру и его франчайзи-субагентом.

Франчайзер. Владелец франшизы, который предоставляет право франчайзи работать в рамках своего бизнеса. В данном случае, это Рос-Билет ру.

Франчайзи. Лицо, которое по договору франшизы получает право работать в рамках бизнеса франчайзера.

Франчайзинг. Сфера деловых взаимоотношений между франчайзером и франчайзи.

Франшиза. Деловые взаимоотношения между конкретным франчайзером со своими франчайзи, закрепленные во франчайзинговом договоре.

Электронный билет на автобус. Электронный документ, удостоверяющий договор перевозки между пассажиром и перевозчиком. В отличие от бумажного, электронный билет представляет собой цифровую запись в базе данных.