

# CLUBHOUSE:

## В чем секрет успеха

Елена ЕЛОВАЯ,  
Максим РУДИНСКИЙ



CLUBHOUSE – НОВАЯ СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ, ЗАВОЕВАВШАЯ ОГРОМНУЮ ПОПУЛЯРНОСТЬ В НАЧАЛЕ 2021 ГОДА.

В США и странах Евросоюза приложение обрело популярность еще в декабре 2020 г. В Беларуси пик популярности приложение обрело в начале февраля. Само же приложение было создано и доступно пользователям еще весной 2020 г. Принцип работы приложения заключается в пользовательском голосовом общении. ClubHouse был придуман двумя выпускниками Стэнфордского университета Роэном Сетом и Полом

Дэвисоном. До создания нашумевшего приложения эти парни работали в Кремниевой Долине. Зимой 2020 г. они основали свою компанию, которой принадлежит ClubHouse. На момент февраля 2021 г. приложение уже установили более 5 млн пользователей по всему миру. Основатели говорят, что успех приложения заключается в «прямом искреннем общении». В свою очередь многие эксперты считают, что успех скрывается в другом.



### МИЛЛИОНЫ В... ЭЛИТЕ?

Так в чем же феномен этой социальной сети?

Все известные социальные сети, самые большие флагманы, имеют свою особенность и то, на чем они основываются. Instagram – публикация фото. YouTube – публикация видеоконтента. Twitter – короткие текстовые посты. ClubHouse основывается на голосовом общении.

Возникает вопрос: если ClubHouse основан на голосовом общении, не становится ли он копией (аналогом) таких популярных приложений, как Skype, Zoom, Подкасты? Элитарность – секрет успеха ClubHouse. Но в чем же она заключается?

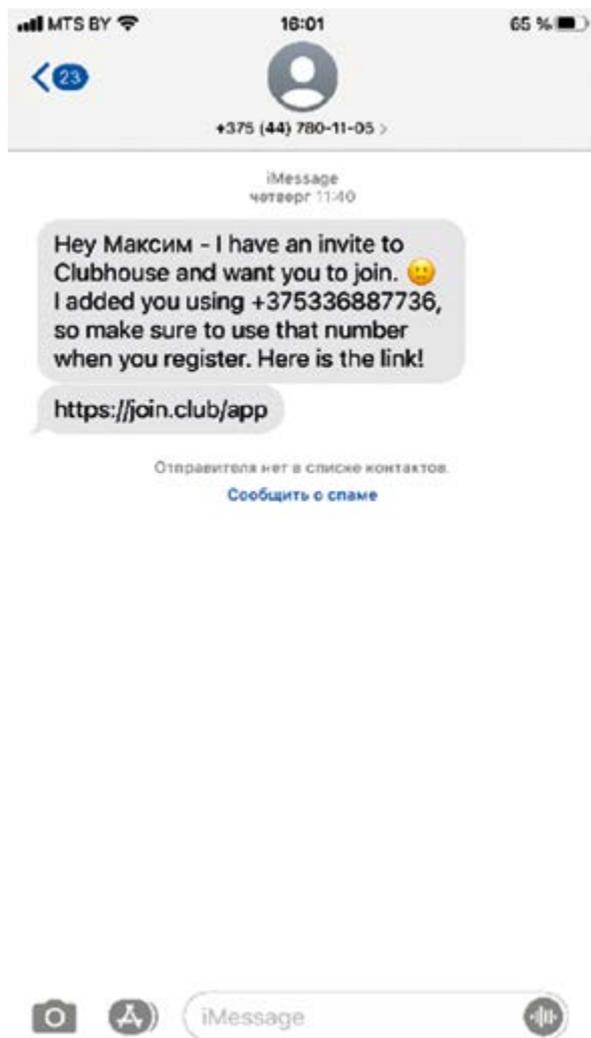
Если же Skype, Zoom, Подкасты и т.п. можно просто установить на свое устройство, после пройти регистрацию и приступить к использованию, то с ClubHouse так просто не выйдет. Пользователь может найти приложение в сервисе мобильных приложений, но только при одном условии: он должен быть обладателем iOS системы. Пока только обладатели техники Apple могут установить это приложение на свое устройство, но и они тут встречаются с еще одним препятствием. В приложении нельзя так просто перейти к регистрации, после к заполнению личных данных и использованию. Для этого необходим специальный доступ – реферальная ссылка, которую должен получить новый пользователь, жела-

ющий получить доступ к этому приложению. Но это не так просто, как кажется. Для того чтобы получить приглашение по реферальной ссылке, вам необходим уже существующий пользователь, который имеет это приглашение и вам это приглашение отправит. Приглашение должно быть отправлено на ваш номер телефона, дабы в приложении не развелось много фейковых аккаунтов. После перехода по реферальной ссылке, установки, регистрации вам предоставляется полный доступ к приложению, а также два приглашения для того, чтобы вы могли поделиться ими со своими друзьями/знакомыми, тем самым распространив приложение.

### ПООБЩАТЬСЯ СО «ЗВЕЗДОЙ»

Эксперты утверждают, что популярность приложения в большей степени обрело из-за установки его огромным списком знаменитых людей еще до того, как ClubHouse стал известным. В их список входят: Илон Маск – основатель Space X и Tesla, Марк Цукерберг – создатель приложения Facebook, и другие. Судя по предназначению приложения, любой пользователь может поговорить с этими звездами, задать вопросы, узнать что-то новое.

Двумя основными причинами популярности является иллюзия возможности беседы со звездой. Раньше вы могли слушать подкаст в одном из своих любимых приложений, главные герои ведут беседу между собой, не с вами, вы являетесь лишь наблюдателем. А тут вы будто бы в одной комнате с ними, можете их слушать, а можете вмешаться. Наверное, это одна из важнейших причин популярности, но она в свою очередь подкрепляется еще одной причиной – своей недоступностью. Самые топовые СМИ начинают говорить об этом приложении, рассказывая, какое оно классное, что в нем уже зарегистрированы ваши любимые кумиры, иконы, с которыми можно войти в прямое общение, узнать инсайдерскую информацию, ответить на всех волнующие вопросы. Вам уже не терпится поскорее приступить к установке и опробовать это приложение, задать вопрос, волнующий вас много лет. Но новый пользователь встречается с проблемой, для установки нужен iOS, а для регистрации доступ по приглашению. ClubHouse после этого становится так называемым «закрытым обществом», куда доступ имеет



лишь элита, попадающая под эти критерии. Пока ClubHouse остается в закрытом доступе, хотя ее создатели обещают в ближайшем будущем открыть доступ для всех пользователей, а также перевести приложение для поддержания системой Android (уже развивается).

Многие говорят, что создатели вряд ли осмелятся так просто открыть доступ в социальную сеть, ведь это сразу же приглушит «хайп», созданный вокруг приложения. Сейчас же единственный способ установки и регистрации – переход по реферальной ссылке.

## БОЛЬШЕ ИНВАЙТОВ – БОЛЬШЕ ДЕНЕГ

В странах постсоветского пространства пиар ClubHouse пошел от топовых блогеров Instagram, пытающихся перетянуть часть своей аудитории в новую социальную сеть, как когда-то они делали с переводом аудитории и распространением Telegram. Часть рекламы пала на паблики «ВКонтакте» и блогеров в Tik-Tok, где публиковались мемы из ряда «Да кто такой этот ваш клубхаус?» Чтобы максимизировать перевод аудитории в новую социальную сеть, потребовалось открыть доступ «в массы», распространяя пригласительные реферальные ссылки, блогеры обращались к создателям специальных ботов, те в свою очередь создавали боты в Telegram.

Боты предоставляли часть условий для уже существующей аудитории блогера. Главным условием было иметь платформу iOS, а также отдать свои приглашения уже существующим. Пример: блогер, имея две «пригласительные», отправлял одну «пригласительную» одному подписчику, а другую – второму. Те в свою очередь, придерживаясь условий, отправляли свои «пригласительные» следующим подписчикам блогера, и так снова и снова. Так распространялся доступ в ClubHouse и осуществлялся перегон туда аудитории, через бота в Telegram.

Заметив хайп вокруг приложения, некоторые люди нашли способ заработка. Способ чем-то очень похожий на способ блогеров. Молодой человек, получивший инвайт от своего друга или же через обход системы телеграмм бота блогера, мог стать участником ClubHouse с двумя инвайтами, которые он уже мог продать на Avito или других торговых площадках. Цены на приглашение в ClubHouse достигали от одного американского доллара до нескольких сотен долларов. Молодой человек мог пойти еще дальше. Взяв мобильные номера близких родственников, он мог передать им инвайты, в свою очередь получив доступ к нескольким аккаунтам с еще большим количеством пригласительных. Больше инвайтов – больше денег.

Кто-то мог пойти еще дальше: интернет обладает множеством сайтов продажи старых или же забытых мобильных номеров телефонов, где за несколько рублей человек мог приобрести несколько мобильных номеров, тем самым увеличив количество «пригласительных» в своем

доступе. Как было отмечено ранее, больше инвайтов – больше денег.

### «У МЕНЯ В ВОЛШЕБНОЙ КОМНАТЕ...»

Получив доступ к приложению (купив инвайт или получив его от своего друга), вы получаете возможность подписаться на интересующих вас людей. Подписавшись на другого пользователя, вы можете видеть людей, на которых он подписан, а также «комнаты», где он принимает участие. Общение с интересующими вас людьми проходит в реальном времени, голосовом формате. ClubHouse не имеет возможности общаться письменно. Группа пользователей общается в «комнатах», где они могут быть слушателями или же спикерами. Для того чтобы пообщаться с блогером в роле спикера, пользователю необходимо применить функцию «поднятия руки», после чего ожидать одобрение модератора. Получив его, подписчик может задать свой вопрос спикеру. Некоторые «комнаты» обладают функцией закрытости. Так, некоторые популярные блогеры начали зарабатывать на создании закрытых «комнат». Один из самых популярных блогеров СНГ создал свой прайс-лист, где обычное пребывание в закрытой комнате в «молчаливом режиме» стоит 500 000 руб.

Открытые «комнаты» в ClubHouse имеют свою конкретную тему обсуждения, обычно их указывают в названии. Так пользователи смогут легче найти интересующие их темы для обсуждения. Внутреннее сообщество приложения ведет разговоры на разные темы, начиная с политики и заканчивая финансами и музыкой. Находятся даже «комнаты», основанные на теме игры «правда или действие», куда пользователи приходят, чтобы повеселиться, рассказав друг другу смешные истории из жизни.

ClubHouse, как и другие социальные сети, имеет собственный свод правил. Например, все пользователи приложения должны быть совершеннолетними. Правда, разработчикам проконтролировать этот процесс пока что не удалось.

ClubHouse запрещает любую форму унижения, травли и оскорблений, а также распротране-

ния фейковой информации. Запись разговоров из «комнат» запрещена.

Всё почти как в стихотворении Семена Кирсанова: «У меня, в волшебной комнате, по соседству, за стеной, есть колпак – звезда на конусе, есть халат – обшит Луной. Есть набор волшебных палочек, банка духов и чертей, и полдюжины – из прачечной – самобранок-скатертей... Можешь вызвать духов сказочных, научить работе их. Только здесь нельзя заважничать и кричать нельзя на них. Видишь палочку – пожалуйста, делай все из ничего. Только здесь нельзя безжалостно бить и мучить – никого! А не так – без возвращения, без приметы, без следа, эта комната волшебная вдруг исчезнет навсегда».

Также приложение обладает системой жалоб, где пользователь может пожаловаться на другого за несоблюдение правил сообщества.

На сегодняшний день проект оценивают в более чем один миллиард долларов. Пока что приложение не обладает платными услугами, не имеет рекламы. Как говорят разработчики, в их планы входит создание системы заработка на подписке, чтобы популярные «звезды», блогеры и создатели контента могли получать деньги напрямую, а само приложение удерживало бы комиссию. Сейчас такой принцип работает в приложении Patreon.

Подводя итоги, хотелось бы сказать, что социальная сеть ClubHouse будет на пике популярности и обладать своей приватностью до того момента, пока разработчики не выведут приложение на рынок устройств, поддерживающих систему Android. После этого перехода очень большая вероятность, что приложение подхватит вторую волну популярности, после чего количество пользователей увеличится в несколько раз из-за своей доступности, и волна «хайпа» спадет. Велика вероятность, что приложение станет подобием Zoom и Skype, где останутся лишь продвинутые пользователи, маркетологи и маркетеры, а также онлайн-школы, которые будут создавать закрытые «комнаты» и проводить беседы со своими коллегами и партнерами на интересующие их темы.