

Method and system for selling consumer services

Method and system for selling consumer services

КАКОЙ ГЛАВНЫЙ ВОПРОС ШОУ-БИЗНЕСА?

В любом другом виде бизнеса потребитель и поставщики услуг/товаров строго следят за соотношением цена/качество. Закон рынка: потребитель не платит за услугу/товар несоответствующего качества.

А в шоу-бизнесе?

Ты купил билет в зал и только после концерта понял, что зря заплатил столько.

ВОПРОС: за что потребитель должен платить в шоу-бизнесе?

Что такое КАЧЕСТВО УСЛУГИ ШОУ-БИЗНЕСА?

Method and system selling consumer services



Часто consumers делают свой выбор в пользу той или иной услуги, основываясь на известности производителя этой услуги, широкой ее распространенности и других параметрах. Из-за этого многие новые или пока ещё малоизвестные услуги и их производители остаются без внимания.

Это происходит потому, что Consumer заранее не может знать, понравится ему, например, фильм или нет. Поэтому он вначале изучает информацию о фильме: режиссер, актеры, жанр и т. д. И если consumer сомневается в том, что фильм ему понравится, то он скорее не будет его смотреть.

Часто рекламная информация может вводить consumer в заблуждение, ожидания зрителя не оправдываются, и после просмотра фильма наступает разочарование. Эта проблема особенно актуальна для кинотеатров и видео, где consumer платит за просмотр.

После просмотра фильма становится понятно, понравился он или нет и логичнее оплату производить после того, как можно оценить value of a service, т. е. после просмотра фильма.

Method and system for selling consumer services

Потребление многих услуг (произведений, продуктов) имеет своей главной целью получение удовольствия (положительных эмоций). К ним, например, относятся развлекательные услуги (произведения, продукты): музыка, фильмы, книги, игры, travel, sports, museum visits, restaurant going, clubbing, and concerts

Method and system for selling consumer services



U.S. patent 6,578,014 Method and apparatus for post-transaction pricing system

Покупатель платит после получения товара, причем столько, сколько он хочет (считает нужным). При этом недобросовестные покупатели, которые почти никогда не платят за товар со временем начнут испытывать проблемы с покупками (им никто не захочет продавать). Добросовестные же покупатели – наоборот не будут иметь таких проблем.

Данное изобретение устраняет потребность в переговорах между покупателем и продавцом.

При такой системе оплаты человек не боится купить незнакомый товар или услугу и не очень задумывается, покупать ему или нет. Ведь если товар ему не понравится (или не будет соответствовать описанию), то он может заплатить мало или не платить вовсе. Это защищает consumer от недобросовестной рекламы и делает покупку товара или услуги более привлекательной. Этот метод также дает возможность малоизвестным производителям товаров и услуг конкурировать на рынке наравне с известными фирмами. Недостаток этого метода состоит в том, что продавцам требуется прилагать дополнительные усилия для отслеживания недобросовестных покупателей, но это не всегда может быть осуществимо. Убытки продавцов от недобросовестных покупателей могут быть очень значительными и непредсказуемыми, что может привести к разорению некоторых продавцов. При этом стоимость товаров и услуг, которую платит consumer – очень субъективна и может не выражать реальную ценность данного товара или услуги для consumer.

Method and system for selling consumer services



U.S. patent 6,107,932 Система и метод для управления доступом к месту встречи, используя изменяемые билеты

Билет дает право доступа к месту встречи и право изменения этого права доступа. Если билет изменен, то право доступа к месту встречи у первого владельца пропадает и переходит к следующему владельцу. Система отслеживает права доступа к месту встречи, а также то, какие это права: право доступа или измененное право доступа. Система рассчитывает возмещение (в зависимости от времени изменения, случая) держателю билета, если билет был изменен. При этом держателю билета, который хочет изменить его (отказаться от права доступа к месту встречи) и получит возмещение, нет необходимости физически сдавать этот билет (в кассу или куда-нибудь еще). При входе на место встречи контроль билетов осуществляется визуально и не требует применения сложной и дорогостоящей техники. Данный патент решает проблему возврата билетов и получения возмещения без физического их возврата. Покупатели билетов не будут долго задумываться, смогут они попасть на мероприятие или нет, если они будут иметь такую возможность легко сдать билеты. Т. е. этот метод позволяет привлечь максимальное количество клиентов. Это увеличит прибыль тех, кто продает билеты.

Method and system for selling consumer services

Но пойдём дальше!

Процесс выбора потребителем автора (артиста) сегодня случаен.

Такое положение часто создает феномен ложных (угасающих) "звезд". Процесс возникновения ложных "звезд" кумулятивен – он складывается из предпочтений массы потребителей, которые, не имея объективных оценок, первый раз выбирают наиболее популярных в данный момент авторов (артистов).

Определение индекса популярности позволит объективно оценить автора (артиста).

Например, сумма оценок потребителей (семьи, города, региона, страны, мира) в какой-то момент времени составит "индекс популярности артиста". Индекс популярности может быть определен автоматически, тогда он будет объективен и не будет зависеть от каких-либо манипуляций. Он также может служить основой для вручения автору приза (подобных прежним "золотым" и "платиновым" пластинкам), награждения, присвоения национального (или иного) звания, увековечивания имени и т.п.

Method and system for selling consumer services



Оценка потребителей может служить объективной основой для получения дохода владельцем развлекательной услуги и/или оплаты труда автора (артиста).

Доход/гонорар должны быть пропорциональны полученному потребителями удовольствию.

Поэтому оплата (или окончательный расчет при фиксированной предоплате, например, в виде абонентской платы) производится после того, как развлекательная услуга будет воспринята потребителем.

Оплата может быть организована без посредников, непосредственно между автором (артистом) и потребителями, например, по сети