



Музей McDonald's был открыт на месте первого ресторана Крока к 30-летию сети. Автомобили на стоянке — экспонаты

После успеха с Walgreen Рей стал все больше ориентироваться на крупных клиентов. Он подписывал договоры на тысячи, сотни тысяч стаканчиков. Он стал лучшим менеджером по продажам Sanitary Cup and Service. Когда в связи с Великой депрессией всем сотрудникам объявили о снижении зарплаты на 10% и снижении компенсации за использование автомобиля с \$50 до \$30, Рей Крок заявил, что отказывается это принять. Или ему сохраняют размер зарплаты и компенсации, или он уволится. Четыре дня он уходил из дома, но не приходил на работу, скрывая конфликт от жены. На пятый день начальство сдалось и приняло его условия.

В подчинение Рея, лучшего менеджера по продажам, было передано 15 сотрудников. Он обзавелся персональным секретарем. Он купил подержанный Buick — примерно за ту же цену, какую отдал за Ford T. В помощь жене он нанял служанку — за \$4 в неделю плюс проживание и питание.

Коктейльная вечеринка

Торгуя бумажными стаканчиками, Крок внимательно наблюдал за всеми новыми событиями, как-то связанными с его бизнесом. И заметил быстрый рост одной из сетей, закупавших у него товар, — кафе-мороженого Prince Castle (название переводится как «замок принца», при этом Принс — фамилия одного из совладельцев). Другой его клиент, владелец молочного бара Ральф Салливан, изобрел новый способ изготовления молочного коктейля. Традиционный рецепт выглядел так: стакан свежего молока, два маленьких шарика мороженого, вкусовая добавка. Все это взбивалось миксером в металлическом стакане. Салливан готовил свой коктейль так: в молоко добавлялся сахар, стабилизатор, кукурузный крахмал, ванильный ароматизатор. Все это замораживалось, получалось ледяное молоко. Ледяное молоко добавлялось к обычному, после чего смесь взбивалась миксером. Коктейль Салливана был холоднее и гуще традиционного, содержал меньше жира и больше нравился клиентам.

Крок убедил владельцев Prince Castle, Эрла Принса и Уолтера Фреденхагена, продавать в своих кафе молочный коктейль по рецепту Салливана. При этом продавать его не по 10 центов за стакан, а по 12. Принс и Фреденхаген спорили, говорили, что покупателям и кассирам неудобно возиться с мелочью, когда цена не круглая. Наконец Принс заявил: «Я преподам этому сукину сыну урок! Я поставлю коктейль на продажу за 12 центов в нашем первом кафе. Пусть он увидит, что облажался. Разобравшись с этим, мы начнем продавать коктейль во всех кафе за 10 центов».

Крок не облажался. Напиток под названием «Один-на-миллион» имел бешеный успех. За первый год сотрудничества Крок продал Prince Castle 5 млн бумажных стаканчиков. Два лишних цента превратились для Принса и Фреденхагена в \$100 тыс.

Рост покупательского спроса на «Один-на-миллион» стимулировал инновации. Эрл Принс изобрел металлический рукав для миксера, позволивший при изготовлении коктейлей заменить металлические стаканы на специальные бумажные такой же высоты. Производства Lily Tulip Cup.

Коктейль Салливана был более вязким, чем обычный молочный коктейль. При большом объеме заказов обычные миксеры не справлялись с нагрузкой и сгорали. Эрл Принс изобрел новый миксер — Multimixer. Более мощный, способный взбивать коктейли в нескольких стаканах одновременно (в пяти или шести в зависимости от модели).

Рей Крок сумел уговорить своего босса подписать контракт, по которому Sanitary Cup and Service стала эксклюзивным дистрибутором Multimixer в регионе. Крок хотел торговать новыми миксерами по всей стране, но в головном офисе Lily Tulip эту идею не поддержали.



Вдова Рея Крока Джоан сделала наследниками много-миллиардного состояния 190 организаций и частных лиц

Эрл Принс предложил Кроку уволиться, чтобы потом заняться совместным бизнесом. Принс будет делать миксеры, Крок — продавать их, а прибыли пополам.

Крок уволился. Он верил в будущий успех нового бизнеса. Но поскольку Sanitary Cup and Service уже имела эксклюзивные права на распространение Multimixer, ему пришлось договариваться с бывшим работодателем. Крок учредил компанию Prince Castle Sales с уставным капиталом \$10 тыс. (около \$185 тыс. на современные деньги). Из этих средств \$6 тыс. вложила Sanitary Cup and Service, получив 60% акций новой компании.

В 1938 году Крок начал торговать миксерами. И вскоре обнаружил, что контракт с Sanitary Cup связал его по рукам и ногам. 60% акций были в распоряжении его бывшего босса Джона Кларка. Кларк даже имел право определять зарплату Крока. Рей решил выкупить у бывшего начальника его пакет акций. Кларк запросил за них \$68 тыс. Эту сумму вместе с процентами на остаток долга пришлось выплачивать пять лет.

В 1941 году США вступили во Вторую мировую войну. Производство миксеров остановилось. Металл был нужен для военных целей. Сахар, без которого нельзя было приготовить коктейль, распространялся по карточкам. Кроку пришлось освоить новое дело — продажу напитков из сухого солодового молока. И бумажных стаканчиков для этого напитка.

В первые послевоенные годы миксеры опять стали покупать. Рей Крок посещал мероприятия ресторанной ин-

дустрии и молочной промышленности по всей стране. С каждой выставки он возвращался без демонстрационных образцов и с новыми заказами. Он считал удачными годы, когда ему удавалось продать более 5 тыс. миксеров. Рекордом было 8 тыс. миксеров за год.

В пятидесятые популярность Multimixer пошла на спад. Крок понимал, что нужно искать новый товар. Что-то необычное, инновационное. Что-нибудь, чем еще никто не торгует.

Он попробовал торговать складными столами и скамейками, убирающимися в стену. Такая мебель могла бы пригодиться на маленьких кухнях. После первой презентации товара перед девелоперами и строителями Крок не получил ни одного заказа.

Нужное время, нужное место

В 1954 году Реймонду Кроку было 52 года. Образ жизни коммивояжера наложил отпечаток на его здоровье. Диабет, вырезанный желчный пузырь и большая часть щитовидной железы, начинающийся артрит, плохой слух, хронический алкоголизм.

В Сан-Бернардино, штат Калифорния, его привел необычный заказ — на восемь миксеров. Один миксер стоил \$150. Восемь — \$1,2 тыс. (около \$11,6 тыс. на современные деньги). Заказчиками были какие-то братья Ричард (Дик) и Морис (Мак) Макдоналды.