

Основатели сервиса Fat Lama придумали «Uber для всего»

РБК ЖУРНАЛ №07-08 (142), ИЮЛЬ-АВГУСТ 2018

С помощью Fat Lama можно арендовать вещи, недоступные или ненужные на постоянной основе. Среди «лотов» сайта — игровые приставки, дома на колесах и тысячи других предметов

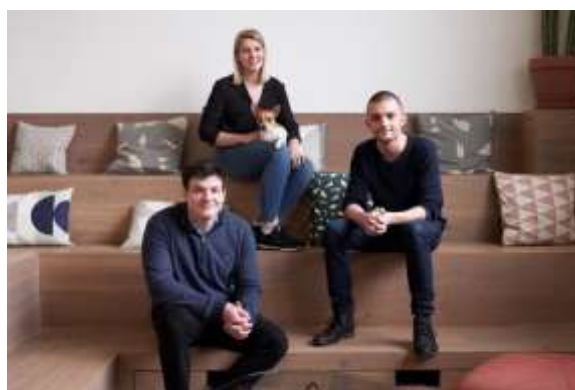


Фото: Fat Lama

Экономика совместного потребления не первый год захватывает все новые ниши. Пользователи делят расходы не только на привычные сервисы заказа такси или аренды квартир — «уберизировать» сегодня можно практически любой товар и услугу. Превратить новое направление в большой бизнес собирается британский сервис Fat Lama.

Fat Lama в 2016 году придумали Чэз Энгледер, Роза Даллас и Оуэн Тернер-Мейджор. Энгледер на тот момент работал в инвестфонде Angels Den, Даллас занималась графическим дизайном на фрилансе, а Тернер-Мэйджор обучал разработчиков в некоммерческой организации Founders & Coders. Когда Энгледеру потребовался ремонт в офисе, он был неприятно удивлен стоимостью инструментов — общая смета превысила £10 тыс. Чэз решил не тратить столько на дрели и другой инвентарь и вместе с друзьями занялся поисками альтернатив, рассказал предприниматель журналу РБК. Как только они поняли, что на рынке нет предложений об аренде инструментов, началась работа над Fat Lama. Веселое название родилось в честь лам, объясняет Энгледер: «Они социальные животные, живут в стаях и защищают друг друга от опасностей. Это идеальный пример того, какое сообщество мы хотим построить».

Миссия сервиса проста — позволить одним пользователям сэкономить на покупке дорогостоящих товаров, а другим — заработать на предметах, которыми они владеют. Доверие обеспечивает страховка: все сделки покрываются страховщиком XL Catlin, входящим в американский холдинг XL Group. В результате на Fat Lama можно найти даже такое уникальное оборудование, как профессиональная видеокамера Red Dragon стоимостью £25 тыс. — это самый дорогой предмет на сайте.

Уговорить XL Catlin поучаствовать в проекте удалось благодаря цифровой оценке рисков. Прежде чем пользоваться платформой, клиент должен заполнить форму регистрации и приложить фото с паспортом или иным удостоверением личности в руках. Всего сервис собирает до 40 пользовательских параметров: имя, адрес, электронная почта, аккаунты в соцсетях и др. По данным Fat Lama, этой информации достаточно, чтобы в 90% случаев оценить риски корректно. В

оставшихся 10% у пользователя запрашивают дополнительные данные.

Сегодня у Fat Lama 80 тыс. зарегистрированных пользователей в Великобритании и США и 6 тыс. позиций для аренды. На сайте также доступна функция «живого» поиска: пользователи в режиме реального времени могут найти и сдать в аренду что угодно. Платформа забирает себе 15% с каждой успешной сделки, комиссия разделена между обеими сторонами. В конце лета 2017 года, еще до запуска в США, чистая прибыль составляла \$21 тыс. в месяц. Более актуальные финансовые результаты в компании не раскрывают.



Фото: Fat Lama

Большая часть пользователей сервиса — физические лица, которые хотят заработать на «пылящихся в чулане вещах», говорит Энгледер. Особым успехом Fat Lama пользуется у сотрудников творческой индустрии: их работа требует дорогостоящего оборудования, а аренда позволяет снизить затраты, объясняет сооснователь стартапа.

В апреле компания привлекла около \$10 млн в серии А и довела сумму инвестиций до отметки \$13,2 млн. Инвесторами в посевном раунде стали фонды Greylock Partners, Blossom Capital и Atomico, а также акселератор Y Combinator. Новые инвестиции компания планирует потратить на экспансию на американском рынке. При этом Fat Lama не ограничивается коммерческой миссией, настаивает Чэз: «В перспективе у нас гораздо более амбициозные планы — мы хотим дать людям свободу создавать и достигать того, чего они действительно желают».

Автор: Павел Карасев.

ЗАДАНИЕ:

Предложите шеринговую бизнес-модель для нового или существующего бизнеса. В случае существующего бизнеса поясните, конкурентоспособность этой бизнес-модели по сравнению с бизнес-моделью уже существующей на рынке сейчас.

Будьте краткими, лаконичными и убедительными. Рекомендуем Вам использовать табличный формат/шаблон представления результатов, см. ниже.

№		Информация
1	<i>Отрасль</i>	

2	<i>Причина, по которой Вы проявляете интерес к этой отрасли.</i>		
	Вопросы	Для СУЩЕСТВУЮЩЕЙ <u>сейчас</u> бизнес-модели	Для ПРЕДЛАГАЕМОЙ ВАМИ бизнес-модели
3	<i>Кто ключевые клиенты (пользователи/покупатели)? Если «пользователи» и «покупатели» продукта/услуги отличаются, то представьте информацию по обеим категориям клиентов).</i>		
4	<i>Какая проблема решается / потребность удовлетворяется?</i>		
5	<i>Какое предложение (продукт/услуга) удовлетворяет эту потребность?</i>		
6	<i>Как клиенты (пользователи/покупатели) могут получить доступ к предложению (продукту/услуге)?</i>		
7	<i>Какую роль бизнес играет в цепочке создания стоимости?</i>		
8	<i>Как бизнес получает доход?</i>		
9	<i>В чем конкурентоспособность ПРЕДЛАГАЕМОЙ Вами бизнес-модели, т.е. почему бизнес, реализующий предлагаемую Вами бизнес-модель, окажется более конкурентоспособным?</i>		

Описание Вашего решения не должно превышать **ДВУХ** страниц (А4), шрифт - TimesNewRoman, размер шрифта -10, междустрочный интервал - **одинарный**.

Тексты длиннее **2-х** страниц (А4) не будут рассматриваться.

Рекомендуем Вам использовать табличный формат/шаблон представления результатов, см. выше.