Николай Танкушин

Начни своё дело и не наделай косяков!

Начни своё дело и не наделай косяков!

Николай Танкушин.

Пролог, или как появилась эта книга.

Вероятно большинство читателей не в курсе, но это для меня вторая книга, первая по моему сегодняшнему мнению просто шлак. Если вы взяли в руки эту книгу то я думаю что вам интересно создать своё дело или улучшить его показатели и сделать, таким образом, свою жизнь лучше.

Название книги сделано несколько необычным не случайно – так у вас на ней зацепится взгляд, и возможно вы её полностью прочитаете. Это уже третий и окончательный вариант названия. Первое рабочее название было – «Как начать бизнес и не прогореть», впоследствии оно эволюционировало - «Семь глупых ошибок начинающего коммерсанта, почему их совершают все?». Но в итоге я решил, что без необычного заголовка никто даже не откроет книгу. Именно поэтому заголовок написан довольно необычно.

Прежде чем начать развивать основную тему, и я хотел бы рассказать, кто я такой и почему у меня можно учиться.

Ни для кого не секрет, что сегодня бизнес тренеров развелось как грязи, лично я в этом убедился, когда хотел написать на моём блоге статью – «как правильно выбрать бизнес тренера». Когда я выбирал к ней картинки, яндекс выдал мне 120 000 картинок, 99 процентов – фотографии. Я конечно физически не мог просмотреть их все, но даже на первой странице меня ждало разочарование. Как вам примеры: врач - бизнес тренер, библиотекарь – бизнес тренер, один товарищ вообще сфотографирован на фоне эскалатора и с бутылкой пива и гордо написано – бизнес тренер… это жесть…

Я считаю, что учиться можно только у того кто сам чего-то достиг. Не обязательно он должен быть чемпионом мира или основателем корпорации, он просто должен быть успешным практиком. В доказательство своей позиции я предлагаю рассмотреть знаменитый пример - Тэдди Атлас, сам он никогда не становился чемпионом мира, и вообще оставил спорт из-за здоровья, но именно он вывел Майка Тайсона на профессиональный ринг и именно он вырастил чемпиона. Он был практиком, пусть и не мегауспешным, но преуспевающим!

Хотя я и не считаю свои успехи выдающимися, но три среднероссийских зарплаты я получаю ежемесячно как дивиденды от бизнеса, на который не трачу времени. Большинство россиян ходит на работу, и мечтает об этой средней зарплате хотя - бы в доналоговых деньгах. Бизнес тренеров работающих за зарплату надо отправить мести дворы – там от них будет больше толку. Важным моментом в раскрутке бизнес тренера являются его публикации, как правило, они начинают писать книги *(хороший рекламный ход после прочтения книги читатель понимает, кто и чему его будет учить),* но вот проблема – если бизнес тренер теоретик, то чему он научит?

Даже полуграмотный Ашот, с тремя лотками на рынке, даст вам больше знаний о бизнесе и предпринимательстве чем бизнес тренер, работающий за зарплату. Как можно научить создавать бизнес самостоятельно ни разу этого, не сделав? Никак, можно только собирать с идиотов деньги обучая их тому, что сам не умеешь. Именно с идиотов, так как умный человек сразу поймет, что его надувают.

Автор этой книги *(о себе пишу в третьем лице, занятно)* является действующим предпринимателем, учредителем и директором двух работающих ООО притом одно из них было поднято с долгов в начале 2009 года, до этого он был ИП.

В книге три раздела – мотивация и самоподготовка, организация, разбор полётов. В первом разделе объясняется, как начать мыслить как предприниматель, что такое бизнес и почему бизнес даёт больше возможностей для скорейшего обретения финансовой свободы. Второй раздел рассказывает, как организовать работу своего предприятия (построить систему бизнеса). И последний раздел рассматривает типичные ошибки начинающих предпринимателей.

Книга написана на основе моего личного опыта. Цель книги сформировать у читателя предпринимательский стиль мышления, показать ему

как строиться система генерирующая доход называемая бизнесом и рассказать про типичные «косяки» человека первый раз открывающего своё дело.

Да я прекрасно понимаю что Довгань, Чичваркин, Делл, Гейтс, Джобс, Дуров и многие другие сделали гораздо больше, но мало кто написал книгу про низкий старт в условиях России. Так что ниша мало конкурентна, а потребность в литературе в ней есть. Вся книга, по сути, отвечает на вопрос – «как начать своё дело?».

Занятно – у нас на рынке есть куча книг про личные финансы – киосакимания. Есть книги про то как росли в предпринимателей Чичваркин и Довгань, но сами книги написаны общими фразами и не рассказывают какие действия предпринимались для того чтобы получить результат. По сути книги просто восхваляют того про кого написаны и не дают никакой конкретики. Например, в книги про Чичваркина рассказано как они снизили наценку до 5% и брали оборотом, но конкретики нет, нет данных по логистике, бухучёту, структуре управления, нет информации как они набирали кадры, ничего, по сути, нет… Ровно, как и в книге Довганя – расстройство, что он не смог найти денег на аренду помещения под производство, но нет анализа, почему так вышло. Автор просто написал, что он тогда был никчёмным и всё, на этом точка, нет разбора ошибок. Люди не открывают своё дело, потому что не знают банальных вещей, а не то как снизить наценку и увеличить оборот….

Я не даю никаких гарантий читателям, что с первого раза всё у вас получиться (я постоянно ошибаюсь, но с каждой ошибкой я становлюсь умнее), но я почти уверен, что каждый начинающий предприниматель и тот, кто хочет стать предпринимателем сможет извлечь из этой книги, что-то полезное для себя. Благодаря книге вы получите мой опыт и прочитаете про те ошибки, которые я совершил. Хотя и говорят, что лучше учиться на своих ошибках – я считаю, что это бред. На чужих ошибках учиться гораздо эффективнее, так как анализ и учёт чужих ошибок позволит вам сэкономить самый ценный ресурс –

время. Вам предоставляется уникальная возможность узнать, где стелить соломку бесплатно, безвозмездно, т.е. даром. ☺

Как мы открывали первый бизнес.

По большому счёту данная глава написана для того чтобы объяснить читателю чему у меня можно научиться, т.е. я не могу научить человека как построить завод, но вот как открыть магазин или сервис или сеть магазинов – это пожалуйста… Ещё раз подчёркиваю – учиться можно только у того кто сам это проделал, учиться у теоретиков глупо… Сегодня в интернете толпы проходимцев предлагают разбогатеть. Но тут есть две проблемы – почему они не богаты? почему они продают вам вашу мечту под видом их знаний? Я же предлагаю вам открыть своё дело, показываю основные ошибки, даю рекомендации, а там уж куда крыла мечты выведут….

Мы открыли сервис по ремонту компьютеров в феврале 2009 года (кто помнит – самая «жопа» – налички нет, безработица зашкаливает). Сервис был открыт с 40 000 рублей долгов, через два месяца он арендовал закуток в подвале, и долгов не было, так как они были оплачены.

После прочтения этой главы вы будите знать, как открыть сервисный центр (да и почти любой малый бизнес), на чём и сколько зарабатывает сервисный центр, как раскручивать сервисный центр и я надеюсь, поймете, что открыть компьютерный сервис очень просто.

Сразу хочу сказать – ниша высоко конкурентная – с неё кормиться толпа проходимцев решивших, что они умеют чинить компьютеры. Раз ниша высоко конкурентная это как минимум говорит о востребованности. Таким образом, отпадает необходимость изучения спроса (спрос есть, иначе не развелось бы на Руси великой столько эникейщиков). Определились, что спрос определять в данной нише не нужно он определённо есть (разве что вы живёте в юрте за полярным кругом и главным интернетом там является водка – спроса нет).

Первым шагом была регистрация юридического лица. Изначально я был зарегистрирован как ИП, но благодаря знакомству с замечательным бухгалтером я считаю, что ИП для меня тяжёлое прошлое и больше никогда я не буду работать как ИП (как зарегистрировать ООО можно почитать у меня на блоге).

Сегодня юридическое лицо зарегистрировать не проблема и препятствий, чтобы вступить в отношения с государством у нас нет (отжениться сложно, но я про это писал в прошлой книге).

Как мы раскрутили сервис по ремонту компьютеров? Советы от создателя ООО «Тринибит»

Это оказалось очень просто. Главным фактом в первичной раскрутке стали вот такие объявления. В первоначальном варианте они были даже с грамматическими ошибками (сейчас за это реально стыдно собственно я и привёл первый вариант):

Так же нам сделали вот такие визитки:

Сегодня я понимаю, что эти объявления были необычными, яркими и привлекали внимание, если бы мне надо было повторить раскрутку сервиса я бы оставил их такими же но убрал половину текста.

Но какими бы хорошими небыли объявления у нас ничего бы не получилось, если бы мы не делали всё качественно. На начальном этапе весь сервис был из одного человека. Я был и швец, и жнец и на дуде игрец. Малость выручал второй учредитель, работая на телефоне.

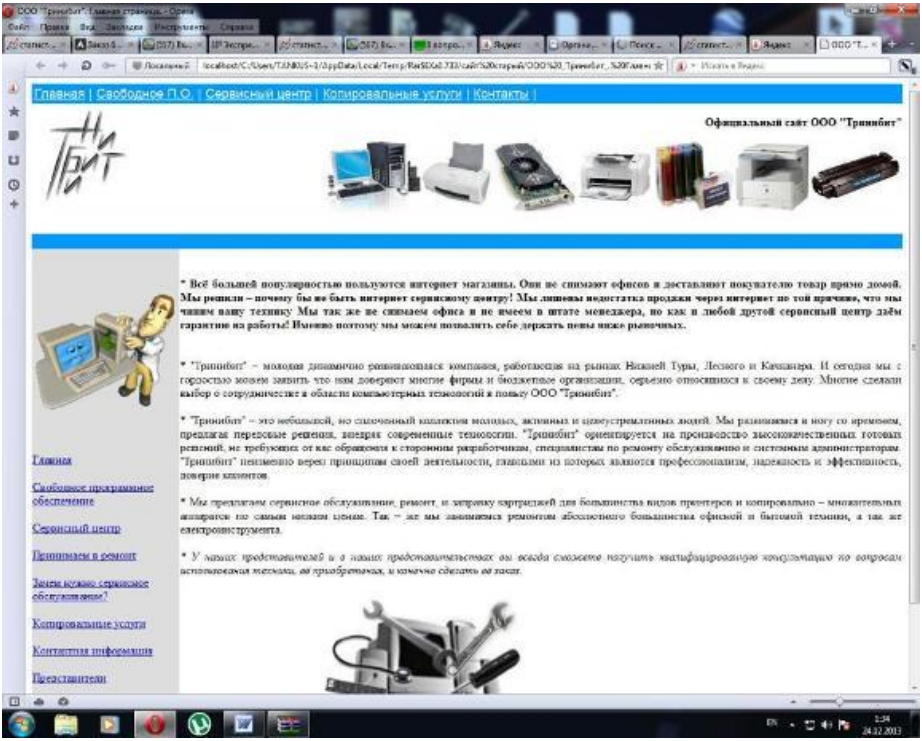
Мы сами расклеивали эти объявления по городу. Я не помню, на какие средства я заправлял машину (денег просто было негде брать, но они находились). Так как нашим клиентом хотелось официальности, и нам надо было чем-то отличаться от пройдох школьников то мы наскребли предоплату на 15 дней аренды «офиса» и купили в кредит кассовый аппарат. Далее родители отдали мне компьютерный стол, а у меня был древний, как продукты жизнедеятельности мамонта, компьютер.

На начальном этапе наш сервис выглядел жалко – каморка 2*2,5 м, видавший виды компьютерный стол, компьютер сделанный за несколько лет до того как я начал бриться! Зрелище реально было жалкое, у нас не было понимания, как раскручивать сервис, из чего сервис извлекает прибыль, не было даже понимания где взять денег на аренду, но у нас была миссия – «сделать так

чтобы у людей не было проблем с компьютером», и у нас было много энтузиазма.

Все деньги, заработанные на первом этапе уходили на аренду, бензин, тонеры и оплату пирожков в ближайшей столовой.

В итоге на третий месяц, после четырёх расклеек объявлений мы упёрлись в то, что что-то делаем неправильно. Работать приходится много, а денег мало. Приняли решение сделать сайт. Так как денег не было, и заказать сайт профессионалам не получилось, я сам на html за 3 дня накидал вот такой простой сайт:



В этот момент мы посовещавшись решили переориентироваться с обслуживания физических лиц на обслуживание организаций (к сожалению, мы

перестали развивать направление обслуживания физиков и за пару лет оно сошло на нет, а надо было делать это параллельно).

Тогда мне пришлось одеться поприличнее, взять раздаточные материалы, которые мы сочинили на коленке за 3 часа, и проехать по всем организациям города.

Как привлекать корпоративных клиентов я уже писал на своём блоге и повторяться тут не буду. Итогом моих поездок по городу стало заключение трёх договоров на ТО с юридическими лицами. Интересный момент, про который я как то забыл – денег на юриста у нас не было, составить договор грамотно нужен навык, тогда я позвонил в самый крупный сервисный центр в соседнем городе (речь идёт про АСМ электронику г. Нижний Тагил) и сказал им – «мы хотим заключить договор на обслуживание». В итоге приехал менеджер и привез мне их бланки договоров и дополнительных соглашений к ним. Мы их тупо переправили под себя сменив реквизиты и логотипы. Таким образом, мы бесплатно получили отличные с юридической точки зрения договора, а заплатили за них наши конкуренты. Вот так можно использовать конкурентов в свою пользу.

В тот момент со мной случились последовательно несколько кризисов предпринимателя. Первый кризис — крупные деньги, второй кризис – не успеваю всё или первая потеря комфорта, третий кризис – первый слив и потери клиентов, четвёртый кризис – учимся делегировать полномочия. Всё это произошло за пару месяцев и довольно сильно выбило меня из колеи, я просто был морально не готов к этому!

Так как я довольно неплохо поработал менеджером (ну или торгпредом если вам так понятнее), у нашего сервисного центра появились первые корпоративные клиенты. Естественно они изъявили желание работать по безналичному расчёту, но оказалось для того чтобы открыть расчетный счёт в банке нужна свежая выписка из ЕГРЮЛ (занятный квест – получить выписку сбегать в банк. Открыть счёт и разнести уведомления). Так как открытие счёта

занимает около недели, а расходных материалов для того чтобы обслуживать клиентов было недостаточно я проявил чудеса дипломатии и договорился на оплату налом. В этот момент случился первый кризис – нам привезли коробку картриджей на заправку, я их за день заправил купленным по дешёвке с рук (читай, где-то кем-то украденным) тонером. И в итоге за день работы вышло более 16 000 рублей чистыми, я до этого не каждый месяц столько зарабатывал. Сумма вскружила голову, и возникло желание отметить успех. Спасибо партнеру, так как если бы не чувство ответственности перед командой я бы обязательно проел эти средства…

В этот момент (после привлечения юр. лиц) у нас было много заказов и было всего два человека – я бегал по заказчикам, учредитель-бухгалтер сидела в офисе и принимала звонки. Мы испытывали трудности, первая трудность – некому работать, физически один человек не мог проделывать такой объём работы. Тогда мы первый раз дали объявление о приёме сотрудника на работу. Выбирать было особо некого и пришлось брать, кого попало.

В итоге я убил две недели времени на обучение человека заправке картриджей, а получив первые деньги он слинял… Вот тут вылезла следующая проблема – обучение сотрудника подвесило и без того длинную очередь заказов и в итоге мы потеряли часть клиентов. Я был зол!

После этого были ещё несколько неудачных попыток найти технаря и в итоге мы уперлись, что технаря придётся вырастить. Тупо нет спецов нужного уровня, они либо стоят очень дорого и заняты или не соответствуют по квалификации. Найти хорошего технаря в сервисный центр – сложно! Если обучить человека и не дать ему денег в итоге он уйдёт к конкурентам, где ему предложат больше - нет смысла обучать! В этот момент времени мы приняли решение взять приёмщика заправщика, так как платить надо меньше, квалификация нужна ниже и косяков напортачить практически невозможно.

Таким образом, я случайно познакомился с человеком который умеет «обрабатывать» клиентов. Сегодня это один из членов нашей команды, по

большому счёту случайное знакомство позволило получить ценный кадр, не пришёл бы человек устраиваться на работу – может не было бы сейчас интернет магазина. Конечно, мне было сложно передать разговор с клиентом другому человеку – «а вдруг что не так скажет а вдруг мало попросит», но в итоге я убедился что у него лучше получается продавать услуги и решать проблемы по гарантии чем у меня. После пары месяцев нервозности за то что не я говорю с клиентом я успокоился и полностью доверил сотруднику переговоры.

Так как сотрудник в офисе принимал заказы, я там показывался только вечерами, а днём проводил время на ТО - ездил и обслуживал юридические лица.

Следующим этапом стал переезд в большее помещение и выход на новый уровень – у меня появилось свободное время, несколько снизились доходы за счёт приёмщика, но главное – я начал работать тогда когда хочу а не 24 часа в сутки. Это было хорошее время!

По рекомендациям уже обслуживаемых компаний к нам обращались новые, в итоге пришлось брать ещё человека на обслуживание новых юридических лиц, а потом ещё и ещё….

Вот тут-то фирма набрала свои обороты, юридические лица платили регулярно и много, платили просто за сам факт того что у них нет проблем с компьютерами. Это идеальный бизнес – платят за то что всё работает! Если не работает техника, то работаем мы и бесплатно (запчасти оплачивает заказчик)! Так как условием нашей работы было – полное обслуживание то мы заправляли ещё и картриджи.

Теперь самое главное – сколько может зарабатывать сервис? Например, у нас был заказчик с 70 компьютерами, который платил за месячное обслуживание 56 000 рублей. Такая сумма получилась после расчёта пылесошения компьютеров раз в три месяца (по факту его делали только

осенью) и консультаций пользователей по 1 часу в месяц на человека (в итоге набиралось дай бог по 10 минут). Плюс, данный заказчик оплачивал ремонты техники и заправку картриджей. В итоге в месяц могло выйти до 100 000 с одного крупного клиента, на обслуживание такого клиента тратилось же 2-3 часа времени в день и три-четыре поездки в соседние города, где у клиенты были удалённые офисы). Таких клиентов у нас было на пике развития шесть! Но конечно по 100 000 с них выжимать не получалось, но тот факт что 5 человек могут делать до 500 000 в месяц грязными **на услугах** в богом забытой дыре, лично для меня показал что работая на дядю денег не заработать, ты только сделаешь богаче мифического дядю.

Но мы как я уже писал выше, совершенно не занимались рекламой и продвижением услуг для физических лиц. В этот момент заказы от них пошли на спад. На пике популярности сервисный центр выручал от обслуживания физических лиц до 50 000 рублей (2010г. работы по пылесошению компьютеров и установке программ). Но в итоге из-за отсутствия рекламы начался постепенный слив. В обслуживании физических лиц на начальном этапе мы применяли следующую схему – по окончании гарантии мы звонили и спрашивали – «есть ли к нам претензии и доволен ли клиент?». Это способствовало рекламе сарафанным радио – нас вспоминали и нас советовали.

В этот момент я проанализировал, что аренда помещения + заработная плата сотруднику на приёмке/магазине не окупаются и в итоге я отказался от этого направления. Следующим шагом стал перевод фирмы на бизнес для бизнеса, внедрение горизонтального управления и извлечение максимума прибыли из фирмы, и перевод её в категорию источников пассивного дохода.

Но время идёт всё меняется, сегодня сервисный центр изжил себя, так как сначала он упёрся в практический потолок – он начал обслуживать все крупные юридические лица города, и после лично мне стало скучно – нет процесса развития. В этот момент принято решение, чтобы не заниматься масштабированием сервисный центр из основного бизнеса становится

дополнительным и сама фирма меняет сферу деятельности. Я уже писал, что будущее торговли интернет, именно поэтому мы становимся интернет магазином, а сервис теперь будет обслуживать гарантийные случаи магазина. Таким образом, мы диверсифицировали предприятие, и я надеюсь дали ему мощного пинка в развитии. Так как интернет магазин сегодня наше настоящее я говорю – продолжение следует (я обязательно расскажу в будущих работах про интернет магазин, и что из этого вышло).

Кто такой автор книги и почему у него можно учиться?

Этого раздела не хватает большинству книг подобной этой – все кого-то чему-то учат, а на деле толку 0, потому что часто тот, кто учит сам из себя ничего не представляет.

Скажем так, написал книгу и начал вести блог я, имея опыт предпринимательства в реальном мире и имея «успешный» бизнес на который я почти не трачу времени и который приносит мне пассивный доход.

Этот блог для меня попытка заняться бизнесом через интернет, а именно продажей авторских интеллектуальных продуктов для этого и написана эта книга. Кому интересна моя биография зайдите на мой блог и прочтите раздел об авторе.

Адрес блога в верхней части каждой страницы ☺.

Раздел 1. Мотивация и самоподготовка.

Введение.

Давайте начнём с обзора ситуации. Большинство людей никогда не начнут свой бизнес. Спросите любого подростка 15 лет – у него десятки идей для бизнеса, спросите любого студента очника – у него уже сотни идей, мне даже однажды по рекомендации знакомого попался крокодиловый наркоман, который убеждал меня дать ему денег на своё дело (идея была перегонять машины и она в принципе рабочая, но вот личность просящего меня как-то отпугнула). А сколько мы видим реально открывшихся хотя бы микро бизнесов? Идеи есть у каждого, но решается один из тридцати или даже пятидесяти, и потом у 90 процентов в первые пять лет бизнес прогорает, а у половины из них он не работает и полгода. Притом люди вкладывают деньги, время, свой труд, а толку 0!

Почему так?

Почему открывается так мало бизнесов – люди просто не знают как это сделать, а если знают то не решаются из-за страха потерпеть неудачу, а если и знают и не бояться то у них нет системы ведения бизнеса и в итоге бизнес прогорает в первые пол года. Почему 90 процентов фирм закрываются первые 5 лет – опять-таки нет системы бизнеса, плюс допускаются стратегические ошибки.

Готов поспорить, что те из вас кто сейчас читает эту книгу и хочет открыть своё дело, или в прошлом уже прогоравшие горе-предприниматели просто не готовы к тому, чтобы быть бизнесменом. Подготовка к ведению бизнеса начинается задолго до получения первого клиента и первой прибыли!

Очень сложно сломать в себе стереотипы мышления наёмного рабочего, поэтому я считаю что лучше, например, в процессе обучения на ранних курсах института не идти работать по специальности, а идти и предпринимать, нужно учиться бизнесу. Мозг - штука обучаемая и если вы его

научите работать по найму – он будет работать по найму, если вы его научите мыслить как предприниматель и во всём видеть деньги то в итоге он будет везде видеть деньги.

Давайте, чтобы было понятно разберём на примере – недавно я разговаривал с моей хорошей знакомой, преподавателем с огромным стажем. Наш разговор свёлся к тому, что современные студенты не воспринимают дисциплины, нужна интерактивность и мультимедийность. Мы решили сделать курс для того чтобы было легче вести лекции. Курс полу презентация полу фильм. Тема – электротехника. Её мышление не зашло дальше – сделаем курс, и он на нас будет работать долгие годы, я же предложил этот курс продавать по вузам и студентам (инфобизнес) т.е. изначальная идея – решить проблему с обучением студентов тут же была превращена мной в деньги. Средний техникум за такой курс заплатит 20-30 тысяч рублей, средний студент – вечерник чтобы подготовится к экзамену тоже думаю купит, но цена уже будет в сотнях рублей (но студентов то в сотни раз больше чем учебных заведений). Вот так вот я вижу деньги, они есть везде, и всё вокруг нас деньги – решите людям проблему и они вам их с радостью принесут. Главная способность предпринимателя – видеть эти проблемы. А таких проблем перед людьми много и всегда пока будут люди их проблемы надо будет решать. Чем лучше вы будете решать проблемы людей и чем меньше собственных усилий будите на это затрачивать, тем больше вероятности что из вас получиться отличный бизнесмен.

Давайте договоримся – бизнес это источник пассивного дохода, если вы организовали предприятие и пашите на нём как лошадь, это называется самозанятость. Если вы работайте на своём предприятии, и оно без вас развалиться (а так и бывает у 90 процентов предпринимателей) то вы просто купили себе рабочее место, да иногда это место бывает высокооплачиваемым, но вы сами купили себе место. Если у вас есть большой опыт и ваши знания востребованы – вы можете уйти наёмным работником к настоящему бизнесмену и избавиться от ряда головняков.

Когда вы организуете своё дело у вас будут клиенты — заказчики, которые несут вам деньги, вы решаете их проблему и даёте гарантию что сколько то времени проблема не повториться. Если вы не ошибётесь с направлением деятельности и будите работать качественно, то на определённом этапе вы перестанете сами справляться с объёмом работы, и вам придётся взять сотрудника для помощи, потом ещё и ещё. Они будут помогать вам в решении проблем с клиентами, а вы будите покупать их время опыт и результаты труда. Вы гарантируете своим сотрудникам что, работая с вами, они получат какой-то доход и определённые гарантии, вы как бы содействуйте им с решением финансового вопроса, в определённом роде вы их усыновляете, и кинуть их не заплатив — некрасиво и дискредитирует вас как предпринимателя — заключил сделку будь любезен исполни.

Трудовые отношения такая же сделка, как и продажа товаров клиенту. Таким образом бизнес это прежде всего ответственность – ответственность перед сотрудниками которые трудятся и делают вас богаче и ответственность перед клиентами которые несут вам деньги.

Прочитав вышеизложенный текст я хотел, чтобы вы сделали три вывода:

1) Большинство людей никогда не смогут создать бизнес, так как не имеют достаточно знаний.

2) Бизнес это система генерирующая доход без вашего участия.

3) Бизнес это прежде всего ответственность перед сотрудниками и клиентами.

Кто такой предприниматель и что он предпринимает?

У всех на слуху словосочетания - успешный предприниматель, начинающий предприниматель, предпринимательская деятельность, предприниматель без образования юридического лица и т.д. и т.п. А кто такой предприниматель и с чем его едят у многих обывателей представление достаточно слабое.

Давайте разбираться. ИП торгующий на рынке очками – предприниматель, мальчик чинящий компьютеры – предприниматель, собственник сети АЗС предприниматель, владелец заводов газет пароходов – предприниматель, даже крупный политик в какой - то мере предприниматель.

Я думаю, читатели уже заметили у меня две особенности – я люблю показывать всё на личном примере и я люблю аналогии.

Самая наглядная аналогия, которая прямо и напрашивается – строительный прораб. Кто такой прораб? – это человек, который руководит стройкой, приглашает специалистов различных направлений, курирует их работу и обеспечивает их инструментами и материалами. Хороший прораб обычно умеет делать все работы, которые он курирует (это позволяет понимать, где своруют и где схалтурят (тоже форма воровства)), но так как он не постоянно практикуется, и один ничего не сделаешь, то он всего лишь организует строительство.

То же самое и предприниматель, только он не дом строит, а бизнес (что такое бизнес глава ниже). Предприниматели делятся на мелких, средних и крупных (зависит от оборотов, прибыли и числа привлечённых сотрудников), прорабы так же имеют разный опыт и прораб строивший гаражи без должной подготовки в жизнь не построит вам небоскрёб. Наоборот – запросто, но дорого (мышление уже не то). Так и бизнесмен - тот кто построил бизнес и вырос из мелкого предпринимателя в крупного сможет снова построить бизнес любого уровня (но захочет ли).

Предприниматели, также как и прорабы привлекают специалистов (сотрудников), только прораб привлекает плотников, электриков, слесарей, штукатуров, а предприниматель привлекает бухгалтеров, юристов, менеджеров. Что прораб, что предприниматель используют опыт и время других людей.

Предприниматель и прораб не обязательно должны быть самыми крутыми специалистами во всех работах, которые они курируют, они должны уметь организовывать работу специалистов предельно эффективно и уметь контролировать процесс.

Есть предприниматели, ориентированные на самозанятость - те, кто никогда не берут наёмных работников и руководствуются девизом – «хочешь сделать хорошо – сделай это сам». Да формально они предприниматели, но в одну каску серьёзный бизнес не построить. Их пожизненный удел (если они не станут расти над собой) заниматься микробизнесом и малым бизнесом. Проблема как правило у них в том что они не хотят, или не могут, строить систему генерирующую доход. Или их уровень не позволяет им делать это.

Например, парикмахер, стригущий на дому – предприниматель, человек работает на себя и вроде как молодец, и владелец сети парикмахерских. Ниша одна, тот кто стрижёт на дому может быть большим профи, но система бизнеса у того кто держит сеть парикмахерских. У того кто стрижёт на дому изначально вероятно нет идеи открыть сеть, он работает на себя и больше определённого числа клиентов никогда подстричь не сможет (правило 8-8-8-сон-работа-семья).

У читателя может возникнуть вопрос – а чем предприниматель отличается от наёмного работника? Предприниматель это тот кто отказался от стабильной работы ради того чтобы самостоятельно управлять своими рисками (если я завтра на работе упаду, разобью голову и не смогу работать я могу наедятся на своих родственников и всё) и самостоятельно извлекать прибыль. Наёмный работник сам ничем не управляет и его доход как правило ограничен, как и ограничена возможность распоряжаться своим временем. У предпринимателя таких ограничений нет (я про доход и время), и он несёт риски

от занятия коммерческой деятельностью (и зачастую проигрывает, так как ошибается), но в случае успеха предприниматель зачастую получает больше чем любой наёмный работник на любой даже самой высокооплачиваемой работе).

Предприниматель ценит свободу, наёмный работник ценит иллюзию защищённости и не всегда осознает, что его как винтик в 99 процентах случаев легко заменить.

Я думаю, что прочитав главу, вы прекрасно поняли кто такой предприниматель. Я представляю предпринимателя как этакого прораба но в мире бизнеса.

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Предприниматель тот, кто сам распоряжается своим временем и работает в своих интересах.
2) Предприниматель осуществляет управление бизнесом.
3) Уровень предпринимателя зависит от того сколько людей он умеет привлекать в команду и какие прибыли он умеет извлекать.
4) Предприниматель ориентированный на самозанятость многого не добьется пока не станет использовать ресурсы других людей.
5) Малый и микробизнес осуществляемые с целью самозанятости не могут вырасти в крупный бизнес так как предприниматель не может или не хочет построить систему бизнеса (про то как строить бизнес как систему мы поговорим во втором разделе книги).

Что такое бизнес?

У всех на слуху заезженные фразы – сделать бизнес, раскрутить бизнес, как быстро раскрутить бизнес, но большинство даже не понимает что такое бизнес.

Я выше писал, что бизнес эта структура генерирующая доход без участия создателя. Проблема в том, что большинство людей, и даже предпринимателей не понимают что такое бизнес, я читал одну статью, в которой работа по найму называлась бизнесом, и в качестве аргументации было написано – «Если вы получаете процент от прибыли фирмы то чем больше вы работаете, тем больше вы получите, таким образом, ваша работа это ваш бизнес». С таким же успехом страховой агент, продающий страховки за комиссионные проценты – предприниматель, а человек, продающий банковские кредиты – «крутой бизнесмен банкир».

Как это не прискорбно осознавать, но девять из десяти людей не понимают что такое бизнес! Всё то, что приведёно в предыдущем абзаце это всего лишь работа по найму пусть и с системой мотивации на продажи в виде комиссионных с этих продаж.

Люди не осознают что настоящий бизнесмен в случае со страховыми агентами это владелец страховой компании, при этом он сам не продаёт страховки, за него это делают сотрудники. Если он смог посторожить систему бизнеса то за него будут работать другие люди, а владелец будет извлекать прибыль, из их труда позволяя на этом немого зарабатывать.

Смотрите – сколько страховок может продать агент, пусть и сильно мотивированный процентами с продаж и сидящий в удобном месте с большим трафиком… Например на оформление договора тратиться 20 минут, таким образом агент продаст 3 страховки в час и 20 страховок в день (это при полной загрузке и 8ми часовом рабочем дне), при том это реально хорошие показатели, на деле они окажутся гораздо меньше.

Если смотреть со стороны страхового агента то всё просто супер, при 200 рублей за проданную страховку дневной доход агента составит 4000 рублей (минус налоги и пенсионный), но почти 3000 рублей останется. О таком дневном заработке и не мечтает большинство россиян (но агент продаёт не 20 страховок, а примерно в 3 раза меньше, но для красоты цифр оставим 20 страховок).

А теперь давайте рассмотрим владельца страховой компании – у него 500 агентов, в день они продают 10 000 страховок! И если он получает хотя - бы 10 рублей с полиса (а он получает гораздо больше, так как рентабельность страхового бизнеса согласно данным из сети около 40 процентов), то в день доход владельца такой страховой будет выше в разы, чем доход лучшего агента в месяц!

Таким образом, владелец страховой использует мощный рычаг в виде 500 сотрудников продающих полисы, сам он в жизнь не продал бы столько полисов сколько продают 500 человек продающих результаты своего труда компании. Его усилия по созданию окупаются с лихвой. На него работают 500 голов и 1000 рук, а платит он за это всего лишь давая откусить кусочек от огромного пирога доходов компании.

Такая же ситуация и с банкирами, они получают проценты за продажу кредитов но банк является бизнесом для владельца банка, а тот кто продаёт кредиты всего лишь наёмный служащий и завтра его место сможет легко занять другой человек алогичной квалификации.

Если внимательно посмотреть вокруг, то всё сегодня бизнес, церковь-бизнес, государство – бизнес, даже продуктовый магазин – бизнес.

Бизнес сегодня правит миром. Нефтяные компании делят районы добычи, за это государства развязывают войны – войны из-за бизнеса. Притом в войне за нефтяные районы связаны интересы государства – оно получает налоги с нефтянки, и нефтяной компании – они получают новые территории для добычи. Конечно, я до безобразия утрировал пример с нефтянкой, но суть такая.

Взять Microsoft если они захотят завтра, они могут остановить 80 процентов компьютеров в мире и тем самым остановят всё (и торговлю и логистику и почту и даже сердца у пациентов в больницах) – просто выпустят патч и заблокируют компьютеры. Таким образом, Microsoft может управлять миром.

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Бизнес эта структура генерирующая доход без участия создателя.

2) Работа по найму с любыми комиссионными это не бизнес.

3) Бизнес сегодня правит миром.

4) Государство и крупный бизнес тесно связаны и их интересы переплетаются.

Зачем вообще люди делают бизнес и как вырасти в бизнесмена?

Перед началом этой главы давайте договоримся, что 95 процентов бизнесов начинаются как самозанятость (просто у людей нет денег и опыта чтобы сразу построить систему) и при умелом действии основателя в итоге они станут бизнесом и смогут работать без него.

Зачем же люди создают бизнес? Как ни странно, но ответ на поверхности — 99 процентов людей надеяться, что бизнес решит их финансовые проблемы и соответственно способствует свершению мечтаний. У любого находящегося в сознании и психологически адекватного человека есть мечта. Та точка, где он хочет оказаться. Про то, что мечту надо визуализировать написано много книг, но как ни визуализируй яхту в 90 метров в средиземном море она не появится, если не действовать. Я с этим согласен. Сколько вы не представляйте эту яхту у вас она не появится, да и надорвётесь вы её получая.

Нет, я ни в коем случае не призываю вас не мечтать. Надо представлять светлое будущее и успех, но если вы не будете действовать, то всё бесполезно.

Есть такая штука — уровень нормы, эта та сумма, взяв в руки которую (или имея возможность получить) у человека не сорвёт крышу. Я в блоге писал, как нас хотели кинуть со скайлинком, так вот та сделка сулила мне за неделю 2 600 000 рублей прибыли. Но я продолжал мыслить адекватно и в итоге я понял, что сделка попахивает душком и отказался от неё (в прошлой книге я писал, что лучше не заключить сделку, чем заключить плохую сделку).

К чему я это написал? Смотрите — не имея опыта вы не сможете заключить крупную сделку. В бизнесмена надо вырасти, от мелкого к крупному. Если, например, у вас цель яхта — вы просто надорвётесь её получая, лично мне яхта не нужна, моя цель жить на пассивный доход ни в чём себе не отказывая, часть цели достигнута (но вот про ни в чём себе не отказывая я пока не заикаюсь). Ну, нельзя просто встать утром и заключить сделку на 10 000 000 баксов. Да я не спорю — половина из вас знает, откуда, завтра на него упадёт

огромная сумма и что надо сделать, чтобы она упала, но почему то до сих пор она это не сделала!

Другое дело, что можно себя подготовить и научить заключать большие сделки. Смотрите — если вы завтра пойдете в спортзал и попытаетесь взять огромный вес — вы надорветесь, и вес не возьмёте. Но если постепенно ежедневно ходить и повышать уровень нормы, то в итоге вес будет взят. Так же и в мире бизнеса, идут от малого к великому, постепенно не надрываясь повышают уровень нормы.

У нас же большинство людей действуют следующим образом – берём планку, не выполняем, надрыв – плохо - очень плохо – отходняк – новый подход – надрыв и цикл замкнулся. В итоге планка никогда не будет взята, а злоба за неудачи будет копиться и в итоге человек сам на себя довешает ярлык неудачника. Я не могу сказать, что я прав на 100 процентов, но, по моему мнению, всё происходит так, потому что люди в большинстве своём не готовы платить ту цену, которую надо заплатить.

Если у человека цель взять 150 кг в жиме, и у него нет физически этой возможности, он должен, ежедневно тренироваться по несколько часов и в итоге через несколько месяцев этот вес будет взят! Но цена за это – ежедневные тренировки! Парадокс в том, что путь через тренировки единственно возможный и гарантированно дающий такой результат, но человек понимая в, то, что придётся заплатить эту цену в итоге или отказывается от цели, так как считает, что это очень дорого, или начинает совершать иррациональные поступки и в итоге также не достигает цели.

Точно те же правила действуют в мире бизнеса. Если взять любого человека с улицы и поставить его управлять корпорацией, то через несколько месяцев случиться слив, но если человека имеющего опыт управления таким предприятием взять и поставить во главу то, скорее всего ничего страшного не случиться. Дело в том, что навык управления бизнесом тесно связан с финансовым интеллектом и управленческим навыком, а повышать эти навыки

можно только постоянными тренировками. Если не тренироваться и не совершенствовать бизнес, то у вас никогда не появится навыки. Например, я довольно неплохо продавал, но как только я перестал лично этим заниматься я понял, что деградирую. В смысле в теории я всё это знаю и помню, а вот хватка уже не та…

Но парадокс в том что «любая кухарка может управлять государством», но не сразу…. Если кухарка сделает сначала маленькую фирму, потом она станет покрупнее и прогорит, потом она учтёт опыт прошлого, сделает новую фирму, и снова прогорит, а на третий раз у неё всё получиться и Рэй Крок перевернётся в могиле. Займёт этот процесс обучения 5-10-15 лет.

Это будут тяжёлые годы *(кстати, если вам легко жить проверьте, может санитары злоупотребляют с транквилизаторами или алкоголь формирует вашу действительность),* придётся во многом себя ограничивать и загонять в жёсткие рамки. Да нельзя будет придти и сесть у телевизора, придётся постоянно изучать, что-то новое, действовать, работать над ошибками. Цена, которую надо заплатить за успех – 5-10-15 лет упорной работы над собой и просто работы, но большинство сочтёт эту цену непомерной и так и никогда не сделает бизнес. Они так и будут приходить после восьми часов работы, садиться к телевизору и так 40 лет, а потом долгожданная пенсия, этому же они научат своих детей – тот же шаблон… смысл так жить? По мне 40 лет работы на дядю это цена на порядок выше, чем 10 лет работы над собой, но по максимуму.

Меня вообще поражает иррациональность действий человека, он лучше будет употреблять спиртное, и уходить в забытьё, ругать родителей, жену/мужа, детей, правительство, и даже если в итоге он поймёт что дело в нём всё равно ничего не измениться, так как данный вывод человеку не понравиться, и он просто его отметёт как плохой – надо же работать и выходить из зоны комфорта.

Выше поднимался вопрос – цена хороших показателей в жиме – упорные тренировки, а каковы же тренировки в мире бизнеса? Как не странно

это создание предприятий, их разорение, анализ разорения и повтор, по статистике только одно из 10 предприятий проработает долго, у меня заработало второе предприятие, и шестое, т.е. у меня тоже были сливы. Дело в том, что нельзя научиться кататься на лыжах не сломав их, ровно как нельзя научиться ездить на велосипеде не падая. И нельзя понять, что предприятие успешно и всё супер ни разу не побывав разорённым. Всё познаётся в сравнении. Именно из-за возможности разорения я настоятельно рекомендую всем вести бизнес через ООО.

Кстати именно для поддержания навыков обучения я работаю в вузе и ежегодно меняю дисциплины, я понимаю, что качество образования для студентов при этом падает (хотя я постоянно читаю электротехнику и моделирование), мне интересны там не деньги и не статус, мне интересна моя голова – постоянное изучение нового расширяет кругозор и позволяет не тупеть, и заставляя голову работать я тренирую её на получение новых знаний. Если всё останется, как прежде я надеюсь, что я буду учиться, столько сколько буду жить.

Собственно эта книга написана ведь не столько с целью раскрутки блога, сколько с целью систематизировать мои знания и навыки, лично я, прежде всего, думаю про себя! Логика тут такая - если мне будет плохо, то я буду отравлять жизнь окружающим, если мне будет хорошо и у меня всё есть, то я неизбежно сделаю жизнь окружающих лучше. Если я не могу извлекать прибыль из бизнеса – зачем мне его делать! Таким образом, прежде всего надо становиться самому лучше и делать все, чтобы жить в комфорте, а добро в этом случае наступит неизбежно!

По прочтению этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Нельзя сразу взять высокую планку к этому идут постепенно.
2) Бизнесу можно и нужно учиться но для этого надо работать над собой.

3) Лучше поработать 10 лет над созданием своего дела, чем 40 лет на дядю.
4) Необходимо постоянно развивать свою голову и тренировать её на поиск денег. Не секрет что один из десяти ищущих миллионы их находит, но те, кто не ищет никогда их не найдут.
5) Стоит быть в меру эгоистом и думать про себя. Если вам хорошо, и вы адекватный человек то вы неизбежно сделаете хорошо и окружающим.
6) Люди открывают бизнес, чтобы решить, прежде всего, финансовую проблему.

Как выработать в себе предпринимательское мышление?

Хороший вопрос, прежде чем давать на него ответ давайте договоримся о терминах. Под предпринимательским мышлением я понимаю способность видеть деньги. Не в том смысле, что вы подумали. Предприниматель видит проблему (например, в городе нет ни одной автомойки), и он решает эту проблему и из этого извлекает прибыль. Я, конечно, привёл сильно утрированный пример, давайте поприземлённее. В той дыре, где я живу, есть около десятка парикмахерских, стригут везде примерно одинаково криво, худо-бедно после проверок СЭС начинают обрабатывать инструменты, но только в одной предлагаю кофе. Собственно сервис за счёт кофе там лучше и именно туда я и хожу. Проблема – отсутствие сервиса, решение – открыто предприятие с лучшим сервисом.

Пример моего предпринимательского мышления можно прочитать в самом начале этой книги в примере про обучающие курсы по электротехнике. Есть проблема – лень много разговаривать на лекции, и плохо обучаемые студенты, и есть решение – сделать интерактивный курс по электротехнике. Деньги здесь спрятаны в продаже курса. Таким образом, курс решает проблемы людей, а мы как авторы получаем деньги в качестве благодарности за наши труды.

Или второй пример – я работал в соседнем городе по найму в сервисе по ремонту компьютеров и я понял, что у нас в дыре ничего подобного нет, и в итоге при помощи партнёров я открыл сервисный центр по ремонту компьютеров. Проблема – спрос есть но услуги никто не оказывает, решение – открыть сервис.

Расскажу по секрету, зачем я пишу эти книги и раскручиваю блог. Дело в том, что в будущем всё больше людей будут разочаровываться в работе на дядю, они пойдут в интернет за информацией во всемирную сеть, многие захотят найти ответы на вопрос как создать бизнес. В Росси есть только

несколько крупных бизнес тренеров - практиков и контора под названием бизнес молодость. Цены у них у всех для обывателей огромные. Я думаю, что мой блог станет со временем ценнейшим ресурсом для тех, кто хочет открыть своё дело. Так как на блоге бесплатно можно будет почерпнуть концентрированную информацию о создании своего дела. Лично я же планирую сделать несколько платных обучающих курсов + благодаря тому, что блог именно стать малость популярнее и немного подзаработать. Но это лирическое отступление.

Мы уже договорились о том, что предпринимательское мышление это способность видеть проблему, решать её и из этого извлекать прибыль. Если честно я не помню, как у меня сформировалось предпринимательское мышление. Оно как то само получилось. Будучи студентом второго курса (я уже имел опыт подрабатывания в сфере компьютеров — мы были лентяями, а пива хотелось, а делать ничего не хотели. Я устанавливал Windows и перепродавал компьютеры, привозя их из Тагила в Туру.

Тагил город несколько больше и доходы там были несколько выше. Люди чаще меняли компьютеры, а так как предложений на рынке было больше то цена б/у компьютеров была ниже. С перепродажи одного компьютера получалось заработать от 1000 до 3000 рублей. Кончилось это тем, что в итоге мы по газетке продавали до 10 компьютеров в неделю. Но потом ниша схлопнулась, так как компьютеры стали новые гораздо доступнее. Так как я решал проблему обеспечить доступными компьютерами народ – я научился покупать дешево и продавать дорого, а проблему нехватки компьютеров мне подсказала сама жизнь так как в подростковом возрасте многие мои ровесники мечтали о персональном компьютере.

Таким образом перепродавая компьютеры я выработал предпринимательское мышление.

Что я могу посоветовать читателям:

1) Продавайте. Продавайте всё что можете, не дарите зажигалку или сигарету, а продавайте, пусть за любую сумму, но продавайте!

2) Научитесь торговаться. Конечно, не стоит доводить до абсурда и торговаться в супермаркете, но если вы знаете что перед вами владелец торговой точки или человек принимающий решение, то поторгуйтесь.

3) Приучите себя к планированию. Лично я хожу в магазин с планом покупок и не покупаю лишнего. Так же я поступил при обстановке мебелью офиса, мы не купили даже лишнего стула, все было просчитано заранее и заранее были сверены цены у всех поставщиков.

4) Учитесь видеть проблемы, смотрите что ищут люди и чего им не хватает. Найдёте проблему, решите её и получите вознаграждение.

5) Научитесь, вести переговоры, вам важно понимать, что от вас хочет собеседник, и ваша цель получить от него максимум затратив минимум своих ресурсов.

6) Когда заключаете сделку (абсолютно любую, даже покапая булку хлеба в магазине) анализируйте что получили вы, что получил продавец, что получил производитель.

7) Анализируйте, кто и как производит товары и услуги, может быть банальный хлеб к вам возят за 250 км, возможно прибыль в очевидном.

Какие ресурсы есть у предпринимателя?

На самом деле ресурсы есть у всех, но так как книга про создание своего дела глава названа какие ресурсы есть у предпринимателя, и как ими распоряжаться.

У любого человека есть следующие ресурсы – время, здоровье, деньги, голова.

Эту и несколько последующих глав после я посвящу именно управлению ресурсами.

Время и здоровье два уникальных ресурса, если нет здоровья, то вообще ничего не надо! Болезнь это выход из зоны комфорта и ничем зону комфорта на болезнь не подвинуть! Согласитесь глупо считать болезнь нормальным состоянием организма!

Время второй уникальный ресурс, его уникальность в том, что оно конечно, и оно обменивается на три оставшихся ресурса. Чтобы было понятно – потратив время можно получить новые знания, а они в свою очередь помогут получить деньги, или можно пойти устроиться на работу ночным сторожем, или можно ходить в спортзал и укреплять здоровье.

В прошлой книге я предлагал измерять покупки не деньгами, а жизнью, например для обывателя квартира в ипотеку на 20 лет реально стоит 12 лет его жизни. Ценность защищённости – своё жильё, арендодатель не выгонит, стоит 12 лет жизни!

Но говоря про обмен времени на образование нельзя сказать всё однозначно, если с наёмными рабочими всё просто (например, я готовлю инженеров электриков, электриков в техникуме) потратив 4 года на образование они могут рассчитывать в среднем на вдвое большую оплату труда тут однозначно. Понятно, что окупаемость образования равна времени обучения, а трудового стажа у них будет лет 30, таким образом, окупаемость образования

измеряется в сотнях процентов. Очевидно, что для наёмного работника образование выгодная инвестиция.

Для предпринимателя всё несколько проще и сложнее одновременно, например я заплатил за семинар по общению с госорганами 1000 рублей, итогом этого стала экономия на штрафах примерно на 25 000 рублей! Окупаемость данного курса 2500 процентов только в настоящее время, а я ведь ещё продолжаю действовать на предпринимательском поприще…. И столкнусь с чиновниками не один десяток раз, таким образом, итоговая окупаемость получиться 10 000 – 50 000 - 200 000 процентов, а то и больше… и вложенная 1000 может сэкономить огромные суммы.

Даже взять в пример мой блог. Я не мог выйти в топ даже по низкоконкурентным запросам. Как не писал 30 позиции, а то и 160 – понятно, что таким образом посетителей не привлечь, но после покупки курса (да я сначала несколько пожалел, так как вроде бы очевидные вещи) и подгонки статей под релевантность ключевому запросу совершенно неожиданно для меня за два месяца я получил выход в топ 3 примерно десятка статей, правда, пока по низкочастотным запросам. Если бы я заплатил SEOшникам за продвижение, то денег бы я отдал больше, а трафик получил бы хуже, а так же не получил бы знания про то как работают поисковые роботы! Таким образом, вложенные 60 долларов сэкономили мне несколько больше и дали более долговременный результат.

Самой моей выгодной инвестицией в свою голову стала покупка за 30 (по моему) рублей книги в интернет магазине электронных книг. Книгой была «богатый папа-бедный папа». Купил я её случайно, так как мне надо было, что-то почитать по дороге (я как то не могу спать в транспорте), благодаря этой книге за год из денежного транжиры я стал давать деньги в долг и в целом начал более грамотно распоряжаться финансами. По моим прикидкам благодаря книге за 30 рублей я получил порядка 500 000 которые давал в долг в 2012-13 годах и которые в итоге стали 630 000 живыми деньгами и исполнительными на 350 000

рублей. Если посчитать окупаемость этой книги в процентах, то получаются умопомрачительные 2 100 000 процентов!

Самая главная фишка бизнес образования – возможно самообразование, нет самообразование возможно всегда, но если вы устраиваетесь работать на мифического дядю или на того хуже государственное предприятие с большой долей вероятности можно сказать что с дипломом об образовании вы можете рассчитывать на большую заработную плату. А просто со знаниями и без диплома вас могут отселить на этапе анализа резюме.

Я в настоящее время готовлю несколько платных курсов, эта книга будет его малой частью одного из них. За самый большой курс рабочее название которого - «Переплюнь себя» я планирую установить цену в 3000 рублей, но ценность этого курса будет просто огромна, сегодня одна регистрация ООО за услугу стоит 5000 рублей, благодаря моему курсу вы сможете сделать это бесплатно, так же в части курса про начало своего дела будут рассмотрены низкобюджетные способы рекламы, типовые договора, продажи, сам процесс организации бизнеса, перспективность различных направлений бизнеса но это только третья часть курса. Сам курс будет состоять из трёх частей первая - управляй личными финансами, вторая – открой своё дело, и третья – стань здоровее и стройнее. Естественно сам курс делается на основе собственного опыта. Т.е. я не буду продавать возможности, я буду продавать результат – как это сделал я! Так же я планирую два малых курса по меньшей цене, и они будут полезны всем и каждому. Один из них готов в настоящее время примерно на 30% и называется он **«Стань мастером интернет продаж за 72 часа».**

Таким образом, время и деньги обмениваются на знания.

Следующий ресурс это деньги. Я называю деньги – мерило благодарности, смотрите, оказывая человеку услуги или продавая товары мы решаем какие-то его проблемы, именно за решение проблемы человек платит деньги. Например, я не хочу ходить обросшим, я иду к парикмахеру и я плачу

ему за услугу, за то что меня обкромсали, я купил время специалиста и я заплатил ему за услугу так как он решил мою проблему. Или я хочу сделать дома кинотеатр, я покупаю проектор к компьютеру, экран, аудиосистему. Таким образом, я плачу куче людей – посредникам перекупщикам за доставку товара до меня, государству за разрешение ввоза, производителям – за производство их поставщикам за то что они поставили им ресурсы, изобретателю - собственнику патента…. Таким образом, купив эту аппаратуру я заплатил за труд многим людям и как бы купил их время, а они мне оказали услугу.

Даже платя налоги мы покупаем услуги государства – защиту, безопасность, социальные гарантии. Другое дело, что государство российское дерьмовенький поставщик и плохой партнёр, но каждый из нас волен поменять страну, пожалуйста, вас никто не держит.

Так же назначается плата за наши труды – мы работаем на мифического дядю – нам платят за наше время и за услуги, которые мы оказали дяде. Если вы самозанятый человек выплатите себе сами за то что кому то оказываете услуги, но самая хорошая форма получения доходов – пассивный доход, мерило благодарности за то что вы поработали когда-то. Естественно чтобы получать плату за работы и услуги необходимо иметь знания чтобы их производить и время чтобы их оказывать.

Самые плохие, на мой взгляд деньги – это компенсация за потерю здоровья. Есть люди, работающие в горячих цехах и на тяжёлых работах. Так как работа в таких условиях вредит здоровью их организм изнашивается быстрее, и за это им устанавливаются ранние пенсии и повышенные зарплаты, но как показала практика при смене собственника, новому собственнику не выгодно поддерживать старых сотрудников так как он не получает с них прибыли. Судиться практически бесполезно, так как государство платит пенсии и ему это не выгодно, соответственно чтобы не тратить здоровье и не быть на этом обманутым, лично я предлагаю радикальное решение – не идти туда

работать! Как работодатель будет решать проблему привлечения кадров – его личная проблема, пусть набирает мигрантов.

Деньги всегда должны быть в кэше, притом в достаточной для случайных сделок сумме, например, я иногда перекупаю машины, дело в том, что иногда людям срочно нужны деньги и в эти моменты продаётся имущество, ценность которого в десятки, раз превосходит цену, которую они за него просят. Или может возникнуть идея для бизнеса, который надо реализовать здесь и сейчас, наличие свободных для манёвра средств значительно повышает шансы на успех предприятия.

Таким образом, деньги являются мерилом благодарности и на них обмениваются другие ресурсы.

Следующий ресурс – здоровье.

Я являюсь человеком глубоко атеистическим и считаю, что наше тело служит только для поддержания мозга и соответственно гибель тела означает гибель мозга и конец сознания. Нету никакой души, даже если она и есть, то она не может воздействовать на окружающий мир, так как ей это тупо нечем делать (рук то нет). Именно поэтому важно следить за здоровьем, даже если у вас будут миллиарды долларов, но например если будет больная спина вы не сможете жить на всю катушку (например я несколько раз в год езжу на местный аэродром ДОСАФФ за 300 км и летаю с инструктором, стоит это довольно прилично по меркам многих, но оно того стоит, если бы у меня были прежние проблемы со спиной то полёты на таком самолёте наврятли бы доставляли мне удовольствие).

Здоровье зачастую можно купить за деньги! Например, у меня был знакомый с пересаженной частью печени, операция стоила кучу денег, и прожил он после неё пять лет. Он купил пять лет «жизни с болезнью» за довольно значительные деньги. А если бы он следил за здоровьем и употреблял меньше спиртного, возможно, он до сих пор пребывал бы в добром здравии.

Если у вас нет здоровья у вас нет ничего! Если что-то в организме работает неправильно и что-то болит, вам не комфортно. Если боли сильные (как у онкобольных на поздних стадиях), то начинают колоть наркотики – всё это конец сознанию! Именно поэтому меня поражают наркоманы – люди добровольно убивают своё сознание и своё будущее (хотя меня и в финансовом плане часто поражают людские глупости).

У меня есть знакомый с тяжёлой формой ДЦП. С одной стороны мне его жалко – человеку реально не повезло, но поражает сама его любовь к жизни и ответственность в борьбе с недугом, но с другой стороны я завидую его упорству – я не уверен, что смог бы также. Человек ежедневно проводит несколько часов в спортивном зале, чтобы просто иметь возможность нормально передвигаться. Большинству здоровых людей достаточно 20 минут в день, чтобы никогда не иметь проблем с физической формой. И 95 процентам людей достаточно двух визитов в год в больницу на плановый медосмотр чтобы до 60 лет не иметь серьёзных проблем со здоровьем. Часто ли мы это делаем? Я, например, только в прошлом году возобновил ежедневные тренировки, и первый раз за 6 лет сходил на плановый медицинский осмотр.

Господа я хочу, чтобы вы запомнили – поддерживать здоровье гораздо легче, чем его восстанавливать!

Последний ресурс – Время.

Как сказал Гектор Берлиоз – «время лучший учитель, но, к сожалению, оно убивает своих учеников». Время на самом деле уникальный ресурс. Это единственный ресурс, который вы не можете купить для себя. Вы можете купить время других людей для того чтобы они работали на вас, но вы при сегодняшнем уровне развития технологий не сможете купить своё время, нельзя вернуться на десять лет назад и исправить ошибки прошлого, нельзя купить себе ещё 20 лет молодости… нельзя повернуть время вспять. Единственное что можно – можно научиться рационально (на моём блоге есть статья про тайм

менеджмент), использовать время и максимально выгодно обменивать его на другие ресурсы.

Конечно, в масштабах абзаца всю статью я пересказать не смогу, но попробую выделить тезисы:

- Спите мало, взрослому человеку вполне хватает 6-7 часов, иначе вы проспите всю жизнь.

- Не откладывайте на завтра то, что надо было сделать вчера. Лично я упёрся в то, что откладываешь дела, откладываешь, потом их копиться столько, что успеть их можно за день при плотном графике, но случается какой-то аврал, что-то важное и график разъезжается. В итоге и без того отложные дела могут не сделаться уже никогда, а контракты могут быть не заключены. Но всё было бы иначе, если бы я не тянул с этим и не откладывал дела.

- В первой половине дня делайте самые важные дела. Привычка откладывать на потом, после обеда в итоге может дорого стоить. Так как можно просто не успеть закончить далее до вечера в итоге они или сорвутся, или будут перенесены на следующий день.

Больше ничего про время я вам сказать не могу, так как философом я не являюсь.

После прочтения этой главы я хотел бы, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Здоровье и время два главных ресурса.

2) Время единственный ресурс, который нельзя купить.

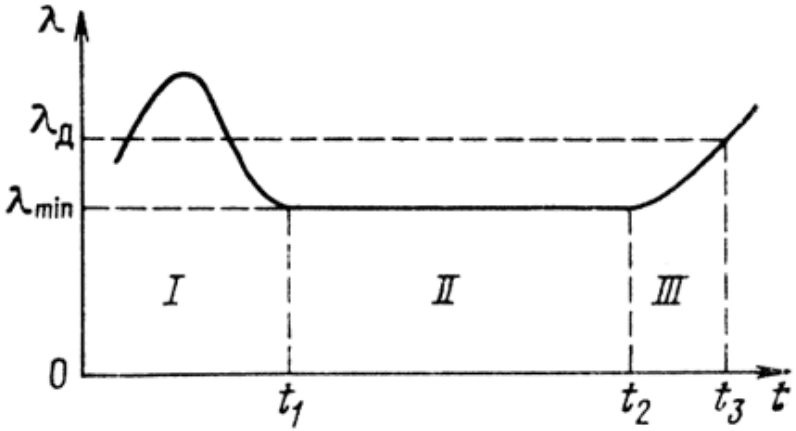
3) Время обменивается на любы другие ресурсы.

4) За любой ресурс надо платить другими ресурсами и главное временем.

Почему важно следить за здоровьем?

В начале главы про слежку за здоровьем небольшое лирическое отступление. Дело в том, что одной из читаемых мной дисциплин является теория надёжности. Это довольно занятная дисциплина, хотя изначально она разработана была для расчета, сколько проработают первые ламповые вычислительные машины. Считалось, что они вообще не будут работать, так как в них много компонентов, но в итоге было доказано, что они заработают и они заработали. Но интересна нам эта теория с точки зрения её уникальности и применимости для абсолютно любого технического и биологического объекта, конкретно её мы будем рассматривать для предсказания продолжительности жизни человека.

Давайте разбираться на практике. На графике ниже показан основной график теории надёжности – график жизненного цикла изделий. У него есть три принципиально значимых этапа – первый этап (левая часть графика) приработка (давайте проведём аналогию с автомобилем не прошедшим обкатку – он сыплется и ломается, ровно как и маленький ребёнок часто болеет так как иммунитет ещё не научился бороться с болезнями), второй этап – нормальная работа, данный этап интересен тем что число отказов примерно постоянно (опять таки аналогия с автомобилями – нормальная работа 1-6 лет пока всё не износилось, для людей это возраст от 16 до 45-50 лет, пока иммунитет хороший человек болеет редко, а критические отказы крайне редки, большинство больных просто умерли на этапе приработки), и последний третий период – старение и отказ (на данном этапе происходит износ основных узлов, отказы случаются всё чаще и отказы всё сложнее, для человека это так же справедливо – ослабевает иммунитет, обостряются хронические заболевания, случаются внезапные отказы, смертность на 1000 возрастает).



Я думаю, что я вас убедил, что человек так же подчиняется теории надёжности как и машина. Никаких отличий нет! Далее интенсивность отказов зависит от коэффициента нагрузки, тот, кто работает во вредных и в тяжёлых условиях, как правило, живёт меньше тех, кто не напрягается! Ну, или для примера взять два одинаковых автомобиля и один будет ездить пустым, а вторым будем возить кирпичи – какой откажет раньше?

Или давайте возьмём двух человек, одного ежедневно выпивающего по пол-литра водки, а второго неспешно бегающего по лесу по полчаса. У кого откажет печень от цирроза? Нет, есть вероятность, что у лесного бегуна, но исключения только подтверждают правила, если здоровье даст сбой у лесного бегуна это всего - лишь скажет о том что он изначально был бракованным, например, у него были плохие гены или в детстве он переболел гепатитом.

Или ещё момент – бывает так, что что-то отказало – например, в машине сносились резинки рычагов подвески, и если их не поменять вовремя придётся поменять ещё рычаги, ну или у человека загноился зуб и если его не вылечить сразу, то это может кончиться заражением крови!

Ещё в середине 2013 года я считал, что деньги главное и даже писал про это на страницах своего блога, на праздновании 25 лет я сказал родственникам, что у меня много здоровья, и я с радостью поделюсь с ними! И что вы думаете – в ноябре 2013 года я месяц пролежал лёжкой и врачи ничего не могли сделать, а всё начиналось с того что я две недели в октябре ходил и покашливал. Благо я был не совсем беспомощным, но реально из-за того что я не следил за здоровьем я потерял кучу времени на лечение и так как в главе про ресурсы предпринимателя я писал что время мерило денег – я потерял деньги. Если вы не можете работать из-за болезни, от вас уходят сделки, вы не можете жить полной жизнью, и во время болезни вероятность критического отказа выше!

Самое главное – когда у вас всё болит – вас не интересуют деньги, вам вообще ничего не надо, вам необходимо вернуться в зону комфорта, когда ничего не болит и всё прекрасно! Кстати именно поэтому, сначала надо заботиться о себе, а если у вас всё прекрасно вы неизбежно сделаете, хорошо, и близким людям (если конечно вы не идиоты).

Для кого-то главным мотиватором в слежении за здоровьем опять-таки будут деньги. Профессиональная медицинская помощь стоит очень дорого, качественную медицинскую услугу, особенно в провинциальных городах получить практически невозможно. С экономической точки зрения здоровье проще и дешевле поддерживать, чем восстанавливать.

В завершение главы я хотел бы сказать, что большинство предпринимателей из моего круга общения атеисты, в смысле они понимают, что после смерти никакая душа никуда не полетит, просто выключат лампочку и вставят затычки в уши! Этакий сон без снов! Само тело бесполезно, нам оно нужно для поддержания сознания и для взаимодействия с окружающим миром... Кстати если бы именно это преподавали во всём мире (а не религией и вечной жизнью засирали мозги), то не было бы никаких террористов смертников и само общество жило бы здоровее. Лично для меня богом является совесть.… Я понимаю, что если я сам стану лучше, и буду поступать честно по совести, то я

смогу сделать лучше мир – пусть немного, но лучше…. тут не так важен результат как важно направление….

По прочтении этой главы я хотел бы, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Важно регулярно следить за здоровьем, кто не следит за здоровьем, тот долго не живёт…

2) Тот, кто своевременно не решает проблемы со здоровьем неизбежно попадает на более крутые проблемы.

3) Если у вас нет здоровья, то вам просто не до предпринимательства… сложно думать про сделки с больным зубом.

4) Чем выше нагрузка на организм, тем больше отказов.

Тайм менеджмент – управление временем, или расходуем ценнейший ресурс с умом.

Однажды мне задали вопрос — «как ты всё успеваешь?».

Отвечаю на страницах этой книги — это не сложно когда владеешь такой штукой как тайм менеджмент (искусство управления временем).

В качестве картинки к главе я выбрал картину Павла Кучинского по той причине что время у всех нас ограничено, и если мы его не будем беречь мы просто проживём жизнь зря.

В интернете полно информации на тему управления временем, но лично я напишу про то, чем пользуюсь сам!

Заставьте себя или рано вставать или поздно ложиться (зависит от того сова вы или жаворонок, я например сова — спать ложусь в среднем в 1-2 часа и встаю в 8, таким образом я сплю 6-7 часов (этого вполне достаточно для организма). Многие жалуются что не могут уснуть — так вот всё это глупости, вы просто не устаёте. Если человек устаёт то он быстро засыпает, я обычно только ложу голову на подушку мозг сам выключается, и ещё — встаю я без будильника (было, время что я не мог это делать, но как то сам приспособился вставать в нужное время (промашка обычно несколько минут, но она не критична так как работать сервисный центр начинает в 10! таким образом, у меня есть 2 часа до начала работы.

Почему я говорю спите мало — если спать много проспишь всю жизнь, Наполеон спал по 4 часа и ему хватало.

Возможно кому то интересно как быть жаворонкам — ответ вставать рано и ложиться рано. Взять моего отца — спать он ложиться около 9-10 а встаёт обычно в 5 часов и потом пол дня ворчит на тему того что все спят (но он 25 лет отработал в пожарной охране и спать может в любое время так что это не показатель) — замете он так же спит 7 часов.

Первый совет в тайм менеджменте — спите мало, а то и всю жизнь проспите.

Следующий совет - ограничивайте себе время на выполнение задачи. Как показала практика, человек будет выполнять задачу ровно столько времени, сколько он на неё выделит. Таким образом, если вы выделите себе на

выполнения дела конкретное время и при том оно будет больше, то большую часть времени вы проведёте впустую (но не доводите до абсурда).

Кто был студентом знает, что на написание курсовой даётся полгода, но реально она пишется в последние два дня, а то и вообще откладывается в долги и про неё забывают до того момента когда несдача начинает грозить отчислением.

В случае с институтом — отчисление главный мотиватор, и реально курсовой проект делается за два дня. Отсюда вопрос — если курсовой реально сделать за два дня — почему бы его не сделать за два дня, но сразу...

Как большинство людей управляет своим временем? Они откладывают до последнего выполнение работы.

Есть старая русская поговорка — «сделал дело — гуляй смело!». Но почему-то люди упорно откладывают на послезавтра, то, что нужно было сделать вчера!

Я на первом году работы фирмы точно так же относился к своему времени: «а эта бумага до завтра подождёт, а к этим можно через 3 дня съездить», но потом я упёрся в такую шутку например — написал план на день (при том день распланировал по тайм менеджменту) сначала очень важные дела, потом не очень, но дел уже много они занимают весь день, и часть из них можно было сделать несколько дней назад и случается п...ец надо что-то сделать срочно и сейчас (как говорит мой бухгалтер — мне всрочняк надо , всем понятно про что речь, надо только букву исправить). В итоге план на день рухнул, а дела, которые можно было сделать неделю назад не сделаны, и люди недовольны, а то и заказы сорвались.

В первой книге я рассматривал вопрос про то что всё имеет смысл оценивать в деньгах (глава сколько стоит жизнь) и в итоге я упёрся в то что не приехав вечером к клиенту я могу его на следующий день потерять, не подписав вовремя контракт я могу никогда его не подписать, тогда я изменил своё

отношение к времени, я начал стараться решать проблему в момент её поступления, и дела делать сразу, времени в итоге я трачу столько же, а вот аврал практически не случается.

Как приучить себя делать дела сразу — дайте себе обещание если вы не успеете сделать какое то дело из за того что сами откладывали его в прошлом, например проткнуть себе руку иголкой (это очень болезненно но если обработать иглу и место прокола спиртом, а в последствии зелёнкой, то почти безопасно) страшного с вами ничего не случиться но вот после того как вы несколько раз всадите иголку в руку, поверьте желание отложить дело на потом не возникнет — вработается рефлекс — не сделал вовремя испытал боль!

Этот метод гораздо эффективнее чем метод бизнес молодости — разбить телефон или заплатить денег. Выгоднее по следующим причинам — тупо дешевле, и гораздо надёжнее — боль — физический контроль, а вот то, что предлагают в бизнес молодости это товарный и финансовый контроль (подробно методы контроля разобраны у меня в книге). Конечно, мой метод не надо доводить до безумства (например, бить молотком по руке или колоть иголкой при несвёртываемости крови, но боль гораздо эффективнее разбитого телефона).

Третий свет по тайм менеджменту — планируйте день. Прежде чем вы узнаете как планировать день я бы хотел чтобы вы прочитали анекдот:

Профессор философии, на лекции когда начинаются занятия, берет большую, пустую стеклянную банку, и заполняет ее большими камнями.

Затем спрашивает:

— Банка была полна?

— Да! — соглашаются студенты.

Тогда профессор достает коробку с маленькой галькой и высыпает ее в эту же банку. Он слегка поболтал банку и галька, конечно, заполнила открытые области между камнями.

Он снова спросил студентов:

— Банка полна?

Они рассмеялись и согласились, что банка полная.

Тогда, профессор достает коробку песка и высыпает ее в банку . Естественно, песок, заполняет все остальное пространство.

— Теперь, — сказал профессор, — я хочу, чтобы вы поняли, что это — ваша жизнь. Камни — важные вещи — ваша семья, ваши друзья, ваше здоровье, ваши дети. Если бы все остальное было потеряно, и только они остались, ваша жизнь была бы все еще полна. Галька — другие вещи, которые имеют значение подобно вашей работе, вашему дому, вашему автомобилю.

Песок — все остальное, это просто мелочи жизни. Если вы, сначала, насыплете песок в банку, то не будет места для гальки и камней. Тот же самое и в жизни. Если вы тратите все ваше время и энергию на мелочи, у вас никогда не будет места для вещей, которые являются важными для Вас.

Обратите внимание на вещи, которые являются критическими к вашему счастью.

Заботьтесь, сначала о камнях, это действительно имеет значение. Установите ваши приоритеты.

Остальное — только песок.

Ну и в завершение профессор вливает в эту банку две банки пива и на удивление аудитории поясняет – этим я хотел показать, что в вашей жизни всегда найдётся место для пары банок пива.

На самом деле это жизненный анекдот, есть важные дела — камни, есть не очень — песок, и есть пара банок пива.

Таким образом, день надо планировать так чтобы все важные дела делались в самом начале.

В идеале до обеда, а на более позднее время можно оставить песок, ну и пару банок пива...

Нельзя распыляться на мелочи пока не сделаны крупные дела концентрируйтесь на основных задачах и не переключайтесь на мелочи пока вы не закончили крупное дело!

Таким образом никакого секрета в искусстве управлять временем (тайм менеджменте) нет! Вы будите всё успевать если будете следовать трём простым правилам

1) Спите мало (человеку после 20 лет чтобы высыпаться хватает всего 7 часов. Отдохнёте когда разобьют лампочку и отключится звук)

2) Прекратите откладывать дела на завтра, послезавтра и вообще говорить что вы устали. Устал тот, кто вагон разгрузил, а вы стонете и жалеете себя (особенно это касается офисных хомячков и начальников в креслах).

3) Планируйте свой день, притом важные дела должны быть первыми...

Конечно следование моим советам не даст вам 100 процентную гарантию что вы успеете всё и везде, но шансы того что вы что то не успеете или что вас перегрузят отложенные проблемы в этом случае минимальны.

Как управлять деньгами?

Для многих это больная тема. Давайте разделим эту главу на две части – как управлять личными финансами и как управлять деньгами своего предприятия. Если честно на моём блоге есть раздел финансовая грамотность, именно по его материалам и написана эта глава.

Я наблюдаю за многими своими знакомыми – чем больше они начинают зарабатывать денег, тем глубже они залезают в долги. Иногда меня забавляет наблюдать, как они начинают себя вести лишаясь доходов, нет дело даже не в моей жестокости или чёрствости, просто я постоянно повторяю всем – не лезьте в долги. Ваши доходы будут расти в течении жизни до определенного момента быстрее инфляции, а потом по окончании карьерного роста они начнут индексироваться примерно вместе с инфляцией(при условии что вы работайте по найму и не создаёте источники пассивного дохода). Фишка в том что пока у человека растут доходы он «уверен в завтрашнем дне», он покупает в кредит машину, квартиру, дачу, крутую технику, всё это делается для того чтобы быть как все и не отставать.

Дело в том, что со временем это становится стилем жизни и человек уже не может по-другому, помните предновогодний ролик – «спокойно, купил сейчас, а за год отбегаю». Вот он шаблон жизни. Просто бывает, наступает такой момент, что доходы исчезают (зарплату не дали, фирма разорилась, у банка отозвали лицензию), а долги они никуда не деваются. Долги остаются…. И вот тут-то большинство людей попадают в не самую приятную ситуацию, они начинают врать, хитрить, бегать от кредиторов и тем самым на это тратят ещё больше ресурсов, хотя в 90 процентах случаях с кредитором можно договориться на отсрочки оплат если просто сказать ему правду.

В принципе я не имею ничего против долгов (хотя сам я стараюсь их избегать и это мне сильно мешает), но пользоваться долгами надо очень

аккуратно, важно отличать хороший долг от плохого. Если написать предельно просто – хороший долг ложит деньги в ваш карман, плохой достаёт.

Занятно правда – долг может делать вас богаче!

Пример плохого долга – потребительский кредит на телевизор, который вы купили, чтобы не отставать от друга, у которого такой же, но малость меньше диагональ. Пример хорошего долга - кредит на машину по ставке ниже ставки рефинансирования (льготное автокредитование для поддержки производителя). При этом, застрахованную, машину вы сдаёте в такси за 1200р в день, из этих денег платите, кредит и немного оставляете себе. Через год продаёте этот автомобиль с дисконтом 30 процентов и скрученным пробегом по рыночной цене, выплачиваете кредит и остаётесь в плюсе на весьма интересную сумму. ☺

Ещё пример хорошего долга – покупка недвижимости под сдачу. Я понимаю, что мы живём в России и покупка квартиры в ипотеку под сдачу в наём это глупость, но например гараж мне даёт 5000 рублей в месяц, правда он оборудован под покраску и сдаётся с оборудованием, стоимость такого гаража без учёта моей работы около 160 000 рублей. Я не брал кредита на его покупку, но многие ли из вас могут получать 5000 в месяц, вложив всего 160 000 рублей. Гараж полностью окупился за 2,5 года и теперь приносит прибыль. Вот вам пример пассивного дохода купленного на заработанные деньги, даёт он больше 30% годовых, ПИФЫ, банковские вклады и дивидендные акции отдыхают.

Беда абсолютного большинства людей в том, что они перегружены плохими долгами.

Долги это сегодняшние реалии, но минимизировать их размеры можно, если просто начать грамотно распоряжаться имеющимися деньгами. Лично я после того как начал планировать покупки, перестал тратить деньги на всякие мелочи (типа пары мелочей у кассы на выходе из магазина) и отказался от алкоголя. Высвободил 30 % от своих средств. Треть моих расходов уходила в

пустоту. И я ведь не блондинка, ходящая по магазинам, я думал, что я грамотно распоряжаюсь деньгами.

Теперь поговорим про деньги вашего предприятия. Вы так же будете управлять ими. В целом при обращении с деньгами предприятия действуют те же принципы что и с личными финансами (фирма то будет или есть ваша и деньги фирмы отчасти и ваши деньги). Только при обращении с деньгами фирмы появляется важное отличие – оборотные средства, это те деньги, при помощи которых происходит извлечение прибыли. Если, например мы торгуем носками и купили партию за 10 000 рублей и продали за 15 000, вроде как 5000 наша прибыль и её можно проесть, 10 000 оборотные средства, но подлая инфляция съедает ежедневно часть стоимости денег, плюс поставщики меняют цены, плюс фирма может расти. И тут возможны два пути – или повышение скорости оборачиваемости (сложно и не всегда возможно) или повышение суммы в обороте. Важно, что средства в обороте должны расти быстрее инфляции и быстрее фирмы, иначе вы рискуете поиметь финансовые проблемы при резком росте предприятия. Доставать деньги из оборота не стоит.

И ещё момент – развивая свою фирму вы развиваете актив, если вы будите всё делать правильно то в итоге фирма будет содержать вас, так вот каждый лишний вытащенный из фирмы рубль может служить потерей тысяч, а то и миллионов в последствии.

Смотрите – достали из оборота, например 500 000 на празднование свадьбы (это не сложно и многие реально работающие фирмы могут себе это позволить), но сразу после этого приходит заказ на поставку партии товара, крупную поставку, и как на зло не хватает оборотных средств на закуп товара. Прокредитоваться да решение, но оно потребует времени на сбор документов, а за это время клиент может уйти, или кредит не одобрят! Таким образом, следует три раза думать, прежде чем доставать деньги из оборота.

Ну и для наглядного доказательства убытков от раннего доставания средств из фирмы давайте рассмотрим понятные всем банковские кредиты.

Предположим, вы откладывайте по 100 000 рублей в год в банк. Если вы будите делать это десять лет и годовая ставка по вкладу будет 10 процентов, то за двадцать лет там соберётся сумма 5 727 500. А что если начать откладывать на год позже, каковы потери? Готов поспорить, что 90 процентов читателей сказали - 110 000 рублей, ага сейчас - же, а вы не последний год отнимайте, а первый! Я специально подбил такой отрезок и использовал сложные проценты, чтобы показать экспоненциальный рост. Таким образом, разовое доставание 100 000 рублей с вклада за 20 лет вылилось в потерю полумиллиона рублей, в случае с фирмой это всё происходит гораздо быстрее.

Прочитав эту главу я хотел бы, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Деньги любят счёт, не тратте деньги на всякие мелочи
2) Отличайте хороший долг от плохого, не накапливайте долги, обращайтесь с долгами аккуратно
3) Не доставайте преждевременно деньги из оборота вашей фирмы, необдуманно достанный рубль при стечении обстоятельств может лишить вас впоследствии огромных сумм.
4) Планируйте покупки как личные, так и вашего предприятия. Планирование покупок позволяет в итоге сэкономить немало средств.

Как развивать в себе качества лидера? Как стать лидером команды - успешным предпринимателем.

Парадоксально, но лучше всего лидерские качества развивает наимерзейшее проявление человеческой сущности - война. Насколько уверенным в себе человеком нужно быть чтобы поднять цепь в атаку! Но нужно иметь ещё более сильные лидерские качества для того чтобы отправлять солдат на смерть самому при этом находясь в относительной безопасности.

К счастью не только на войне можно стать лидером. Для этого не надо посылать людей на смерть. Надо просто отличаться от других. В сущности лидером стать не трудно если заставлять себя делать то что другие не хотят и интересоваться тем чем другие не интересуются.

Посмотрите вокруг – общество отчаянно нуждается в лидерах. В качестве очевидного всем примера предлагаю рассмотреть ту мразоту которая сегодня пролезла во власть! Я почти на 100 процентов уверен, что все они просто делали то, что не хотели делать другие люди, а именно брали на себя ответственность или подлизывали власть имущим (что лично я вас ни в коем случае делать не призываю, так как сохранить доброе и честное имя стоит намного дороже, чем получить должность).

Не так давно я ознакомился с замечательной книгой Малькома Гладуэла – «Гении и аутсайдеры». Автор написал много интересных фактов, но в контексте этой главы нам следует рассмотреть только, то, что люди из бедных сословий довольно пассивны и не любят брать инициативу, тут видимо сказывается тот факт, что им важно, что подумают другие и из-за страха неудачи они отказываются от лидерства. Представители же состоятельных сословий напротив проявляют инициативу и всячески интересуются тем, что происходит вокруг них.

Сразу лидером стать не получиться. В лидера необходимо вырасти. Гладуэл утверждает что необходимо посвятить 10 000 часов тому чтобы стать

профессионалом. Мне понравился данный автор так как мне близки его идеи. Он утверждает, что не надо изначально обладать какими то экстраординарными способностями, надо просто задаться целью и постепенно, посредством долгих тренировок вы достигните цели.

Упёртость и усидчивость - вот залог успеха, ну а для очень большого успеха нужен ещё случай… Ещё раз подчеркну – случай нужен ни для успеха, а для очень большого успеха. Очень большой успех это как у Рокфеллера, Гейтса, Джобса, Цукерберга, Ротшильда. Случаем у них было – родиться в нужное время, и/или познакомиться с нужными людьми, и/или получить доступ к нужным им ресурсам. После они тратили значительное время на работу над собой и достигали результата.

Простой успех - это взятый упорством результат. Примеров просто успешных людей полно, поищите успешных предпринимателей там, где вы живёте и вы найдёте десятки таких примеров.

Если вы не знаете ваших успешных традиционных предпринимателей добро пожаловать ко мне на блог, можете считать, что вы знакомы со мной. Если у вас есть ко мне деловое предложение – я открыт для сотрудничества, вы можете даже стать моим партнёром, а со временем даже участником команды, правда я пока не представляю как можно стать дистанционным участником команды. На блоге я рассказываю про свою предпринимательскую деятельность и делюсь с читателями своим опытом. Нельзя сказать, что я супер успешный предприниматель, но вокруг меня есть небольшая команда и вместе мы делаем общее дело. Фишка в том в том, что у меня к этому и способностей особенно не было. Я всего добивался упорством, если вы читали сначала эту книгу то, думаю, помните, что первая фирма нами открывалась с долгов и с полным отсутствием опыта.

В ходе своей предпринимательской деятельности я понял, что главное в деятельности команды это Миссия – то к чему мы стремимся. После этого следует сама команда и её здоровая совместная работа. И на последнем месте

стоит человек и его личные интересы. Задача лидера – обеспечить выполнение миссии, для этого он должен организовать работу команды, и если при этом он сможет учесть интересы каждого индивида это просто прекрасно. Но всем угодить нельзя, поэтому часто приходиться выбирать между целью, командой и индивидом, в этом случае надо выбирать цель, иначе команда лишается смысла, в итоге она распадается. Если во главу списка – цель-команда-человек, ставить человека, то в итоге цель достигнуть будет невозможно, так как у каждого человека свои интересы и потребности, а всем угодить, и тем более всем потакать, нельзя.

Если вам лень искать традиционных оффлайн предпринимателей или если вам не нравиться мой пример, то я предлагаю посмотреть на известного блоггера который не скрывает свои доходы. Мне нравиться пример успешного инфобизнесмена – Александра Борисова (блог isif-life.ru). Парень изначально не имел способностей к блоггингу (по его собственному рассказу о себе). Взял высококонкурентную тематику - SEO продвижение сайтов и за четыре года заработал на этом столько сколько большинство зарабатывает за жизнь (я не люблю считать чужие деньги, но если он пишет о себе правду, то он за два года заработал только в инфобизнесе 5 000 000, а ещё у него с рекламы неплохой доход должен быть). Вот типичный пример упёртого человека – Не имея способностей сел, изучил и сделал – мужик! Но мало того что он успешный инфобизнесмен – наблюдаю за его подписчиками и его предприятием – вокруг него сформировалась команда единомышленников – вот вам пример человека выросшего в лидера!

Для того чтобы на практике развивать качества лидера вы можете например организовать встречу детей с немногими оставшимися ветеранами - старикам приятно и дети послушают про великое прошлое. Организовав такую встречу, вы приобретаете новые лидерские навыки. Даже если никто из окружающих не разделит вашу идею, вы научитесь чему-то важному. Вы пробудите талант лидера, спящий внутри вас.

Успешно организовав встречу, вы сможете с легкостью выполнить, что-то большее, что так же будет развивать качества лидера-организатора, причем сделать это более успешно и, конечно же, получив еще больший опыт в области лидерства. Если вы не будете развивать навыки лидерства, вы можете так никогда и не создать успешный бизнес, и вы никогда не поучаствуете в самой денежной игре на свете.

Я знаком со многими умными и очень умными людьми, не зря же я работаю в вузе. У людей есть десятки потрясающих идей в области бизнеса, но у них просто нет лидерских навыков, необходимых для создания команды и для того, чтобы заставить эту команду превратить идеи в живые деньги. В бизнесе ключ к успеху, процветанию и большим деньгам — это лидерство. Причина этого, на мой взгляд, в том, что только лидер может превратить отдельных индивидуумов, с разными возможностями и потребностями, в команду.

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Лидерами не рождаются, в лидеров вырастают.
2) Необходимо приложить значительные усилия и долго тренироваться, так как без тренировок не получиться успешно организовывать людей в команду.
3) Для лидера главная задача организовать работу команды с целью выполнения миссии.
4) Если вы не разовьёте в себе качества лидера вы никогда не станните успешным предпринимателем.

Как заставить себя, что-то делать?

Довольно интересная тема, я не включал бы данную главу в книгу если бы не получил такой вопрос в комментариях к одной из записей на блоге.

Данная глава, по сути, должна повторить большую часть статьи про мотивацию для бизнеса на моём блоге.

Мотивация и самомотивация вот залог успеха в любом деле. Если вы не понимаете, зачем вы делаете какое либо дело то с большой долей вероятности вы так его никогда и не закончите.

Для большинства людей мотиватором являются деньги, а некоторым нужна ещё и власть. Удовольствие от работы – сомнительный мотиватор при общем низком уровне дохода, так как если человеку нечего есть, то, как бы он удовлетворён работой не был, он будет искать другую работу или другие источники дохода. Но если уровень дохода человека выше определённой планки и он не нуждается в работе за деньги, то тогда человек может и должен работать в удовольствие. Давайте договоримся, что большинство людей работающих по найму работают за деньги.

Иначе обстоит дело с людьми типа меня - предпринимателями. Предприниматели это прорабы бизнеса…. У них всё несколько проще и одновременно сложнее. Они несут гораздо большие расходы в сравнении с наёмными работниками им надо извлекать достаточно прибыли чтобы заплатить аренду, зарплату налоги и т.д. и т.п., а сами они платят себе после того как заплатят всем. Но они своей работой строят фирму, которая в итоге может принести им столько сколько они в жизнь не заработали, бы ходя на любую высокооплачиваемую работу. Очевидно что если предприниматель будет плохо работать то он не получит ни актива – фирмы, и не сможет заплатить сотрудникам.

Лично меня мотивируют две вещи – моё видение светлого будущего и ответственность перед людьми. Я знаю, что если я е вижу светлого и

прекрасного будущего, у меня просто нет смысла что-либо делать – достаточно сохранять то, что есть, но так как я не доволен тем, что имею сейчас, я хочу больше… соответственно это для меня главный мотиватор к действию. Если я не вижу своё светлое будущее, соответственно меня устраивает серое настоящее, и мне просто нет смысла что-либо делать, изменяться, становится лучше.

Ну и второй мотиватор это ответственность перед людьми. Если мы команда, мы делаем общее дело и цель должна быть превыше всего. Если я не могу организовать работу команды для достижения определённой цели, то от меня никакого смысла и я «пятое колесо телеги». Лучшим способом показать людям как надо работать является личный пример. Я понимаю, что не всегда возможно показать личным примером как делать что то определённое. Но от лидера должна исходить энергетика он постоянно должен что то делать и если он не может что то сделать сам, он должен найти того кто сможет и в случае чего поменять команду…. Если я не показываю пример как достигать цель то какой же я руководитель и вообще зачем я нужен?

Прочитав эту главу я хотел чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Необходимо понимать, зачем вы предпринимаете какие – либо действия. Т.е. что вы в итоге получите.
2) Ответственность перед людьми – что скажут и что подумают зачастую мотивирует лучше чем потеря денег.
3) Надо верить в то что получиться и представлять что получиться из действий – так они обретают смысл.

Как правильно ставить цели и достигать их?

Кратко эту главу можно сформулировать лозунгом центра охраны дикой природы - «Мысли глобально, действуй локально». Да господа это лозунг экологов, бизнес молодость тут совершенно не причём, если не верите, мне забейте этот лозунг в гугл или яндекс и добавьте к нему + автор, если, хорошо поискать, то я нашёл его использование первый раз в 2003 году (до БМ ещё как минимум 6 лет).

Самое важное в постановке цели поставить её так чтобы её реализация целиком и полностью зависела от вас. Дело в том, что если для достижения поставленной цели вам нужны другие люди и вы не достигните цели, то у вас появится соблазн при «разборе полётов» свалить всю ответственность на тех, кто должен был помочь, но не помог. Наедятся можно только на себя!

Цели надо записывать – это обязательно, я считаю, что лучше записывать на бумаге, но так как у меня, например, много разной бумаги (никакие органайзеры не помогают), я написал себе список целей с картинками на рабочий стол и поставил их в авторотацию.

Как сформулировать цели? Тут тоже всё просто, в формулировках не должно быть нытья и частицы НЕ (она не улавливается подсознанием). Примеры правильных целей – «быть богатым», «быть стройным», «быть трезвым». Примеры неправильной постановки целей — «избежать нищеты», «избавиться от лишнего веса», «не пить». Слова похожи, а формулировки разные.

В сформулированных целях должна быть конкретика – например «выучить китайский» - цель дрянь… Можно двести слов выучить, можно все 80 000 иероглифов…. Цель должна стоять так – «свободно говорить по-китайски» или «читать без словаря по-китайски». Если вы не сформулируете цель четко, то вы не будете понимать что вам необходимо для достижения цели.

И последняя рекомендация в формулировке цели – цель желательно формулировать в терминах результата, а не процесса. Т.е. «я сделаю 1000 посетителей на блог в день», «я буду работать над посещаемостью блога».

Сейчас мы в плотную подошли к лозунгу из первого абзаца. Можно поставить цели «зарабатывать миллион рублей в месяц». Да это вполне реально но вот проблема.. если вы зарабатывайте 20 000 ну не получиться у вас сразу заработать миллион… но последовательно в несколько планок к этому результату можно придти… не сразу не нахрапом, а последовательно, в несколько промежуточных целей. Т.е. вам надо поставить глобальную цель, разбить её на локальные цели и достигая локальных целей в итоге достигнуть и глобальной цели. Притом каждая достигнутая локальная цель заряжает вас энергией на новые действия.

При постановке глобальной цели без промежуточных целей вы надорвётесь и в итоге получите депрессию и убитую самооценку – оно вам надо?

Лично у меня большая проблема с целями, я достигаю локальные цели (краткосрочные) за счёт упорства и нахрапа, но вот глобально я часто сливаю, так как распыляюсь и заношусь)…. Если серьезно, то локальные цели надо ставить реальными и достижимыми за разумное время (например, опубликовать книгу), а глобальная цель должна стоять на несколько лет вперед и быть труднодосягаемой, но каждая из локальных целей должна вести вас к глобальной цели (вот этого мне зачастую не достаёт – но я не идеален).

Как сказал один из западных авторов – лучше целиться в миллион и промазать, чем целиться в 20 000 и попасть…

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Цели надо записывать и визуализировать.
2) Глобальную цель следует разбивать на подцели.

3) Следует избегать частицы не в формулировке целей
4) Цель следует формулировать в терминах результата, а не процесса.

Раздел 2. Как организовать работу своего предприятия.

Как выбрать направление деятельности?

В этой главе мы поговорим про то как выбрать направление деятельности вашего будущего предприятия. Это не так сложно как кажется. В принципе вы можете выбрать абсолютно любую нишу.

Многие начинающие предприниматели бояться конкуренции и выбирают окраинные малодоходные и малоконкурентные ниши. С одной стороны это правильно, если начинающий предприниматель непризнанный гений и его предприятие «взлетит» (когда Форд в гараже собирал телеги с мотором, на него смотрели как на идиота), но путь к успеху это честность с собой, и давайте признаемся таких гениев 1 из 1000 и вы к их числу не относитесь и я к их числу не отношусь.

Я бы выбрал нишу по двум критериям первое и самое главное – востребованности, примеры востребованных ниш я приводил в прошлой книге, но повторюсь. На мой взгляд, это околоавтомобильный бизнес (ремонт и сервис, так как дроздовозок сегодня развелось, как грязи, а 30 процентов водителей даже не знают, как поменять масло), энергетический бизнес (производство, преобразование энергии, а так же энергоаудит и энергосбережение), инфобизнес и его инфраструктура (в интернет идёт огромное количество людей, и они надеются тут заработать – научите их и пока ещё интернет растёт), вода-пища-одежда (это всегда востребовано пока будут люди) и конечно же бизнес для бизнеса (так как не нужна упаковка и средний чек выше)

Второй критерий – предположим вы компетентны в какой то области (или у вас уже есть бизнес) – так развивайте эту область. Я знаю парня, который открыл мастерскую по ремонту сотовых, посадил приёмщицу, а сам начал чинить их дома, но потом купил гараж (типа под мастерскую), построил на нём второй этаж и сделал службу такси и как вы догадались, слил, потому - что такси это не область его компетенции, а вот сотовые чинить – это было его.

Если вы разбираетесь в чём-то, то и пытайтесь сделать бизнес в этой области, чтобы изучить что-то новое до уровня специалиста вам потребуется 10 000 часов (3 года по 8 часов). Вам будет сложно строить предприятие, если вы не понимаете что оно делает, вы просто не сможете представить его будущую модель, так как не знаете процесса, который делает деньги.

Зачастую у нас бывает так – услышали, что, например в инфобизнесе много денег, перепрофилируются и сливают так как нет опыта и компетентности, по уму надо сменить поднишу например, был у нас бизнес по клинингу и убирали мы квартиры, а начинаем убирать торговый центр и становимся бизнесом для бизнеса, в этом случае мы не сменим нишу в которой мы компетентны а средний чек увеличится.

Или, например как было у нас – мы ориентировались на починку компьютеров, оргтехники у физических лиц, денег было мало, много уходило на аренду офиса и заработную плату приёмщиков. После того как мы стали бизнесом для бизнеса (перепрофилировались на обслуживание юридических лиц), средний чек увеличился в 4 раза, получилось отказаться от аренды работающего ради работы офиса, получилось убрать из штата приёмщика в итоге мы не сменили нишу а сменили формат и стали без увеличения объёмов работы зарабатывать больше. Сейчас сервисный центр начинает простаивать и теряет заказы – мы приняли решение стать интернет магазином и сервис теперь будет обслуживать магазин.

Когда будете выбирать направление деятельности кроме востребованности ниши смотрите её перспективы, есть ниши, куда соваться не следует, так как они находятся в состоянии схлопывания или изменения правил. Например, сегодня такие ниши – платёжные терминалы (всё больше платежей совершается через интернет и наличные в терминал совать уже не так востребовано, хотя ещё 3 года назад я сам думал про терминальный бизнес), вендинговые автоматы (один два автомата ставит нет смысла, а купить сеть требуется много денег), службы такси (горючее дорожает и служб много, так

как открыть такси легко, хотя если сделать службу такси с машинами на метане то можно подвинуть рынок), микрокредитование (государство ограничило процент до среднерыночного +20 процентов, 730% годовых больше не получиться), АГЗС (на всех заправках скоро будут продавать и сжиженный газ).

Я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы из этой главы:

1) Смотрите востребованность ниши.

2) Представьте конечного потребителя товаров и услуг и его потребности

3) Проверьте, не схлопывается ли ниша.

Как проверить спрос?

Прочитав эту главу вы получите ответ на вопрос – «как определить спрос». Поговорим мы сегодня про рынок товаров и услуг в вашей местности.

Когда тема изучения спроса становится актуальной?

Предположим вы решите открыть новое предприятие (конечно же ООО), и вам необходимо выбрать сферу его деятельности, но заранее вы не знаете, будет ли данный товар или услуга пользоваться спросом. Чтобы это узнать, вам необходимо провести исследование спроса на товар. Как же это делается?

На самом деле способов определить спрос множество, некоторые из них позволяют даже не отрывать зад от стула. Давайте рассмотрим способы определения спроса:

Первый самый простой быстрый и малозатратный способ – идём в поисковик яндекс или гугл и пишем – купить и товар, который предполагаем продавать, и смотрим, сколько запросов в месяц, если их много то товар востребован и надо проводить анализ конкурентов и думать в чём будет ваше конкурентное преимущество. Минус данного способа – не охватывает старшую или не владеющую компьютером социальную группу.

Второй малозатратный способ – бесплатные объявления в интернете. Сделать это не сложно - пишем посты в социальных сетях и на местных городских порталах. В объявлениях не пишем названия формы, а просто указываем свой (лучше с левой сим картой) телефон. По количеству звонков определяем востребованности товара/услуги, но важно понимать, что таким образом не получиться определить спрос на некоторые из товаров (например,

малоэффективно постить объявление продам в розницу колбасу). Минус у данного способа такой - же, как у предыдущего.

Третий способ – даём объявления в местные газеты, в принципе можно даже купить рекламные места (это стоит не так дорого), но важно понимать, что у газет ограничена целевая аудитория, их покупают в основном пенсионеры и через газеты довольно проблемно, например, продать распространяемый в интернете обучающий видеокурс…

Четвёртый способ – рекламные объявления на подъездах и в лифтах, но лично я по ним, ни разу не звонил (хотя сам определял спрос, таким образом, и получал при этом звонки, но про это ниже).

Пятый способ – разместить визитки в местах скопления потенциальной целевой аудитории, самый очевидный вариант – почта и супермаркет, но важно понимать, что таким образом вы не узнаете спрос на товары/услуги для деловых людей

Шестой способ – «спам» в почтовые ящики, но лично меня этот метод раздражает больше чем реклама в лифте, и я просто выкладываю все листовки из ящика на подоконник. Недостатком этого метода является его большая затратность чем у объявлений на подъездах и большая раздражительность.

Седьмой способ – сарафанное радио, но тут важно понимать, что это может сработать только в очень ограниченных случаях, например в сетевом маркетинге для домохозяек

Напоследок самый очевидный способ – посмотрите, что продают другие, и проанализируйте как они живут… Для тех кто утверждает что ниши

заняты это ерунда, надо просто делать лучше чем у тех кто уже преуспел в вашем направлении…

Важно понимать, что нельзя наугад брать один из методов и определять спрос. Прежде всего, надо представить потребителя и определить какой из методов определения спроса будет наиболее эффективен.

Как у меня украли идею, когда я определял спрос.

У меня на блоге есть статья про доходность АЗС я рассказывал про то, что рядом с городом, в котором я живу, есть посёлок на 5000 жителей, главная его особенность – поселковый бизнес работает вдогонку. Самой первой идеей было стать местечковым интернет монополистом, но тот проект окупался бы, в том случае, если бы я набрал 80 абонентов. Для этого я нанял ребят, и они расклеили объявления по посёлку. В итоге за 2 месяца я набрал 60 желающих, прямо перед запуском решил собрать «предоплату» и выяснил – так у нас уже проводит интернет другой Туринский провайдер.

Отсюда я убедился, что успешнее в бизнесе не тот, кто умнее всех, а тот, кто быстрее пусть на час, но быстрее конкурентов.

Как создать спрос на товар?

Если у вас есть товар, который надо продать, но на него нет спроса. В этом случае спрос можно создать. Помните нашумевший ролик про хомяка тролящего ДПСника, так вот при помощи этого ролика было продано больше 20 000 хомяков. Занятно, что изначально продавцы планировали продать 3000 хомяков. Для этого они сняли приведённый в этой статье ролик. В итоге на

второй день они продали всех хомяков в наличии, на третий день они продали всё со склада и следующие две недели они заказали с Китая крупную партию хомяков.

Прочитав эту главу я хотел чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Перед открытием предприятия необходимо изучить спрос.
2) Есть множество способов определять спрос, вам надо понять на кого рассчитан ваш товар-услуга и размещать объявления там где обитает ваша целевая аудитория
3) Определяя спрос вы рискуете потерять бизнес идею.
4) Если у вас есть залежалый товар на него можно создать спрос!

Как сформулировать миссию предприятия?

Если взять местечковых предпринимателей и спросить их – «Какова миссия вашей фирмы?» То я почти уверен, что 90 процентов из них вам не скажет ничего внятного, или скажут, что миссия их фирмы делать деньги. Так вот это не миссия, а ерунда! На страницах своего блога и этой книги я стараюсь донести до читателя идею, что следует решать проблему клиента, а деньги они станут мерилом благодарности. Чем сложнее решена проблема и чем качественнее обслужен клиент, тем больше благодарности вы получите.

Что же такое миссия предприятия? «Миссия — смысл существования компании с позиции удовлетворения потребностей клиентов, реализации конкурентных преимуществ, мотивации сотрудников фирмы». Сама миссия компании должна мотивировать сотрудников и указывать им некую мегацель, например наша миссия на момент написания книги: «Доставка любого товара по желанию любого клиента до указанного им места!». Наврятли фирма с такой миссией и её сотрудники тем более будут, например, открывать отели в Гонолулу.

Таким образом, миссия предприятия должна формулироваться через решение проблем клиентов. Например, миссия Тринибита на начальном этапе формулировалась так – «Содействие клиентам в решении проблем с компьютером!». Миссия интернет магазина формулируется так – «Доставка любого товара по желанию любого клиента до указанного им места!». В том и другом случае нам за это платят деньги.

Миссия должна кратко отражать суть того что делает компания. Поймите – любая фирма создана для извлечения прибыли (иначе на кой она), но миссия отражает, как она это делает и к чему стремиться. Зачастую только формулирование чётко своей миссии может решить финансовые проблемы компании. Просто многие предприниматели не могут сказать, зачем нужно их

предприятие и соответственно они не могут объяснить сотрудникам, зачем они вообще трудятся. Развитие без чёткой постановки цели это движение в никуда.

Когда вы будите формулировать миссию компании постарайтесь избегать заезженных фраз и пустых оборотов.

Для лучшего понимания какой должна быть миссия компании я привел миссии всемирно известных компаний:

Apple Computer, Inc. *- "Мы предлагаем компьютеры самого высокого качества для людей во всем мире".*

Microsoft Corporation *— производство программного обеспечения*

Многие годы деятельность Microsoft определялась стратегическим видением: "Компьютер в каждом доме, на каждом рабочем столе, плюс первоклассное программное обеспечение". Однако появление Internet и широкое распространение электронных устройств, отличных от ПК, например карманных калькуляторов и приставок к телевизорам, заставили Microsoft в 1999 году расширить видение следующим образом: "Обеспечивать новые возможности в любое время, в любом месте, на любом устройстве с помощью первоклассного программного обеспечения".

Sony Corporation *- "Мы группа молодых людей, которые наделены достаточной энергией для бесконечного творческого поиска".*

Toyota *- "Строительство автомобилей - это общественное дело, объединяющее работу многих людей".*

Polaroid *- "Наша цель - совершенствование и развитие рынка мгновенных фотографий и цифровой аппаратуры для удовлетворения*

растущей потребности людей запечатлять на фотографиях лица родных и друзей, дорогие сердцу места и смешные мгновения жизни."

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Миссия это чётко сформулированное определение зачем существует фирма.
2) Формулировка миссии позволяет не распылять усилия и определяет что делать.
3) Любое предприятие должно иметь миссию.

Как зарегистрировать предприятие?

Взять и зарегистрировать. Ничего сложного нет, в том числе и самостоятельно.

ИП регистрируется, заполнением заявления на регистрацию, заверкой его у нотариуса, сдачей документов в ИФНС и ожиданием две недели документов. Но дело в том, что ИП отвечает по долгам всем своим имуществом, поэтому я настоятельно рекомендую начинать бизнес как ООО. А вообще, подробно, эта тему жуётся на моём блоге в цикле статей – начни своё дело. Так что переходите и читайте. В этой книге я не буду расписывать подробно эту тему.

Выводов из этой главы не будет ☺.

Как выбрать место для бизнеса?

Ответ на этот вопрос довольно неоднозначный, так как для разных предприятий нужны разные помещения. Для примера – швейную мастерскую вполне устроит цоколь в легкодоступном месте, а вот продуктовый магазин, работающий на розничный трафик, нуждается в большом и удобном помещении на проходной улице. Таким образом, прежде чем выбирать помещение вы должны понимать какое помещение вам нужно. Общие рекомендации такие:

1) Оптовые магазины, строительные магазины, производства – удобный подъезд, подъезд грузового транспорта, запас по мощности электропитания и теплоснабжения.

2) Розничные магазины, магазины работающие на розничный трафик, сфера услуг – большой пешеходный трафик, возможность организации рекламного места, удобство подъезда (если магазин торгует крупным товаром).

3) Адвокаты, нотариусы, продажа пром. оборудования, управляющие компании, бизнес для бизнеса (услуги например заправка картриджей для принтеров), пункт выдачи интернет магазина (мелкий товар) и т.п. – подходит любой удовлетворяющий по цене и площади офисный муравейник с удобной парковкой.

4) Автобизнес – удобный подъезд и парковка, видимость с дороги, чистые подходы (нередко автобизнес открывают в гаражах и выйти из авто не одевая кирзовые сапоги поверьте стоит дорого)

5) Автозаправки – отсутствие рядом заправок аналогичного бренда, удобный подъезд, видимость с дороги.

6) Установка ГБО на автомобили – рядом должна быть газовая заправка, сам столкнулся, ставя газ в Екатеринбурге с необходимостью ехать на заправку за 21 км. – было неприятно (соответственно такого установщика я не рекомендую).

7) Транспортные компании – удобный склад, удобный подъезд чистота.

8) Различные производства – удобный подъезд (авто и/или жд), наличие достаточного с запасом энергоснабжения, воды, доступность достаточного числа квалифицированных кадров (знаю пример когда рабочих ежедневно возят на мену автобусами за 90 км.).

Конечно физически в рамках книги я не могу рассмотреть все сферы бизнеса, **да и так как надо быть до конца честным я просто не знаю специфику и производственные процессы на всех предприятиях**, но в любом случае предприятию должно быть комфортно в том мете где оно расположено (транспортная свобода, доступность для клиентов/сотрудников, запасы по используемым ресурсам,

Вам несказанно повезло, если у вас есть в собственности помещение (зачастую это помогает вытащить бизнес, так как аппетиты арендодателя растут довольно быстро. Если собственник видит что дела у вас идут хорошо, будьте уверены – вам накрутят аренду. При этом аргументацией будет – «вон, как ты раскрутился – место хорошее», или коммуналку подняли и т.д. и т.п.

Чтобы не столкнуться с такими проблемами тщательно изучите договор аренды, важными моментами являются:

1) Порядок и сроки оплаты (почти все собственники работают по авансовой схеме и просят в качестве обеспечения внесение предоплаты за 3 месяца (гарант, что вас выгонят без убытков, если вы перестанете платить) кстати, эти авансы очень сложно вернуть, когда договор расторгается).

2) Обязанность по оплате коммунальных услуг.

3) Порядок и время доступа в арендуемые помещения.

4) Назначение арендуемых помещений.

5) Порядок индексации стоимости аренды

6) Право на приоритетную пролонгацию договора.

7) Возможность провести свою связь (например, мы использовали классическую телефонию и когда прокладывали кабель телефонисты «повредили» ремонт собственника в итоге мы за это платили).

По прочтении этой главы я хотел чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Предприятию должно быть комфортно в том месте где оно расположено.
2) Судьбу предприятия во многом определяет место где оно стартовало.
3) Универсальных рекомендаций по выбору помещения нет, что хорошо одним то плохо другим. Выбирать только вам!

Как продавать, или без продаж нет бизнеса!

В этой главе я хотел бы поговорить про то, как продавать? На первый взгляд всё просто – узнал что надо, назвал цену, продал. Но на деле всё не так.

Сегодня существуют сотни и тысячи коучеров, которые учат продавать «правильно», продавать по науке, организовывать воронку продаж и так далее и тому подобное… Но это всё ерунда…

Меня всегда забавляли тренинги по продажам, особенно долго я смеялся над объявлением в директ – онлайн обучение продажам… Это вообще жесть! Этому нельзя научить онлайн, Практика и только практика. Вообще большинство коучеров не собираются вас ничему учить – их цель заработать деньги. Они просто вывалят на вас кучу информации, а дальше что вы будите делать, их совершенно не интересует.

Если вы ознакомились с парой сделок из моего цикла статей как заработать миллион очевидно, что продавать я умею, и мне нравится этот процесс.

Я даже могу утверждать, что продажи единственный процесс приносящий прибыль. Мы всегда, что-то продаём или покупаем при этом зачастую обмен идёт через главный товар – деньги.

Все-таки как продавать?

Я думаю что все смотрели фильм Мартина Скорсезе Волк с Уолл-стрит (The Wolf of Wall Street, 2013). Я сейчас не собираюсь анализировать весь фильм (хотя там много полезного), я хотел, чтобы вы вспомнили две сцены две сцены-середина фильма где герой ДиКаприо просит друзей - компаньонов продать ему ручку и конец фильма где показан тренинг его - же как бизнес тренера. Кстати у данного киногероя есть реальный прототип – мегауспешный коуч, который похоже деньги гребёт снеговой лопатой.

Какая между этими сценами принципиальная разница?

«Продажники» пришедшие на тренинг пытаются нахваливать ручку и говорить какая она замечательная:

- Ну это замечательная ручка, ей можно писать ……. бла… бла… бла…

«Продажник» из второго ролика создаёт в ней потребность:

- Дай мне свой автограф на салфетке! (человеку нужна ручка, но у него её нет – потребность)
- У меня нет ручки! (всё вот, она продажа он её просто передаёт).

Если читающие этот пост читали учебник «экономикс» то они должны помнить классический пример с автомобилем. Человек покупает автомобиль не из-за того что ему нужна машина, а из-за потребности возить свою жопу. А человек скотина такая которая хочет всё и сразу (возить жопу в комфорте, на престижном неломающемся авто и с расходом бензина в 1 литр на 1000 километров). Раньше ездили на каретах, потом автомобили стали удобнее пересели на них, а завтра будут летать на каких-нибудь гравилётах и это будет удобнее и быстрее. Но суть одна что карета, что автомобиль, что гравилёт перемещают человеческое тело из точки А в точку Б, и та фирма которая понимает что человеку не автомобиль нужен а передвижение продаст больше чем те кто этого не понимают.

Это правило справедливо для любой продажи:

- Человеку покупающему лекарства они не нужны – ему нужно здоровье.
- Человеку покупающему компьютер он не нужен – ему нужен интернет, игры или инструмент для работы.
- Человеку покупающему квартиру не нужна квартира – ему нужно жилище (место для сна отдыха готовки пиши и т.д. и т.п.)
- Человеку покупающему одежду она не нужна – ему надо защитить себя от холода, дождя….
- Человеку покупающему дизельную электростанцию нужна не станция, а электричество и даже не электричество, а запитать машины электричеством и получить результат их работы… так как само электричество человек использовать не может…
- Даже наркоману покупающему наркотики они не нужны а нужен результат их воздействия на организм…

Кстати в записи – Бизнес молодость разоблачаем обман, я писал, что они звонили мне по телефону и «продавали» интенсив, притом продавали, расхваливая товар, когда следовало показать что он мне даст. Именно поэтому я утверждаю, что у них учиться вредно…

Как научится продавать?

Тут ответ на самом деле очевиден – как и в любом обучении важна практика. Я намеренно не пишу тут методики продаж, так как большинство из них написаны для людей с западной психологией (хотя признаю, наш обыватель так же тупеет и деградирует так, что скоро они будут иметь право на жизнь).

Чтобы получить практику я рекомендовал бы вам устроиться продавцом, но не в продуктовый магазин, а например, на должность дистрибутора в компании регионального масштаба, если, же у вас нет водительских прав, то вполне вариант – продажа сотовых телефонов или сетевой маркетинг. Практика там будет хорошая! Вы гарантировано научитесь, вести диалог с покупателем, получите несколько конфликтных ситуаций, но самое главное – научитесь продавать!

До того как устроиться продавцом чтобы изначально было легче работать я хочу вам предложить свою методику общения. В двух словах она звучит так – не допускай закрытых фраз. Что такое закрытая фраза? Это такая фраза, на которую можно не отвечать или ответить нет (и вариации). Сам я эту методику осваивал во время увлечения пикапом, и именно то увлечение до сих пор довольно много даёт мне в сегодняшней жизни. В принципе между потенциальным клиентом и обхаживаемой дамой разница не велика, даже слова похожи ☺.

Суть метода я уже изложил теперь тренировка – берёте аську, ну или социальную сеть и начинайте тренироваться на кошках, ваша задача заставлять человека как можно дольше отвечать вам и как можно дольше удерживать его внимание. В разы поднимется эффективность, если вы заставите человека что-то сделать. Как этому научится, на самом деле это не сложно, просто необходимо приучить себя строить предложения так чтобы человеку осталось только сказать – да, сейчас сделаю, именно так, согласен! Это достигается максимальным разжевыванием человеку, дано выключить его мозг и навязать своё решение. И это не трудно, так как люди по своей природе существа очень ленивые и думать им зачастую лень больше чем что-то делать руками (голова же нагревается).

Освоив такой стиль общения вам будет легче достигать своих целей и продажи для вас перестанут быть чем-то сложным…

В самих продажах то ведь тоже нет ничего сложного – заговорите с клиентом, узнайте его проблему дайте ему в руки товар и убедите го в том, что ему это нужно встроив товар в его ситуацию и показав то именно это лучшее решение его проблемы.

Всё просто никакого НЛП, психология плюс пара лет практики такого общения.

Очевидно, что теперь любому прочитавшему главу понятно как продавать. Я думаю что все усвоили что человек покупает не товар из-за его замечательности а то что решает его проблему… Есть конечно категория блондинко – шопинга и тизерных продаж, но я думаю что это просто исключение из правил…

Как продавать разобрались, но чтобы воспользоваться такой тактикой необходимо как-то начать говорить с покупателем. Как это обычно происходит? И что мы видим в 90 процентах магазинов?

Подходит менеджер и задаёт вопрос: «Могу ли я вам чем-то помочь?»

Покупатель в 9 случаях из 10 ответит: «Нет!»

Соответственно если менеджер начнёт дальше задавать надоедливые вопросы он с большой вероятностью просто будет послан…. Лично от меня всегда отходили после ответа «Нет». Если покупатель на вопрос ответит: «Нет, я просто смотрю», то тут шансы уже есть, но я не припоминаю чтобы отвечал так… обычно ответ: «нет».

Как завязать диалог с покупателем?

Тут всё просто - нужна фраза которая позволит начать разговор при любом ответе.

В качестве такой фразы, например можно выбрать вопрос: «Вы уже были в нашем магазине?»

Тут возможны два варианта ответа да или нет.

Если ответ покупателя: «Да был», тогда продавец говорит: «Замечательно, специально для тех, кто уже совершал у нас покупки у нас действует акция! Какими товарами вы интересуетесь?» Всё диалог завязался…. Покупатель говорит каким товаром интересуется и какие качества товара ему важны… Вот она продажа!

Если покупатель говорит: «Нет, не был!», тогда продавец говорит: «Замечательно, специально для тех, кто первый раз в нашем магазине у нас действует акция! Какими товарами вы интересуетесь?» Всё диалог завязался…. Вот она продажа!

Что у вас нет акций для покупателей? Что вам мешает придумать их и обучить такой методике продажи продавцов?

По-хорошему следует написать скрипт разговора продавцам и заставить их, его выучить!

Сколько надо денег чтобы внедрить данный метод увеличения продаж в рознице? Мне, очевидно, что денег для этого метода не надо! В то же время данный метод гарантировано позволяет завязать диалог с потенциальным покупателем. Данный метод я взял с одной западной книги и успешно применял его в магазине при СЦ. Подробно про это написано на блоге.

По прочтении этой статьи я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Человек покупает что-то не из-за замечательности товара, а для того чтобы решить проблему.
2) Люди любят готовые решения и если вы убедите их что товар решит их проблему считайте что вы продажник….
3) Люди не любят думать, давайте им готовые решения.
4) Общаясь с покупателем стройте диалог так чтобы он не мог говорить нет, не допускайте закрытых фраз.
5) Чтобы завязать диалог с покупателем необходимо написать скрипт разговора который позволит вести диалог даже при закрытых ответах покупателя.

Как выделиться и чем отличиться от конкурентов?

Предположим, вы открыли или открываете своё предприятие, но почему оно будет лучшим, вы пока не знаете, эта глава вам поможет. Способ получить свою долю рынка у вас на самом деле один – сделать уникальное конкурентное преимущество.

Я уже говорил, что многое начинающие бизнесмены выбирают окраинные и низкодоходные ниши, и соответственно ничего не получают. Если вы решили-таки идти по нормальному пути и заходить в занятую нишу, то вам необходимо владеть тактиками как получить своих клиентов.

Давайте на примерах рассмотрим конкурентные преимущества как политику борьбы за рынок.

Например, в городе где я живу, появилась первая на Урале фабрика пластиковых окон, и три года была монополия на установщика. Сейчас установщиков как грязи и ставят они окна разных фирм. Как они зашли на рынок, который сделала монополия – да очень просто у них были цены ниже! Отсюда первая тактика – ценовая конкуренция, но при условии что клиент получает то же соотношение цена/качество при сходном уровне сервиса. Важно понимать что не всегда клиент идёт на низкую цену, есть сферы где наоборот надо ставить цену выше (например юридические услуги, зачастую люди рассуждают так – дешево значит плохо).

Но не всегда ценовая конкуренция возможна и эффективна, например один из самых дорогих интернет магазинов e96 взяли сервисом и отношением к клиенту, т.е. когда поступал заказ они не впаривали клиенту товар любой ценой, они продавали качественный товар, который гарантировано проработает долго,

да цены у них были выше, но клиенты ценили их за то что они говорили – «друг это не твой товар он сломается купи этот он дороже или немного не тот но он будет работать и радовать тебя». Таким образом, они вызывали доверие у клиентов. Здесь вырисовывается второе конкурентное преимущество – доверие клиента.

Мы (Тринибит), когда начинали работать, как сервисный центр спрашивали у клиента – довольны ли вы нашими услугами, что вам понравилось, а потом по окончании гарантии перезванивали и спрашивали — всё ли человека устроило в нашей работе. На третий месяц мы уже не могли переваривать заказы так как людям понравилось что их не бросают после получения денег, доходило до того что если клиент говорил – «меня не устроило то то», мы переделывали даже после окончания гарантии… Таким образом благодаря одному звонку после окончания гарантии и качественной работе мы сразу уделали конкурентов и заняли примерно половин местного рынка. Делаем вывод – третье конкурентное преимущество это обратная связь с клиентами, важно знать, что они думают. Соответственно зная, что думают о тебе клиенты легче удовлетворять их потребности и брать за это больше денег.

Ещё один местный пример – магазин одежды, расположен он в мягко говоря непроходимом месте, и магазинов одежды в городе куча, но магазин держится и работает уже много лет потому что он продаёт помимо шмоток и одежды для рыбаков спецодежду — разные там халатики футболки, варежки. Больше никому из конкурентов не пришло в голову начать продавать то же самое. Очевидно, что четвёртое конкурентное преимущество – уникальный товар. Тут больше комментировать нечего.

Я думаю ни для кого не секрет что крупные сети заполонили рынок (монетки, магниты, пятерочки и т.д. и т.п.) сегодня уже в посёлках открывают

подобные магазины. В принципе ничего плохого в этом нет, всё закономерно, бизнес растёт и укрупняется. По логике с приходом подобного рода сетей местные продуктовые магазинчики должны прекратить работать, и некоторые действительно сливают, но некоторые остаются. Например там где я живу в 50 метрах от главного входа магнита (площадью около 1000 квадратов) расположился в подвальчике круглосуточный магазин, и работает он так лет на 5 больше чем магнит (был первым местным круглосуточным магазином). Вывод – пятым конкурентным преимуществом может стать время работы. Например я был готов заплатить 10 цен когда у меня в пятницу вечером заболел зуб, но я не нашёл ни одного стоматолога у себя в городе, а на скорой мне сказали – выпей водки и всё пройдёт, полощи водкой и отпустит….

Раньше я всегда стригся в ближайшей к дому парикмахерской, да мне, если честно не принципиально где стричься, но после того когда мне попытались побрить шею необработанным лезвием я решил сменить парикмахерскую. По совету знакомой (сарафанное радио хорошая реклама) я посетил другую парикмахерскую. Пока я ждал своей очереди, мне предложили кофе, и подстригли быстро, качественно и без косяков. Естественно я пойду теперь в эту парикмахерскую, да услуги дороже на 100 рублей, но зато я уверен в качестве и чувствую, что владельцы дорожат своими клиентами. Таким образом, шестое преимущество – сервис (но естественно качество должно быть на должном уровне низкое качество товара и услуги никаким сервисом не перебьешь).

Многие знают, что некоторые виды бизнеса могут выжить только в определённом месте – например лесопилка в пустыне Сахара обанкротиться раньше, чем откроется, или если бы, например intel открылся бы в Оймяконе на полюсе холода, ну или если бы банановая плантация открылась в районе Мурманска. На самом деле это справедливо и в более приземлённом масштабе,

например магазины шаговой доступности в соседнем доме или магазин стройматериалов с удобной парковкой. Магазин шаговой доступности не сможет выжить в отдалении от жилого массива, а стройматериалы наврятли кто-то понесёт на своей спине (на машине легче), соответственно седьмое конкурентное преимущество – место.

Я думаю на этом можно закончить, основные конкурентные преимущества я перечислил, идеально, если у вас будет несколько преимуществ. Я надеюсь, что вы освоите политику борьбы за рынок, и благодаря этим рекомендациям у вас получится получить свою долю.

По прочтении этой главы я хотел чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Чтобы выделиться и запомниться клиентам вам нужно конкурентное преимущество.
2) Чтобы понять, что будет вашим конкурентным преимуществом вам надо понимать кто ваши покупатели и где они обитают и чем они живут.
3) Конкурировать с крупными фирмами можно если у вас будет своя фишка.
4) Цена не единственный способ конкурировать.

Как привлечь первых клиентов?

В данной главе мы рассмотрим привлечение первых клиентов, но я хотел, чтобы вы понимали, если вы не проверили, пользуется продвигаемый вами товар/услуга спросом как её не продвигай это ничего не даст.

Говорят, что сложно привлечь первых клиентов – это на самом деле бред! Первых привлечь не сложно, побольше креатива, драйва и клиент придёт, сложно качественно обработать первых клиентов, причин масса – нет опыта, навыка товары не те (ещё нет наработанной практики). Клиент он как рыба и при привлечении его надо помнить цитату Дейла Карнеги – «Лично я люблю землянику со сливками, но рыба почему-то предпочитает червяков. Вот почему, когда я иду на рыбалку, я думаю не о том, что люблю я, а о том, что любит рыба».

Самое главное в привлечении клиента – составить его портрет, вы должны понимать кто ваш потенциальный клиент и **что ему от вас надо**, так вы поймете, чем привлечь клиента и как качественно его обслужить!

При привлечении первых клиентов рекомендуют сделать вывеску и написать – «Мы открылись». Не стоит этого делать, так как это уже всем приелось, это попсово, в этом нет креатива и жизни. Вам надо вызывать эмоции, в прошлой книге я писал, что мем подкреплённый эмоциями будет формировать ваше мышление многие годы. Так вызовите эту эмоцию, не пишите «мы открылись», пишите – «мы лучшие».

Смотрите – Магазин электроники «Электросити» Мы открылись! Предлагаем широкий ассортимент товаров по доступным ценам! Только у нас распродажа чайников скидка 50 процентов!

Ну и где здесь креатив? Где драйв – всё серо и стандартно, в пору в покойницкую уносить… Совок эхо!

Сравниваем – Магазин электроники «Электросити» SEX Вам интересно, причём здесь секс? Да вы просто обкончаетесь от наших цен!

Что вы уже покраснели, это не работает, автор идиот… Конечно я написал очень грубо, но вспомните Евгения Чичваркина (основатель Евросети) помните их рекламный слоган? – «Евросеть, цены просто ох*еть!» и народ пёр и слоган до сих пор на слуху! Всё убедил я вас? Вы не привлечёте много покупателей, если у вас не будет своей фишки!

Мой свежий пример – рекламное объявление в газете местной: «Раздолбай сервис! Работы по демонтажу и вывозу строительного мусора и телефон». Девчонки в редакции улыбались когда читали объявление.

Готов поспорить, что такого рода рекламную акцию будут обсуждать в каком-нибудь мухосранске следующие пару месяцев, возможно, это будет событие года! Кстати я на блоге писал в статье про критику с практическим примером сколько посетителей дало блогу его обсуждение… Поверьте магазину это не повредит. Запомните – обсуждают – значит, вы интересны, вы интересны – значит к вам придут! Плохой рекламы не бывает!

Где и как лучше рекламироваться?

Вариантов как рекламировать новое предприятие множество, Но вы должны понимать, где обитает ваш потребитель (я уже про это писал). Важно понимать, что не всякая реклама сработает для привлечения клиентов, ну например интернет магазин сарафанным радио вы раскручивать будите до скончания века, ровно как сервис по ремонту компьютеров почти бесполезно раскручивать через интернет (у потенциального клиента компьютер сломался, он не может зайти в интернет). Так что прежде чем давать рекламу проведите такого рода анализ.

Рекламный ролик должен соответствовать следующим критериям:

1) Ролик не должен раздражать (вызывать негативные эмоции)!
2) Ролик должен быть кратким, разборчивым и доступным!

3) Ролик должен располагать к себе и вызывать живой интерес.

4) В ролике не должно быть грамматических ошибок, и желательно избегать смысловых ошибок и неоднозначностей (можно просто не увидеть смысловую ошибку), например, вспоминается ролик из программы магазин на диване. Рекламировалась швабра для мытья полов. Фраза, которой пытались привлечь покупателя, звучит так: «вы все еще используете тряпку и грязную воду…...» Лично я сразу на автомате добавил – «попробуйте поменять воду!».

5) Реклама должна иметь целевую аудиторию и «бить в больное место». Согласитесь, салон красоты не будет посещать человек питающийся бич пакетами. Надо подбирать время и место именно так чтобы ролик видела именно ваша целевая аудитория.

6) Ролик должен быть современным, очень занятно бывает видеть (и слышать) ролики про давно окончившуюся рекламную компанию. Снимайте рекламу с ротации своевременно, и меняйте баннеры сразу после окончания акции.

Следующий вопрос, где размещать рекламу?

Тут вариантов на самом деле много, но не все они эффективны, важно понимать, что всякая реклама имеет целевую аудиторию, и не всякая реклама поможет вам привлечь клиентов!

Какие у вас есть варианты для привлечения клиентов?

Самый популярный и всем доступный вариант рекламы – вывеска, но проблема в том, что вывеска одна и она непосредственно на точке, и как я уже писал выше – одной вывеской сыт не будешь!

Следующий вариант (он, вероятно, он самый старый, точно чуть старше, чем вывеска, так как речь появилась раньше письма) – сарафанное радио, как показала практика моего сервисного центра данный вариант рекламы самый эффективный, но чтобы запустить в работу этот вариант рекламы вам потребуется качественно обслуживать клиентов.

Третий вариант – печатные издания, тут всё тривиально, газеты с рекламой, справочники, буклеты. Лавный плюс подобного рода изданий – они обладают памятью. Такого рода объявление может сработать и через годы.

Четвёртый вариант – наружная реклама, всякого рода билборды, растяжки и прочее, но лично я, ни разу не воспользовался рекламой с билборда, другое дело, что на уровне подсознания она запоминается, и если вы в позже увидите такую картинку, то возможно вы зайдёте (помните, когда по ТВ запретили рекламировать водку во всю шла реклама минералки русский стандарт, такую минералку невозможно было купить, зато была водка с аналогичным названием).

Пятый вариант – телевидение, но тут важно понимать, что бюджет рекламы даже по местному ТВ от 3000 рублей минута, если говорить про федеральные каналы там речь идёт уже о миллионах. Не думаю, что для большинства бизнесов (кроме разве что широкодоступной пищевики и дешёвой одежды, я ни разу не рекламировался по ТВ так что тут я теоретик).

Шестой вариант – радио, это гораздо дешевле чем ТВ, но и эффективность ниже (нет зрительного образа и сложнее вызвать эмоции, соответственно нет запоминания, ну и лично я, ни разу не видел, чтобы после рекламы на радио кто, то взял и записал телефон из рекламного ролика)

Седьмой вариант – интернет, тут комментарии излишни, но важно понимать, что только специалист в области рекламы в интернет сможет грамотно и малозатратно провести рекламную компанию.

Например, я пытался рекламировать группу вконтакте их рекламой, потратил около 10 000 рублей и получил 300 подписчиков – таким образом, один подписчик стоил мне 300 рублей, после обращения к спецам я получил 1000 подписчиков за 4200р (они купили рекламу в тематических группах, а я покупал рекламный баннер слева).

Восьмой вариант – флаера, визитки и прочий разносно — раздаточный материал, на мой взгляд, это второй по эффективности вариант. Визитки и флаера так же обладают памятью, если флаер вручен человеку лично и к этому добавлена пара слов то есть большая вероятность что человек флаер сохранит, а если на флаере будет скидочный купон, то почти вероятно, что человек сохранит данный рекламный материал

Девятый вариант – сувениры, например, у нас сервисный центр дарил магниты на холодильник клиентам, в итоге почти всегда клиенты при повторении проблем с компьютером обращались повторно.

Десятый вариант – всё то, что вы придумайте… но важно, чтобы это было новым и свежим…

Важно понимать что клиенты бывают, большие и толстые (я не про вес я про корпоративных клиентов, они характеризуются оплатой по безналу и объёмом покупок), и тощие и мелкие (это физ. лица, и меленькие разовые заказчики)

Помните, что тощий клиент (физ. лицо) может оказаться представителем или работником крупной организации, и если он останется доволен, то есть вероятность что вашу фирму рекомендуют для работы уже крупному клиенту, так например наш сервисный центр начал обслуживать мировой суд и санэпидемстанцию.

И ещё важно понимать – является ваш клиент конечным потребителем или нет? Так как если он приобретает товар для перепродажи и использует в работе НДС, а вы работайте на упрошённом налоговом режиме то вы плохой партнёр и скоро вас заменят.

Теперь поговорим про то, как получать корпоративных клиентов.

Важно понимать, что прибыль компании делают не десятки мелких клиентов, а крупные корпоративные клиенты. Работать с ними гораздо интереснее, так как платят они гораздо больше и платят они охотнее (оно и понятно ведь они платят не свои деньги).

В этой книге ранее уже было довольно много занятных вещей, например про представление своего потенциального клиента, но было слишком мало практических рекомендаций.

Я думаю, что читатели моего блога и люди, прочитавшие первую мою книгу заметили, что я люблю показывать примеры и проводить параллели.

Для наглядности я предлагаю рассмотреть заключение договора с клиентом как знакомство с девушкой и довод знакомства до постели.

Как у нас работают менеджеры по продажам (заключение договоров, поиск клиентов)? Они приходят и говорят – «Вот я! Я Николай Танкушин, я представляю ООО «Тринибит» (моя ОООшка, я решил, что хватит писать про рога и копыта, это попсово), мы такая крутая компания мы чиним компьютеры и для Вас у нас специальное предложение бла бла бла».

На самом деле это в корне не верно, так много не продашь (к сожалению, я это понял уже наделав ошибок). Если провести аналогию с

девушками это равносильно подойти и сказать «Привет, я Коля, вот у меня есть мед. справка, я здоров, пойдём потрахаемся!» Какова вероятность получить отказ? Ну я думаю процентов 95, при среднестатистическом знакомстве получается взять один телефон из трёх знакомств, а тут придётся подойти раз 20-30 прежде чем-то получиться.

Смотрите даже простое знакомство с целью получить телефон, для приглашения на свидание, даёт не 100 процентный результат, а подход с мед. справкой вообще ничего не даст в большинстве случаев, но что у нас делают менеджеры – они приходят и предлагают мед. справку и отношения! Это неверно! Так много не продать!

В ходе работы сервисного центра мы выработали следующую методику – мы предлагаем корпоративному клиенту пробное «бесплатное» обслуживание, если клиенту понравилось то мы просим половинную оплату от стоимости, если не понравилось, то мы просто уходим (было всего 4 отказа из более чем 45 клиентов)! После такого рода «свидания» происходит собственно женитьба – снова приходит менеджер и предлагает заключить договор уже по полной стоимости. Заключая таким образом договор мы не продаём себя и свою замечательность. Мы сначала показываем заказчику, что благодаря нашей работе у него всё ОК и техника работает, убеждаем, что теперь без нас будет хуже, а потом просим денег.

Теперь вопрос – если бы такого бесплатного обслуживания не было заключил бы договор клиент? В целом – возможно, но вероятность примерно в половину меньше!

Как объяснить клиенту нашу бесплатность – «Мы лучшие, мы делаем качественно, мы уверены что вы выберете нас!».

Если вы смогли обслужить клиента качественно, и он остался доволен то клиент ваш.

Пример такого обслуживания в пол цены это пример хорошей сделки, клиент получает услугу с дисконтом 50 %, вы же получаете возможность заслужить доверия и получить клиента.

Таким образом клиента надо сначала сводить на свидание и уже потом предлагать сделку! Так вероятность привлечь его выше! Полная аналогия с девушкой Знакомство-ресторан и койка вероятнее чем знакомство и койка!

Анекдот времён моего увлечения пикапом:

— Я не знакомлюсь – у меня есть парень.

— Еще скажи «Я не буду есть мороженое – у меня дома пельмени»!

Я думаю, что с такой аналогией вам легче будет привлекать клиентов.

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Первых клиентов привлечь не сложно – реклама в помощь.
2) Реклама должна быть креативной и запоминающейся.
3) Реклама должна быть рассчитана на определённую целевую аудиторию.
4) Реклама не должна быть навязчивой.
5) Необходимо наглядно показывать свою полезность
6) Сначала надо работать на своё имя.

Как обслуживать клиентов, чтобы извлекать прибыль по максимуму?

Начинать данную главу следует с того что любого клиента надо обслуживать качественно (конечно бывают идиоты которые всегда недовольны но за три года работы как СЦ я увидел только 3 раза такие примера). Главная цель при обслуживании клиента – завоевать его доверие и заставить обратиться к вам повторно. Но это уже разбиралось выше, сейчас я хотел бы рассказать про такой тип продажи как cross sell.

Занятные буржуйские словечки! Cross sell – это продажа «сопутки» или иных товаров. Я думаю многие обращали внимание на это будучи покупателями, но мало кто задумывался на сколько это позволяет поднять средний чек.

В продаже после продажи есть важная психологическая составляющая. Человек уже что-то купил у вас, значит, он готов отдавать вам деньги! С большой долей вероятности можно утверждать, что он вам отдаёт не последнее (есть исключения – может вы продаёте продукты первой необходимости)! Ваша же задача взять с клиента как можно больше и идеально, если он при этом будет счастлив от качества сервиса.

Вы обращали внимание на акции - четыре по цене трёх, скидка на третий товар в чеке и т.д. и т.п. Это всё cross sell. Основная идея в таких продажах – предложить человеку сопутствующий или другой товар с небольшой скидкой (выгода то для себя должна быть). Покупатель видит и понимает, что товар стоит дороже, но так как товар дешевле только для него он может совершить импульсивную покупку. Вы же продаёте дополнительный товара не тратя на это дополнительных ресурсов и повышаете средний чек.

Например мы в сервисе при продаже компьютерных комплектующих (и собранных компьютеров и ноутбуков) предлагали клиентам флешки по сходной цене. Занятно, что стоили они у нас довольно дорого (в целом дороже

конкурентов, наценивали мы их прилично, так как они малоценка). Но мы продавали их с каждой третьей продажей, так как предлагали их со скидкой 20% (при наценке 40) и покупателю это кажется выгодным. Согласитесь мало, кто знает, сколько на самом деле стоит флешка. Благодаря предложению купить флешку после продажи «железа» мы увеличили средний чек более чем на 10% (точно сказать не могу, так как из-за изменения цены на валюту в сравнении с прошлым годом и момента внедрения этой технологии перед новым годом у меня нет точной статистики).

Моя логика тут проста – я могу или продать флешку, пусть наценив её на 20% против 40%. Или я могу оставить её лежать, и в итоге её придётся уценить, так как иначе она продаётся плохо.

Не так давно я заказывал в местном копи-центре визитки для демонтажного предприятия. Пока я ждал документы, я заинтересовался дополнительными услугами. За спиной девушки оформлявшей заказ стоял стеллаж с образцами продукции. Так как стоял он, на мой взгляд, неудачно (не всё видно), а делать мне было ровным счётом нечего, я попросил у продавца каталог полиграфической продукции (напоминаю копи-центр). И я в ответ услышал: «нет у нас никакого каталога, все, что есть, есть на стенде!».

Как вам читатели? Я может быть купил бы что то ещё… Даже без предложения так как меня заинтересовал стенд! Если бы мне предложили, например корпоративный календарь я наверное бы не отказался! А так я ушел, забрав заказ, и даже не сказал привычное в таких случаях спасибо! Меня задело такое отношение. Я был готов оставить им больше денег, а в итоге я подумаю, стоит ли мне туда заходить.

Так же по этой технологии могут продаваться плохо продаваемые и лежалые товары. Я думаю многие видели как продают газеты в магазинах самообслуживания. Я каждый раз совершая покупку слышу: «Вам газетку местную надо?» Дело даже не в скидке. Покупатель с большой долей вероятности проигнорирует местную газетку у кассы, а так её дают или для

ровного счёта или чтобы мелочь не считать… Оно вроде мелочь.… а 10 рублей к чеку плюсом.

У читателя возник резонный вопрос как применять cross sell на услугах? Точно также. Например в салоне красоты закажи стрижку и маникюр, получи педикюр в подарок. Работы это много не добавит, а средний чек поднимет…. Так как возможно кто-то захочет получить дополнительно бесплатную услугу…

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Покупатель купивший у вас товар готов сотрудничать с вами и дальше, но завтра он может и не пойти до вашего магазина. Если сразу предложить ему купить что то, то с большой долей вероятности он согласиться.
2) Товар, продаваемый по cross sell, следует предлагать со скидкой. Так покупатель видит, что предложение актуально только для него. И зачастую совершает эмоциональную покупку так как дешево.
3) При помощи cross sell можно продавать залежалые товары.
4) Cross sell работает и с услугами.

Не успеваете обслуживать клиентов? или когда следует брать первых сотрудников.

Я думаю из названия понятно, про что эта глава. Она будет частично продублирована и в типичных ошибках начинающих предпринимателей. Я сделал это специально так как «Кадры решают всё». Работа с кадрами, подбором кадров, расширение штата это самые сложные вопросы в развитии фирмы. Проблемы с кадрами бывают трёх типов – кадров много (раздутый штат), кадров мало (нехватка персонала), и некомпетентный штат (про это глава ниже).

Если преждевременно раздуть штат – вы не сможете его содержать – это гарантированный конец фирме! Вы должны понимать, зачем вы приглашаете на работу каждого конкретного сотрудника, и что вы хотите получить в результате его деятельности. Если вы не можете ответить, зачем вам сотрудник – не принимайте его на работу!

Нет, конечно, можно зарегистрировать фирму, взять на работу секретаршу с третьим размером, снять офис по круче, понять, что его надо убирать, нанять уборщицу. Так как в штате фирму уже гендир, секретарь и уборщица надо завести свою службу безопасности. Нанимаем охранника! Потом понимаем, что мы ничего не продаем, берём продажника, потом выясняем, что ему нечего продавать, берём сотрудника - работягу. Понимаем, что кто-то должен обсчитывать весь штат, и устраиваем бухгалтера. В итоге мы получаем раздутый штат, а продаж нет, денег нет, бизнеса нет…. Слив засчитан…. Это проблема первого типа – она гарантировано убьет фирму. Вопрос времени! Если даже вы понимаете что у вас перебор сотрудников то при сокращении вам придётся выплачивать выходное пособие.

Нехватка персонала проблема несколько меньшая, чем его избыток, но она влечёт дополнительные накладные расходы. Смотрите – если вам не хватает людей, вам придётся привлекать их со стороны. Неважно будь это разовые

подрядчики, постоянные партнёры или фрилансеры в интернете. Вам каждый раз придётся объяснять им, что вы хотите, контролировать качество работ, оплачивать их услуги непосредственно после выполнения работы (сотрудники получают зарплату 2 раза в месяц, иногда можно эти деньги неплохо покрутить), иначе с вами откажутся работать.

Самый главный недостаток при нехватке персонала – во время поиска исполнителя можно потерять клиента. Важно чётко понимать момент, когда из-за потери клиента вы теряете больше, чем могли бы получить, имея в штате специалиста. Если вы чувствуете этот момент и понимаете что специалист окупиться – принимайте его на работу и расширяйте штат.

Начинающему предприятию и человеку им управляющему приходится очень трудно! Необходимо постоянно держать руку на пульсе и не допускать избытка кадров и желательно избегать недостатка кадров. Обе проблемы примерно одинаково плохи для предприятия. Если проблему нехватки кадров относительно легко можно решить привлекая подрядчиков, это повлечёт несколько большие накладные расходы. проблему избытка кадров так просто решить не выйдет.

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Избыток сотрудников самая страшная проблема в кадровой политике она уничтожила уже тысячи предприятий.
2) Недостаток сотрудников не так страшен, но из-за нехватки сотрудников вы можете потерять часть заказов, и вы будете нести дополнительные расходы на поиск разовых подрядчиков.
3) Каждый сотрудник должен окупаться.
4) Вы должны чётко понимать, когда и зачем расширяете штат и для чего вам нужен каждый конкретный сотрудник.

Как выбирать сотрудников?

Хотя данная глава должна называться подбор персонала, но я как-то уперся, что подбирают вещь с пола, а сотрудников выбирают! Выбираем достойного кандидата, а подбираем только мусор. Именно поэтому данную главу я назвал выбор сотрудника, как правильно выбирать сотрудников. И ещё – я мог назвать её – «как выбрать работника», но и это не допустимо, работник происходит от слова раб, а сотрудник от слова труд. Рабовладельчество – тяжелое прошлое, и я касался этого вопроса в своей прошлой книге. Вы нанимая человека покупаете его труд, поэтому выбираем сотрудника, но не работника.

Говоря про подбор персонала для фирмы, сначала следует сказать про то как не следует выбирать сотрудников. Сегодня кадровых агентств стало больше чем грязи, но имеет ли смысл обращаться в эти конторы? Мой совет как практика – «Обращаться в кадровые агентства нет никакого смысла!». По моему мнению – лучше самому освоить искусство подбора кадров.

Почему кадровые агентства дармоеды?

Первичное собеседование кандидаты для устройства в вашу фирму будут проходить в кадровом агентстве, а уже отфильтрованные кадровым агентством к вам попадут те кто выполнит формальные условия – грамотно напишет резюме, соответствует каким то профессиональным требованиям, имеют опрятный внешний вид и т.д. и т.п.

Именно этот первичный отбор это очень и очень плохо – для в том что есть обучаемые или например уже мотивированные люди, а кадровое агентство их отсеет. Или возможен другой вариант – у вас заключен договор с кадровым агентством, что они за определённое время и определённые деньги подберут вам сотрудника, но допустим у них возникает проблема – они не могут подобрать вам сотрудника, в итоге они могут просто научить «кандидата» в сотрудники, что говорить на собеседовании. Таким образом свои денежки они получат, а вам

достанется «кандидат» от которого толку будет ноль и ваши «ресурсы» будут потрачены в пустую.

Второй момент – не стоит искать сотрудников среди друзей и родственников! Причина – они работать будут хуже, а денег просить больше. Также на вас будет оказываться давление – мы же друзья давай лояльнее, в итоге вы просто на этом потеряете авторитет в коллективе и деньги. И ещё один момент – дружеские и родственные отношения будут безнадёжно испорчены. Гораздо лучше, когда из прекращения сотрудничества вырастает дружба, так тоже бывает если правильно управлять коллективом.

Третий момент прочувствованный мной лично – не стоит брать на работу бывших военных – они совершенно необучаемые и могут выполнять только прямые приказы, нет у них в мозгу творческой составляющей и обучаются они плохо. На мой взгляд это следствие того что их мозг натренирован на выполнение приказов, про то как мозг тренируется расписано в статье про тренировку мозга на моём блоге.

Четвёртый момент – не стоит брать на работу людей имевших судимости за тяжкие преступления, и наркоманов, даже грузчиками, даже без оформления – поверьте выйдет боком. (нет есть конечно несправедливо осужденные, но лучше не рисковать). Кстати есть люди на УДО которые вынуждены работать так как это одно из условий условного освобождения. Некоторые предприниматели берут их на работу за копейки, так как бывшим зекам это необходимо для того чтобы не вернуться в тюрьму, но я вас от этого остерегаю – это не честно, если взяли человека на работу и он не косячит – оплачивайте его труд достойно.

Прочитав информацию о кадровых агентствах, родственниках, военных возникает резонный вопрос – что делать?

Ответ – подбирать кадры самостоятельно. Давайте будем честны с вами уважаемые читатели – эту книгу читают начинающие предприниматели, или обыватели. Соответственно нет необходимости в подборе кадров на предприятие в 10 000 человек. На малом предприятии (я думаю человек до 100) можно уверенно подбирать кадры самостоятельно не затрачивая на это много времени.

Как выбирать кадры самостоятельно? В этом нет ничего сложного если придерживаться нескольких простых правил.

1) Вам нужно чётко понимать зачем и для выполнения каких работ нужен человек, для этого если у вас уже есть сотру. Идеальный вариант на поздних этапах развития – классный специалист, но в узкой области. Не следует пытаться подобрать – грузчика - системного администратора и то и другое в итоге будет делаться плохо.
2) В объявлении про приём на работу не пишите технических терминов, напишите просто, например – нужен системный администратор/дворник/водитель грузовика, это позволит вам выбирать из большего числа кандидатов и возможно в итоге вы выберите не лучшего специалиста, а человека с наибольшим потенциалом
3) Размещайте объявление там где «тусуется» ваша целевая аудитория – например системного администратора я бы поискал среди молодёжи по интернету (страницы вузов, молодёжные соц. сети и городские порталы), водителя же я бы поискал по газетке (или подал объявление на avito, городские порталы, и соц. сети для людей постарше). Представляйте кто вам нужен и где этот человек может быть!

4) После того как вы разместите объявление и к вам начнут поступать первые звонки вы сможете провести первую фильтрацию кандидатов для приглашения на собеседование. Первая фильтрация – по квалификации, если человек явно не соответствует то отсекайте, или если просит слишком много денег – так же отсекайте. Важно понимать, что по телефону собеседование не проводят, но он нужен чтобы отсечь явный «шлак» например электрика который затрудняется сформулировать закон Ома. Помните, не стоит по телефону сильно ковыряться в технических знаниях – для этого есть собеседование.

Как проводить собеседование с потенциальными кандидатами на трудоустройство?

Здесь тоже нет ничего сложного. Лучше если собеседование будет в неформальной обстановке и желательно чтобы на кандидата в сотрудники никто не давил своим «авторитетом».

1) Знакомимся с человеком, узнаём его интересы, оцениваем общий уровень (внешний вид, культура речи, интеллект). После этого ставим оценку.

2) Даём человеку тест на проф. пригодность. По результатам так же ставим оценку.

3) Оцениваем потенциальную лояльность человека и думаем о том, что может быть его мотиватором. Ставим оценку, чем выше лояльность и чем проще мотивировать человеком, тем выше бал.

Если вы сами не в состоянии провести анализ кандидата в сотрудники по этим трём критериям то доверьтесь профессионалам. Например, нанимая системного администратора, позовите на интервью с кандидатом человека

который сам является действующим сисадмином и может оценить уровень профессионализма.

Выбирая сотрудников вам следует помнить – вы выбираете себе не друга и не члена семьи, вы вбираете человека который должен приносить вам прибыль, вы заключаете сделку с ним – он работает вы покупаете результат его труда. Всё точка! Псевдосемейность в коллективе не нужна. Вам нужны лояльные производительные и обучаемые люди. Выбирая из двух кандидатов я бы выбрал пусть менее квалифицированного но более лояльного и лучше обучаемого, чем профи но плохо обучаемого потенциального саботажника.

Самое главное – не надо бояться брать сотрудников умнее себя, нет ничего плохого в том, что кто-то компетентнее вас. Если вы откажитесь возможности устроить к себе на работу более компетентного сотрудника то вы не сможете перенять его опыт, и возможно потеряете деньги, но про это я обязательно расскажу на страницах своего блога.

Какие выводы надо сделать из этой главы?

1)Вам нужно четко представлять кто вам нужен

2)Вы должны выбрать компромисс между способностью обучаться, знаниями по специальности и лояльностью

3) Нельзя подбор кадров доверять кадровым агентствам, и тем более брать на работу родственников/друзей и бывших военных.

4) Помните нанимая на работу человека вы не друга выбираете а того кто будет приносить вам прибыль.

5) Можно и нужно брать на работу людей умнее себя.

Сколько платить сотрудникам?

Эта глава в целом очень плотно переплетается со статьёй про мотивацию на моём блоге. С одной стороны надо платить достойно, но с другой стороны не имеет смысла платить много больше рынка.

Давайте подробнее разбираться с оплатой труда по найму. Первая засада с определением уровня оплаты труда происходит на собеседовании, работодатель и наёмный сотрудник смотрят на мир с разных сторон стола. Я когда обговаривал с первыми нанимаемыми сотрудниками заработную плату и говорил, сколько они получат за работу я имел ввиду суму которую я заложу на ФОТ (фонд оплаты труда), а соискатель говоря про желаемую заработную плату обычно подразумевает сколько он получит в руки таким образом тут уже возникает первый конфликт интересов. Изменить мышление сотрудника не получиться, да и неэффективно это если перебирать десяток кандидатов, проще измениться самому, точно посчитать, сколько вы можете заложить на ФОТ, сколько налогов придётся заплатить с этого и какую сумму в итоге получит потенциальный сотрудник в руки. И говорите ему именно эту сумму, в принципе можно в открытую сказать, что с чёрной зарплатой ты получишь больше, но дело в том, что сейчас много развелось ушлых сотрудников и вас могут «вложить» за это и в итоге выйдет это вам дороже.

При определении уровня оплаты труда важно промониторить рынок труда и понять, сколько стоят аналогичные специалисты, сотрудникам следует платить заработную плату +/- 10 % среднерыночной. Если платить меньше рынка, то вы получите или сильно пьющих или сильно опаздывающих сотрудников. Если платить много больше рынка то к вам придут люди ищущие денег и они уйдут от вас как только им предложат хоть на рубль больше. Именно поэтому надо платить рыночную з.п. или чуть больше, а лучшего по результатам месяца сотрудника достойно премировать. Важно брать именно специалистов, а не абы кого.

Но если сотрудник реально даёт вам прибыль то не стоит его обижать, можно платить и две и три рыночных зарплаты. Главное чтобы он вам делал хороший профит.

Оплачивать ли обучение?

На начальном этапе работы нашего СЦ я переживал за то как не стать учебным центром, то приходит к тебе человек обучается полгода и уходит к конкуренту на лучшие условия (вы же должны окупить затраты на обучение, а окупить вы их можете только платя сотруднику меньше). Таким образом учить сотрудников можно только при условии что в случае увольнения не отработав несколько лет они обязаны будут или возместить полную стоимость обучения. При том под увольнением я понимаю не столько «по собственному желанию» но и за косяки (если человек хочет сменить работу то он может начать специально косячить).

Доплачивать ли сотрудникам за учёные степени и дипломы, сертификаты?

Однозначно сказать нельзя, если труд ваших сотрудников не является интеллектуальным (например, моют посуду), то никакого смысла доплачивать за звания нет, проще устраивать ежемесячные соревнования по качеству, но например, у нас работают техники по ремонту и то копировально-множительной и вычислительной техники. Это несколько более сложная работа в сравнении с мытьём посуды, так как мне важна мотивация персонала лично я доплачиваю по 1500 рублей в месяц за сертификаты microsoft, novel, cisco и прочие котируемые сертификаты.

Доплачивать ли сверх положенного социальным страхованием. Здесь так же однозначно ответить нельзя – если у вас есть конкурент, который

доплачивает сотрудникам и вы не хотите быть «учебным центром» и готовить кадры для своего конкурента то ответ доплачивать. Если сотрудники могут уйти к конкуренту – доплачивать, если сотрудникам некуда уходить или есть огромная очередь из кандидатов и сотрудник не особо ценен, то доплачивать нет смысла.

У нас принята следующая система оплаты труда:

В любом случае сотрудник получит МРОТ, + он получит 30 процентов от чека за оказанные им услуги (ремонты и сервисное обслуживание), и лучший сотрудник СЦ получает премию в 20% от его начислений. Так же действует и система штрафов, за опоздания, возвраты техники на гарантии и за неисполнения в срок обязательств по ремонту и ТО техники. Ещё мы платим премии за рационализаторские предложения.

Я хотел бы, чтобы вы сделали следующие выводы из этой главы:

1) Сотрудникам следует платить рыночную или несколько большую заработную плату.

2) Обучать сотрудников можно только при условии, что это окупиться (контракт на отработку нескольких лет).

3) Сотрудникам исполняющим интеллектуальную работу следует доплачивать за сертификаты и учёные степени.

4) Следует не только поощрять рублём сотрудников за труд но и наказывать им же.

Как назначить себе заработную плату?

Как назначить себе заработную плату – вопрос, с которым сталкиваются многие начинающие предприниматели. Важно понимать, что если вы не обладаете финансовой грамотностью, то любая заработная плата уйдёт на унитаз и в «понты». Тут читатель может резонно возразить: «На кой чёрт я открывал своё дело, если я не могу назначить себе зарплату как хочу?»

Так проблемы нет, назначить то можно, но будет ли эта зарплата отвечать интересам миссии фирмы и её финансовому состоянию? (глава выше как управлять деньгами фирмы).

Меня забавляют предприниматели, которые выплачивают себе огромные гонорары в ущерб фирме. Дело в том, что фирма это актив. Она производит деньги, актив нужно беречь и сохранять. Если вы достанете из фирмы много денег это может подкосить фирму и финансовый фундамент в итоге даст трещину. Важно отказаться от мышления наёмного работника, доставая деньги из фирмы и тратя, их вы воруете сами у себя. Ваши сотрудники работают за заработную плату – вы покупаете их время, но вы же создавая фирму, создаёте актив который будет вас кормить.

Доставать деньги из работающей фирмы можно всегда, но если начать доставать много и преждевременно фирма никогда не раскрутиться… Я бы рекомендовал увеличивать «зарплату» или дивиденды после того как фирма стабилизировалась. Просто в такие моменты вы чётко будите представлять сколько можно «достать». По окончании роста можно извлекать всю прибыль, но это со временем похоронит фирму.

Традиционные выводы:

1) Откажитесь от мышления наёмного работника, доставая деньги из своей фирмы вы достаёте их из своего актива.

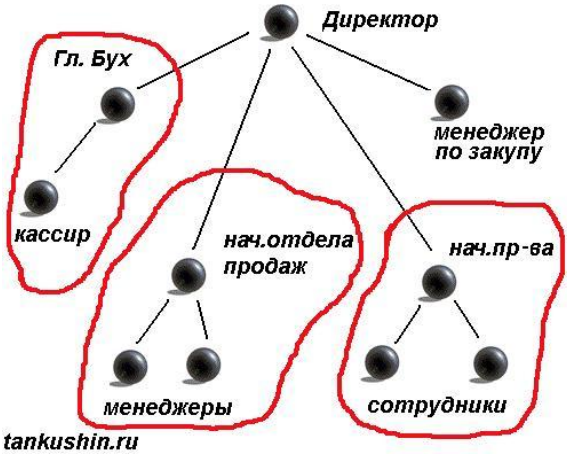
2) Вовремя стабильного роста можно извлекать прибыль в максимальных количествах с минимальным ущербом фирмы.

Почему для малого предприятия следует выбирать горизонтальную структуру?

Есть два принципиально отличающихся вида организационной структуры управления предприятием – горизонтальное (когда все сотрудники «равны» в правах, обязанностях, ответственности) и вертикальное (когда ответственность размывается по инстанциям, давиться инициатива и стоящие люди всегда будут на самом низу служебной иерархии).

По моему мнению, в малых предприятиях целесообразна горизонтальная структура, в крупных предприятиях в принципе тоже целесообразна горизонтальная структура, но уже на уровне «ядра». Сейчас я вам это докажу наглядно с картинками и примерами.

Давайте разберём гипотетическую фирму, которая производит какие-то товары. Товары надо производить из сырья, фирма закупает сырьё, обрабатывает в товар и продаёт, и вот из этого извлекает прибыль. Чтобы было понятно я разберу эту же фирму с горизонтальным и с вертикальным управлением.



Начнём с вертикальной (классической), структуры управления (смотрите картинку). У фирмы есть директор, ему подчиняются главный бухгалтер, менеджер по закупу и начальники производства и продаж. У каждого из них кроме менеджера по закупу есть подчинённые, пусть вся фирма человек 20, пусть они делают, например миллион в месяц, реально в цепочке генерирующей прибыль участвуют закупщик, сотрудники производящие товар, продажники, и бухгалтерия и курирует это дело директор.

Таким образом, в вертикальной структуре управления структуре в моём примере получилось два лишних человека – начальник производства и начальник продаж. Если спросить у такого начальника отдела что является его производственной функцией он будет долго распинаться как важна его работа, но, по сути, он мотивирует подчинённых, решает кого представить на премию, кого наказать, но самое главное кроме пользы он вредит.

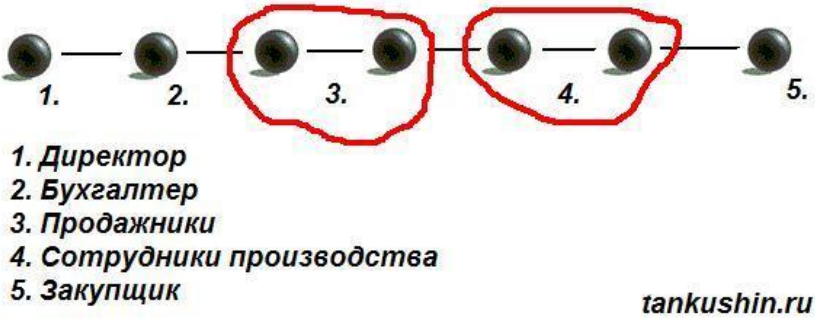
Начальник отдела, да и вообще любой начальник в вертикальной структуре не может допустить, чтобы подчинённые были «умнее» его, так как это вредит самооценке и авторитету в коллективе, таким образом, в отделах будут оставаться только «слабые» сотрудники, которые по курилкам будут ругать начальство, плохо работать и даже немножко вредить. Далее в вертикальной структуре рядовые сотрудники будут «обделёнными» так как, как правило, если отдел работает хорошо – его (отдел) премируют, деньги выделяют на отдел, а вот как попилить их решает уже начальник отдела, и естественно его материальные интересы выше, чем задача мотивировать кадры, которые собственно и обеспечили работу отдела.

Еще один недостаток вертикальной структуры – размытие ответственности. Для примера – менеджер идёт к начальнику отдела продаж и говорит, а давай сделаем то-то, нач. отдела говорит – «а давай, делай, отличная идея». Менеджер пришёл согласовать с начальником отдела для того чтобы снять с себя ответственность (начальник же разрешил). Начальник отдела

разрешил, так как это было предложение менеджера и если оно провалиться, то вроде как виноват менеджер.

Самый главный недостаток вертикальной структуры (он по сути он следствие из того что написано выше), негибкость структуры. Смотрите, вдруг отдел продаж сделал что-то гениальное и продажи выросли в 2 раза (например, сделали новый сайт). На первый взгляд – всё прекрасно выросли продажи значит мы молодцы, но вот тут возникла засада – продадим всё со склада и будет дефицит, продавать будет нечего в итоге клиенты будут недовольны а это потеря клиентов и денег.

Логичное решение – начать производить в 2 раза больше, но вот проблема – отдел производства это слабые безвольные и плохо мотивированные сотрудники, они просто не могут выдать столько товара, чтобы не сорвать новый план. Набрать и быстро обучить новых сотрудников не выйдет, донабрать – не всегда возможно, рац. предложение никто не кинет так как никто этого не умеет.



Теперь предлагаю рассмотреть горизонтальную систему (смотрите картинку). Чтобы было всё предельно понятно, мы рассматриваем ту же фирму, пусть она так же делает миллион в месяц и продаёт тот же товар, но сотрудники здесь равны и приветствуется творческое начало. Директор в данной структуре формальная должность и он не стоит над остальными, он равен сотрудникам.

Тут у читателя может возникнуть сомнения в моей компетентности, некоторые даже скажут – «друг да ты бредишь!». Не спешите вешать на меня ярлыки. Я же не сказал, что директор не имеет власти, я сказал – структура управления предприятием горизонтальная и все в ней равны.

Как осуществляется управление персоналом при горизонтальной форме управления? В нашем примере – директор определяет развитие компании, и занимается мотивацией персонала – критерием его эффективности является рост компании и рост прибыли. Продажники – продают товары и вносят предложения по продажам – критерий их эффективности – рост продаж, кто из них продал больше, тот в следующем месяце имеет большую премию, соревнование проходит ежемесячно. Для тех, кто производит товар – главный критерий эффективности – процент брака и производительность, у кого показатели лучше, тот соответственно получит больше. Показатель эффективности сотрудника отвечающего за закупки – экономия на закупе от среднерыночной цены, купил на 10 процентов дешевле рынка – половину от сэкономленной суммы положил в карман. Критерий эффективности для бухгалтера – отсутствие штрафов и проблем при проверках контролирующих органов.

Власть директора практически и формально есть, он может так же уволить сотрудника, наказать, но в горизонтальной структуре присутствует стабильная обратная связь, директор предприятия в этой структуре является ядром коллектива. Можно понять потребности каждого сотрудника для его лучшей мотивации. Далее при горизонтальной структуре управления не режется инициатива и не размывается ответственность, просто не получится размыть ответственность между начальником отдела и подчинёнными. Благодаря постоянному соревнованию за премию показатели эффективности коллектива будут расти, так как нет начальника отдела, который себе отпишет премию, а на работу наберёт идиотов, чтобы казаться на их фоне самым умным. Так как нет двух начальников отделов, на фонд оплаты труда останется больше денег и на

предприятии получится установить заработную плату несколько выше рыночной, что позволит набрать на работу лучших специалистов.

А теперь давайте представим, что будет, если продажники так же сделают чудо и продажи вырастут в два раза. Так как коллектив не рубит инициативу и приветствует рацпредложения, возможно, какое-то решение будет предложено самими сотрудниками. В крайнем случае, можно попросить их рекомендовать людей для работы в две смены. Да вы можете мне возразить – при вертикальном управлении так же можно вывести народ в две смены, но одно дело мотивированные сотрудники спецы и как правило у них есть друзья из этой же области, или низкомотивированые сотрудники низкой квалификации. При горизонтальном управлении за счёт постоянного соревнования, постоянной обратной связи эффективность работы выше.

Да мне можно возразить – «кадры решают всё» - набери нормальных начальников отделов в вертикальной структуре и всё будет супер! Да не будет! У нас постоянно, чем больше руководителей, тем ниже эффективность и всё «дерьмо» всегда всплывает в руководители. Далее – какой бы умный не был начальник отдела, всегда попадется более умный сотрудник, и если горизонтальная структура только выиграет от этого, вертикальная зарубит инициативу, и вероятно избавится от специалиста более опытного чем начальник.

Пример вертикального управления внедрён на фирме моего знакомого, они занимаются дачным строительством и если честно вертикальное управление срисовано с них. Горизонтальное управление – мои выкладки как бы я поступил с его фирмой, но его фирма это его личное дело.

Теперь немного про нас, наша фирма типичный пример горизонтального управления, у нас идёт постоянное соревнование между техниками по ремонту и ТО и лучший получает на 10 процентов больше денег. Показатель эффективности – меньшее число жалоб. У нас внедрён коэффициент – один сотрудник обслуживает, например организацию на 40 машин, а второй

обслуживает две организации, где в сумме 30 машин. Показатель «косячности» считается из расчёта количества обслуживаемой техники. Пока работал сервис показателями эффективности там были – скорость ремонта и процент брака. И постоянно шло соревнование, у кого показатели лучше тот получает больше денег, иногда на сервисе начинались споры – кто какую технику будет чинить – и это было прекрасно. А потом я упёрся в то, что такому сервису предприниматель не нужен, так как прекратился рост (нишу заняли) и всё работает стабильно. Главная заслуга моя – внедрение горизонтального управления, мне не пришлось, как директору разгребать интриги, думать, почему отделы косячат – все всем было понятно, и у всех была постоянная конкуренция между собой.

Вспоминаю время, когда я работал по найму в ООО «Градиент» г. Лесной. Весь сервисный центр там представлял трёх сотрудников, один из них был старшим по сервису. В итоге старший забирал лучшую (лёгкую и высокодоходную) технику себе, далее картриджами (тоже хорошая тема для заработка, хотя и вредная) занимался «подлизала» и хороший друг смотрящего за сервисом, а мне как новичку доставалось все что они не разобрали. Вот так на собственной шкуре я понял, что вертикальное управление это прошлый век и в работе своих фирм я его применять не буду.

Я намеренно не пишу, что никогда не буду, так как я пока не сделал предприятие, где работало бы, например 200 человек.

В малом бизнесе горизонтальное управление самый эффективный способ организовать производственный процесс.

Да бывает психологически сложно принять на работу человека умнее себя, но, во-первых – вы лишаетесь опыта и возможности его приобрести, во-вторых, мне жаль предпринимателей, которые являются самыми опытными сотрудниками своих фирм, так как без них фирма не жилец, в-третьих, вы лишаетесь денег, так как профи может сделать работу лучше и эффективнее и значит прибыльнее.

По прочтении этой главы я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Вертикальная структура управления режет инициативу и размывает ответственность и не отличается эффективностью.
2) Горизонтальная структура гораздо эффективнее вертикальной только когда присутствует постоянное соревнование.
3) Не бойтесь брать на работу специалистов, фирма всё равно ваша, если сотрудника нормально мотивировать, и вы это в совершенстве делаете, то маловероятно, что он вас «кинет», а опыт и за счёт этого деньги получите вы.
4) В малом предприятии горизонтальная структура гораздо эффективнее.
5) В горизонтальной структуре нет «лишних» начальников

В завершение этой главы и в доказательство того что горизонтальная структура эффективнее приведу тот факт что государственный комитет обороны в годы великой отечественной войны был типичной горизонтальной структурой. ГКО в своё время смог перевезти сотни предприятий на восток, перебросить миллионы войск к местам боёв, обеспечить их всем необходимым и в итоге выиграл войну. Да сама армия классическая вертикальная структура (от этого никуда не деться) но государственный комитет обороны и ставка верховного командования были именно горизонтальными структурами и у каждой проблемы и у каждой инициативы были фамилия имя и отчество, а не вечный поиск крайнего. Именно поэтому я считаю Путинскую вертикаль власти бредом, а про него даже говорить не хочу, так как цензурных слов не имею….

Почему важно строить бизнес как систему, и как это сделать?

Вероятно, читатели заметили, что многие главы этой книги отвечают на вопрос как. Эта глава не станет исключением. Начну, пожалуй, со второй части.

Как построить бизнес как систему – довольно сложная и занятная задача. Выше я уже писал, что бизнес эта структура генерирующая доход, как сделать так чтобы бизнес работал без вас.

Если всё до предела упростить, то вам надо сделать так чтобы предприятие работало без любого сотрудника, т.е. надо сделать так чтобы функции сотрудников резервировались и распределялись. На начальном этапе это сделать практически невозможно, так как сама структура предприятия ещё не сформирована, но через некоторое время это реально.

Очевидно, что микропредприятие (из одного-трёх сотрудников) не может быть бизнес системой. Так как просто некому и нечего полностью зарезервировать. Бизнес станет системой, когда все вопросы будут решаться без участия создателя. Это возможно на довольно крупных предприятиях. Лично я довёл предприятие до полуавтоматической работы (я трачу около трёх рабочих дней) в месяц на обратную связь, развоз счетов и общение с клиентами.

Как сделано у нас? Всё просто – есть техники по ремонту и ТО копировально множительной и вычислительной техники закреплены за своими объектами, если один из них заболел, его подменяет другой сотрудник. Если бы у нас был один техник, то его болезнь или отпуск были бы остановкой предприятия, или мне бы приходилось самому вспоминать, как это делается. Это не правильно. Так как техников несколько они успешно подменяют друг друга.

Чтобы не мучиться с бухгалтерией на начальном этапе её можно отдать на удалённую работу в специализированную фирму (именно в фирму так как я видел как однажды после конфликта с внештатным бухгалтером она уничтожила документы и у предпринимателя было довольно много головняков

по восстановлению всего этого – фирма так сделать не сможет так как у вас с ней договор, а приходящему бухгалтеру платят, как правило, за отчёты.

Если вы не хотите отдавать бухгалтерию на удалёнку то до определённого момента вы будите переплачивать штатному бухгалтеру, а потом у вас будут проблемы так как человек может заболеть у него могут быть дети и т.д и т.п. до тех пор пока у вас не будет потребности в двух бухгалтерах выгоднее обращаться в спец фирму. Та же история и с юридическим сопровождением фирм.

У нас в ООО бухгалтер в числе учредителей, так что вопрос оплаты труда решается несколько иначе. Плюс такого решения – у человека появляется свой меркантильный интерес. Но я не призываю вас делать так же. Если бы я сегодня начинал, какое то дело с 0, я бы обратился в спец. фирму, а потом взял штатного сотрудника. Я последнее время стал сторонником того чтобы отдавать непрофильные процессы фрилансерам и на удалённую работу.

Рекламу, брэндинг и SEO продвижение можно отдать фрилансерам и на аутсорс. Согласитесь при штате 20 человек поломоек и водителей на клининге держать SEOшника несколько накладно, но на удалёнке вполне можно пользоваться услугами.

Последний самый болезненный вопрос – как сделать так чтобы предприятие работало без создателя? Ответ на самом деле очевиден – взять управляющего! Но как выбрать подходящую кандидатуру, сколько ему платить, как контролировать – тут рекомендаций я вам дать не могу. Оптимально прописать в контракте с ним его права и обязанности, и например, ограничить в пользовании оборотными средствами и распоряжении активами так как все могут ошибаться, но в малом бизнесе нелепость может погубить предприятие. Кстати рекомендую рассмотреть на должность управляющих пусть неудавшихся но предпринимателей так как у них уже есть какой никакой опыт и возможно **под чутким контролем** из «неудавшегося» предпринимателя получиться неплохой руководитель.

Почему бизнес должен быть системой? Ответ на самом деле очень прост – живём мы один раз и в жизни есть несколько более приятные вещи, чем текучка. Лучше взять управляющего и потерять от 40 000 – 50 000 и до миллионов чем разруливать текучку… В конце концов дивиденды от бизнеса если вы не тратите на него времени это награда за сделанное ранее, а если вы там пашите это зарплата. У всех нас время не возобновляемый ресурс. Цените его!

Прочитав эту главу, я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Непрофильные процессы целесообразно отдавать на аутсорс так как это на начальном этапе дешевле
2) Сотрудники должны резервироваться.
3) Время ценный ресурс и глупо его тратить на текучку.
4) Получать награду за сделанное ранее гораздо приятнее, чем зарплату за текущую работу.
5) Управляющего надо ограничивать в действиях, чтобы он не наделал косяков.

Как предпринимателю вести себя с чиновниками и государственными органами?

А вот тут однозначной рекомендации нет, но мой совет – «подлизывать». Я бывал в пенсионном, в налоговой – там сидят такие дуры, что я бы не то что их в окошко на обслуживание людей посадил! Самое место им в обезьяннике, но не по внешнему виду, а по интеллектуальным способностям, потому что даже медведя можно научить кататься на велосипеде, но там зачастую работают тупые и необучаемые люди которых не взяли предприниматели и которые не смогли запустить бизнес.

Например, в этом году мы регистрировали ООО «Эталон» и выдавала нам одна дама документы, предварительно проверяла вторая при том она сказала, что первая выдала не те формы (корче законы поменялись за 15 минут, это было наше первое возмущение), а итоговый косяк в заполнении нашла нотариус. Как вы сами понимаете, нотариус должен только заверить подпись, а она нам показала косяк в заполнении. Если бы мы это не исправили, то мы бы получили отказ в регистрации, ну так что умные дамы сидят в налоговой?

Но это ещё ничего, по рассказам моего бухгалтера в пенсионном работает дама, которая будучи бухгалтером в одной из коммерческих организаций, начисляла отпускные 13 месяцем.

У нашего государства есть любимая фишка – загонять всех предпринимателей в долги посредством постоянной смены платежных реквизитов и соответственно неразберихи с платежами. Как всё это началось – в 2009 году мы честно платили установленные налоги и взносы в соц. страх, ПФ РФ, налоговую, но потом как, то упёрлись в то, что у постоянно меняются КБК (коды бюджетной классификации), и в итоге выяснилось, что если не платить сразу, а ждать инкассового требования (письмо в банк с требованием снять деньги со счёта) то получаются два преимущества – гарантировано нет недоплат, не зависают не на тех счетах деньги (вернуть деньги, зачисленные на

другой КБК без долгой переписки не получиться и их охотно заносят в счёт авансовых платежей, но на правильном КБК денег нет и в итоге получаются проволочки. Есть правда недостаток – если денег на счёте мало то вам его заблокируют, но постарайтесь не доводить до абсурда.

Один раз мы даже столкнулись с тем, что мы внесли авансовый платеж не на тот КБК, получили инкассовое требование с пенями, в итоге мы заплатили дважды за одно и то же и ещё с пенями за просрочку АВАНСОВГО платежа. И такого бреда в России сегодня полно, как сказал один уральский фермер – «уровень бреда превысил уровень жизни».

Самый цирк у нас происходит с фондом социального страхования. Изначально мы платили им как оно прописано в законе, но потом дважды ошиблись с КБК и меня вызвали к судебным приставам, сходил, заплатил наличкой (благо в соцстрах платятся какие-то копейки), и вот с тех пор повелось, что я плачу социальное страхование чрез судебных приставов. В этом году мы задали вопрос – почему вы не снимаете у нас деньги инкассово как все остальные? Ответ нас просто убил – вы не уведомили нас об открытии счёта (хотя мы с него совершали первые несколько платежей, и данные о счетах им присылают налоговая и ПФР, и конечно же наше уведомление), нам сказали или платите и дальше через приставов или вам выпишут штраф в 5000 рублей. Если честно – можно этот штраф получить, заплатить и обжаловать в суде – дело то 100 процентов выигрышное, но приставы находятся в квартале от меня и нет никакого желания лишний раз идти в наши суды.

Такого рода глупости исполняют постоянно различные государственные органы, и мелкое чиновьё. Создаётся такое впечатление, что дураков в стране 99 процентов населения, но на самом деле это не так, дело в том, что дураков не так много, но они стоят так грамотно, что постоянно с ними встречаешься.

Теперь вопрос как же себя вести? Выше я уже написал – подлизывать. Спорить с дураками бесполезно, споря с дураком вы опускаетесь на его уровень,

а там он вас задавит своим опытом, поэтому не надо с ними спорить. Это бесполезно. Улыбайтесь, лицемерьте, говорите какие они умные, главное знайте что они идиоты и вы гораздо умнее.

Если к вам пришла проверка лучше прямо спросить какой у них план, и помочь им найти нарушения на план (они могут найти больше или если у вас всё отлично нарисовать то, что нарушением не является). Потом это дойдет до суда, где в итоге вы услышите – «нет основания не доверять государственному чиновнику» и в суде вы сольёте. Вероятность этого 90 процентов! Так как суды наши судами не являются, тройки при Сталине судили честнее.

Прочитав эту главу, я хотел, чтобы вы сделали следующие выводы:

1) Улыбайтесь и лицемерьте какие бы идиоты перед вами не стояли, говорить про чиновников надо как про покойников – или хорошо или ничего!
2) Не спорьте с идиотами, это бесполезно.
3) Платите по инкассовым требованиям – так нет ошибок не с теми КБК, деньги не зависают в неизвестности, а проценты по пеням смешные, скажем так выгоднее платить с пенями так как пока дойдёт до инкассовгого из этих денег можно сделать больше.
4) Не доводите до суда – это пустая трата ресурсов. Суды всё равно стоят верными церберами на страже интересов его величества государства…

Раздел 3. Типичные ошибки начинающих предпринимателей и кризисы развития.

Почему начинающие предприниматели совершают ошибки? И как косячил я!

Тут я отвечу вопросом на вопрос – а почему школьники совершают ошибки при выполнении учебных заданий?

Ответ тут простой – потому что нет навыка, нет опыта, нет чуйки. Вообще как получаются предприниматели? Если честно большинство тех, кто считает себя предпринимателем таковыми не являются, они являются хорошими специалистами, но они не предприниматели.

Предприниматель это человек, который умеет находить деньги и извлекать профит прикладывая минимальные собственные усилия. В то же время владельцы «бизнесов» зачастую не предприниматели а самовлюблённые идиоты думающие что они что то из себя представляют как СПЕЦИАЛИСТЫ и потом уже как предприниматели (как бывшая соседка по аренде - «хозяйка» Лена – начальница одной продавщицы с магазином строй материалов с выручкой ниже чем у нас на сервисе, постоянно колотила себя в грудь и кричала какая она крутая бизнесвумен).

Я остерегаю вас от «понтов» так как ничего кроме раздражения они не вызывают. Мой жизненный стиль точно описан цитатой Франклина: «не повышай голоса, но держи наготове дубину и ты далекой пойдешь». Только я к нему добавляю: «Без необходимости старайся не выделяться чтобы не вызывать раздражение окружающих».

У меня есть один знакомый - местный подпольный миллионер у него торговый центр, несколько магазинов, две заправки, а познакомился я с ним благодаря сервису компьютерному – мы обслуживали его бухгалтерию.

По настоящему я его зауважал, в тот момент, когда он крыльцо его централизованной бухгалтерии кайлом ото льда отбивал. «Я дворника за пьянку уволил, а девчонки падают» - Человек имеет доход несколько миллионов в месяц, но спокойно вышел и отбивает лед, чтобы сотрудники не падали, так как мгновенно нового дворника не взять (газета раз в неделю, интернет малоэффективен для поиска человека такой профессии).

Скорее всего, меня мало кто понял, поэтому предлагаю разобрать меня по косточкам. Например, я на начальном этапе представлял из себя типичного специалиста, я был просто отличным железячником, хорошим сисадмином и посредственным ТОшником. Мне на тот момент было понятно одно – сделал работу – получи деньги, таким образом, я жил типичным мышлением наёмного рабочего.

Занятно, что при этом я уже был ИП и как меня убеждали друзья – ИП круто, будешь ИП заказы попрут, всё будет супер… В итоге я зарегистрировал ИП поколотил пьяные понты перед мадамами в кабаке: «я ИП мать вашу, я предприниматель всем со…», и лодка мечтаний разбилась о камни реальности☺… Как же я ошибался, каким лузером я был! Заказов нет, источника получения доходов нет, а пенсионному уже заплати….

У меня в мозгу ещё не сложилось понимание того, что никто меня за ручку к месту работы не приведёт, никто мне не даст заказы, что всем на меня глубоко срать и никто мне не поможет, но я уже должен всем и всё. Это понимание пришло позже, пришло оно с пониманием того, что ничего у меня не будет, пока я сам не пошевелюсь, пока я сам не начну двигаться.

Как надо продвигать услуги, где брать клиентов, как найти помещение под аренду, где брать расходные материалы для работы. Всё это было мне непонятно. И я не знал, как организовать работу так чтобы мне «ничего» не надо было делать руками.

Соответственно я начал бороться с непонятками – потратил пару дней на поиск поставщиков расходных материалов, заключил с ними договора, подал

рекламные объявления в газеты. Затем постепенно я трансформировался в ООО, потом перестал справляться с объёмом работ. Следующим шагом стало принятие на работу людей, и в какой-то момент я понял, что делать работу чужими руками легче, да приходиться отдать часть дохода, но взамен я получаю бесценный ресурс – время. В тот момент, когда я научился покупать время других людей, высвобождая при этом своё собственное, я и стал предпринимателем именно в тот момент...

Сколько ошибок я сделал за время с 2008 года – сложно подсчитать, но каждая из ошибок сделала меня умнее и в итоге я оказался там, где я сейчас нахожусь. Каждый из нас по разному реагирует на неудачи – некоторые сдаются и ноют что жизнь не справедлива, а некоторые извлекают из этого опыт и не повторяют ошибок. Моими главными ошибками в становлении меня как предпринимателя были:

1) Переоценка своих возможностей.

На самом начальном этапе работы я думал что я лучший, я тогда не предполагал что таких как я «умных» сотни. И ещё я очень оптимистично считал время работ (в итоге оказывалось в разы дольше и затратнее).

2) Колочение пустых и необеспеченных понтов.

Вероятно, это не столько ошибка сколько проблема возраста, ИП я стал в 19 лет, в этом возрасте это свойственно многим. Просто у меня это было в гипертрофированной форме.

3) Пренебрежительное отношение к деньгам.

Вероятно это следствие предыдущего пункта. Для меня не было сложным просадить месячный доход фирмы за день-два притом в самой бестолковой форме (пропить прожрать). Мой рекорд дневного просирания, поставленный в 2011 году, 108 000 рублей (решил организовать коллективный отдых с «друзьями», ладно бы корпоратив)… Эти деньги, вложенные в рекламу компьютерного

сервиса, позволили бы заработать в несколько раз больше за пару месяцев. Главный аргумент просирания: «а похрен, ещё заработают». Доходило до асбсурда – снимали коттеджи для пьянок! Да – ещё я направо и на лево рассказывал сколько прилетело, что деньги любят тишину я понял гораздо позднее.

4) Ориентация на одного крупного клиента.

Так получилось, что в какой то момент мы поняли, что большую часть прибыли нам даёт один клиент – бюджетное учреждение в имеющее филиалы в 4х городах. И мы полностью переориентировались на его обслуживание. Доходило до того что я сам писал техническое задание для конкурса на право заключения государственного контракта. В итоге это учреждение будет ликвидировано, и халява кончиться… Так как оно дает примерно половину прибыли СЦ я подумываю о его сокращении сразу после ликвидации организации.

5) Нежелание платить специалистам.

Ещё одна больная тема. Первый сайт я делал сам на коленке – он был уродским, не функциональным и не интерактивным! Я поджал каких-то 3000-6000 рублей денег, а в итоге потерял часть заказов, так как у нас декларировалась услуга и по созданию сайтов – продаем, а сами не умеем делать. Ещё я поджал денег на брэндинг в итоге у нас теперь несколько неправильные логотипы с технической точки зрения (он не читаем, хотя эстетически приятен).

6) Нежелание платить за эффективную рекламу та как я считал её дорогой (вот баран я делал с неё больше).

Для примера – покупка баннера на передовице давала мне около 20 заказов на ремонт, объявление в общей массе вообще могло не дать заказов. Объявление стоило 130 рублей (там плата за слова), баннер стоил в десятки раз дороже, но он работал! Я раз в месяц покупал баннер, и он всегда окупался, но объявления по 130 рублей не окупались

почти никогда, но я упорно платил по 130 рублей, так как дешево, а баннер, который давал реальные заказы я нечасто брал, так как дорого! Не бывает дорогой и дешёвой рекламы, реклама бывает эффективная и нет!

7) Хамство в пенсионном.

Про это была глава, «как предпринимателю следует вести себя с чиновниками». Повторяться не стану.

8) Ругань с банком обслуживающим расчётный счёт.

На начальном этапе работы я поругался с банком. За мелочь (горячий я тогда больно был), в итоге при аресте счёта банк отработал формально – мне арестовали счёт и уведомили меня СМСкой. Со временем в банке поменялись почти все сотрудницы, я перед новым годом традиционно развожу всем клиентам и партнёрам подарки и не обошёл вниманием банк, в итоге перед вторым арестом счёта мне позвонили из банка и сказали: «налоговая прислала требование о приостановлении операций по счёту, у вас есть срочные платежи?» Это вроде как мелочь, но приятно (счёт у нас арестовывают по той причине, что мы не платим налоговые платежи из-за смены постоянной КБК, а налоговая за место инкассового списания видимо из вредности приостанавливает операции по счёту, списывает, а потом разблокирует, но всё это делается БУМАЖНОЙ почтой - приходится после блокирования к ним ездить и пинать их, чтобы отправили электронкой).

9) Нерациональное распоряжение деньгами фирмы.

Про это была глава, «как управлять деньгами». Повторяться не стану.

10) Я начал срезать расходы, в том числе и обоснованные, когда надо было увеличивать доходы.

Я писал в главе про сервисный центр что в какой-то момент я отказался от аренды офиса и ликвидировал приёмщика так как счёл

эти направления убыточными. Когда я предпринимал эти действия, мне они казались правильными и логичными, но они оказались локально верными, но стратегически проигрышными. Потеря офиса сильно усложнила привлечение новых юр.лиц – клиентов. Мне следовало вложить деньги в рекламу, изменить схему обслуживания и оставить магазин при сервисе. Я же посчитал это убыточным и срезал.

Про ошибки мы поговорили, они хотя и стандартные для многих предпринимателей, но они имеют индивидуальные особенности, а вот кризисы развития абсолютно одинаковые для тех, кто начинает без опыта и подготовки. Большинство из них носят психологический характер.

Я сторонник того что бизнес надо делать с минимальными вложениями, тогда потеря не так критична. Так что кризисы рассмотрены именно для нулевого старта (а другого я пока и не делал).

Первый кризис — крупные деньги.

Кому то покажется странным, почему крупные деньги кризис. На самом деле это очень опасный момент. Помните детскую эйфорию от карманных денег? Они как-бы дают власть. Когда человек начинает работать на себя (если он именно будет работать) денег у него будет гораздо больше чем было бы при работе по найму – это окрыляет и даёт ту самую детскую эйфорию, радость.

Лично я когда первый раз увидел дневной Z-отчёт на 19780 рублей (это по услугам и сделано это было одним мной) я тогда подумал – «нахрена я вообще работал на дядю», я там за месяц столько не получал, первые мысли – ну всё теперь можно ни в чём себе не отказывать. Головокружительная *(тогда для меня)* дневная сумма рисовала в моём воображении новую машину, красивую жизнь, ведь с 20 000 чистыми было более 13 000, а я был один и работал 6 дней в неделю, таким образом, теоретически это было 312 000 в месяц! Какой же я тогда был глупый и наивный, на следующий день в кассе было всего 3 400 за день, а те 13 000 чистыми были проеты и прогуляны….

Удовольствие от гулянки – больная голова утром и поганый привкус во рту + нерабочий следующий день, а вложи я их в рекламу я бы мог арендовать баннер который бы мне принёс больше клиентов и больше денег. Если денег будет очень много появятся желания и прихоти, которые мало что дадут для роста бизнеса, начинает вылезать гордость и бахвальство которые могут неприятно кончиться.

Человек, не державший в руках больших денег, став предпринимателем получает относительный их избыток и начинается нерациональное их распределение. Осознание истиной силы денег приходит несколько позднее. До меня дошло, что из денег надо делать деньги на третий год к этому времени у меня уже запустились деградационные процессы на фирме и в сознании…

Второй кризис – не успеваю всё или первая потеря комфорта.

Если качественно выполнять свою работу, вкладываться в рекламу и развивать своё направление то до определённого момента времени доход будет расти линейно, так же линейно будет сокращаться количество свободного времени, и будет нарастать общая усталость.

Потом появиться пренебрежение к определённым работам – это дешево, я это делать не буду, следующим этапом станет – «аааа! Отличный заказ, но я не успеваю его закрыть». Как мне быть? С большой долей вероятности если вы не найдёте кому передать заказ вы его просто потеряете.

С течением времени такого рода заказов будет всё больше, и в конечном итоге, отказные заказы будут негативно влиять на вашу репутацию. Но для самозанятого человека отказы это не смертельно, кризис настаёт в тот момент, когда есть много дорогих заказов, а закрыть их вы физически не можете.

Как правило, тут или происходит найм на работу первых сотрудников или перегорание «предпринимателя».

Я думаю, что полная загруженность, дикая усталость и отказы клиентам это даже для матёрого предпринимателя «критическая» ситуация.

Третий кризис – учимся делегировать полномочия.

Вы всё делали правильно, и вот ваш бизнес стал напоминать гнилую бочку — в неё льётся поток заказов, большая часть которых выливается, и вы в одиночку не успеваете «залатывать дыры» выполнять заказы, вы понимаете, что вам нужен помощник. Вот тут наступает кризис делегирования. Вы сами уже нее можете делать всё, что требуется (в сутках 24 часа и хотя бы 6 надо спать), а доверить своё детище какому-то проходимцу трудно!

Но всё равно придётся это сделать! Да это первый раз неприятно, необычно, но если вы подберёте нормального кандидата, то ничего страшного не произойдёт! Я помню, как неловко себя чувствовал, когда первый раз отправлял нанятого сотрудника чинить компьютер. У меня в голову лезли дурные мысли: «А если накосячит, а как разруливать, а если налетит, а если квитанцию не выпишет». Но на удивление всё прошло гладко! Деньги – лучший мотиватор наёмного сотрудника. Если вы сможете заплатить, то люди с радостью будут выполнять ваши задания.

Ничего страшного в делегировании нет. Если очень волнуетесь, то можете первый раз сходить с кандидатом и проконтролировать все его действия. Поверьте, наёмный сотрудник (вернее даже кандидат) боится накосячить больше, чем вы боитесь за то, что накосячит он!

Четвёртый кризис – как отдать деньги?

Для многих «предпринимателей» отдавать деньги самый болезненный процесс. Ведь всё что они делали, делалось ради денег.

Я никогда этого не понимал. Не заплатить сотруднику, ровно как и обмануть его это всё равно что перестать кормить курицу несущую золотые яица….

Пару то яиц она без кормёжки ещё снесёт, а потом сдохнет. С сотрудниками та же история. Ну если приносит вам человек 100 000 чистыми в месяц, так не жмитесь отдайте на ФОТ (фонд оплаты труда) 50 000, в руки он 35 000 получит, все довольны…

Если не следовать этому простому правилу в итоге через пару тройку месяцев человек уйдёт, вы найдёте замену но не факт что она будет лучше.

Сотрудников надо уважать и ценить так как, как завещал нам великий вождь товарищ Сталин – «Кадры решают всё», но кадрам надо платить.

Чтобы легче пережить отдачу денег – сразу дайте себе установку что вы должны их отдать. Желательно до того как получили.

Ну и маленький психологический приём – многие мелкие предприниматели платят зарплату наличной, раньше я тоже этим грешил, но потом я заметил, что психологически легче расставаться с цифрами в компьютере, чем с реальными деньгами. После этого мы начали участвовать в зарплатном проекте нашего банка и платить зарплату на карточки.

Да так не получиться платить серые деньги (так как коммерческие банки теперь отчитываются об операциях перед ИФНС), но лично мы никогда не платили серую зарплату.

Пятый кризис – сотрудники работают хуже меня, почему я делаю это лучше?

Этот кризис переживают только специалисты, если вы не компетентны в той области, в которой нанимаете людей вам это не пережить. Например, я очень болезненно отдавал крупного заказчика наёмному системному администратору. На начальном этапе я был постоянно недоволен качеством его работы. Придирался за каждую мелочь - всё делается неправильно, не так как надо, не по-моему. Но когда он поднял без моего вмешательства сервер на Citirx и сделал полностью виртуальные терминальный сервер и контроллер домена, внутри одной машины я от него отстал, так как мне до его уровня далеко, а парень просто оказался очень скромным.

Я реально мог загнобить хорошего спеца, так как сам в этом разбираюсь. В целом он делал всё даже лучше чем я, но так как моё самолюбие и моё представление о том, как надо шли в разрез с его работой возникал конфликт.

Не надо бояться брать на работу людей умнее себя, если вы видите, что клиенты довольны, и качество работы сотрудника достаточное не надо к нему лезть с наставлениями и советами. Дело в том, что многие работы субъективны, что кажется правильным одному, является недопустимым для другого. В работе важен результат – качественное обслуживание клиента и его полная удовлетворённость. Не стоит придираться за детали выполнения работы. (конечно не доводите до абсурда данный совет). Все мы разные и каждый выполняет работу по-разному, важно чтобы результат был достигнут требуемый и в разумные сроки.

Шестой кризис – как заплатить налоги☺.

Да как ни странно уплата налогов поначалу это тоже кризис. У нас в стране смешные налоговые ставки для мелких фирм и ИП и при грамотном учёте эти налоги можно свести практически на нет, несколько иначе обстоит дело с налогами на ФОТ (фонд оплаты труда).

Дело в том, что подоходный налог + отчисления в ПФР + соцстрах суммарно дают довольно не малый процент от отдаваемых в руки сотруднику денег (больше трети). Вот эти деньги предприниматели очень не любят отдавать ни государству, ни в руки сотрудникам. Они упорно считают их своими, именно отсюда растёт понятие зарплата в конверте.

Так же не любят отдавать НДС предприниматели, работающие на ОСНО (про выбор налогового режима у меня на блоге есть статья), НДС наоборот стараются заявить к возмещению.

Чтобы не сталкиваться с кризисом отдачи этих денег я изначально предлагаю вам относиться к ним как к чужим (не зря вы являетесь налоговым агентом – партнёром государства по сбору этих налогов). Если вы смените к ним своё отношение, т.е. перестанете считать что это ваши деньги, то вам отдать их будет гораздо легче.

Я предлагаю вам считать, что государство ссудило их вам беспроцентно до конца отчётного периода. Согласитесь, что ссуду отдать несколько легче, чем кровнозаработанное. Сами деньги конечно от этого не изменяться, но вам психологически будет легче.

Последний самый тяжёлый кризис – предприятие становиться стабильным, и начинает работать как система.

У каждого человека есть зон комфорта, для 99 процентов людей выйти из зоны комфорта значит испытать огромный стресс, но есть люди для которых зона комфорта это драйв, движение, развитие, бизнес, предпринимательство, их прёт от создания своего дела. Занятно то что зона комфорта меняется так как человек ко всему приспосабливается и если 10 лет поднимать с 0 предприятия то в итоге это станет привычным и обыденным, так вот когда настанет такой момент что всё работает стабильно.

У меня в течении месяца была депрессия после того как мы прекратили арендовать офис и стали обслуживать одни и те же юр.лица. Я нашёл для себя выход начав новые направления деятельности, , и на второй год этих начинаний появился блог… во многом по материалам опубликованным на блоге и написана эта книга.

Что дальше? Покажет ВРЕМЯ……

Послесловие и пожелание читателям.

Как видно из названия это заключительная глава книги. Я буду рад, если вы прочитали книгу, она вам понравлюсь. Ещё больше я буду рад если вы станете одним из читателей моего блога по большому счёту каждый мой читатель и подписчик - это мой товарищ. Если после публикации книги число подписчиков блога возрастёт, это как минимум скажет о том, что на написание книги я потратил своё время не зря.

Последний совет, который я хотел бы дать читателям – занимайтесь самообразованием. Учитесь у тех предпринимателей на кого вы хотите походить, читайте их книги! Не стоит читать книги про выдающихся предпринимателей написанных журналистами и профессорами, первые льют много воды и зачастую пишут отсебятину, а вторые выставляют предпринимателей богоподобными гениями, убирают все проблемы (они просто не знают, что они были) и оставляют только голые факты. Такие книги ничего не дают.

Из наших предпринимателей написавших про себя книги мне больше всего понравился Довгань, но в его книгах мало анализа, почему он столкнулся с такими-то проблемами. Я решил проблему анализа введя в книгу целый раздел, посвящённый типичным проблемам. Именно благодаря разбору полётов данная книга отличается от ряда аналогичных публикаций, хотя главное её отличие она написана и рассказывает про то как начать малый бизнес, да и не могу я учить создавать крупный бизнес так как сам ещё этого не сделал. Так же я настоятельно вас остерегаю от знакомства с «творчеством» писак страдающих синдромом дурака (учим других а сами не умеем), и людей рассказывающих про заработок в интернете на обыгрывании казино и называющих это бизнесом.

Важно осознать одну вещь – предпринимательство и бизнес это как хождение по минному полю с металлоискателем… если вы опытный предприниматель, то металлоискатель у вас лучше настроен и чётче работает…

Я рад если у вас есть какая то бизнес идея, но она ничего не стоит пока вы не зашли на поле реализации, успешность прохождения по этому полю зависит от того какой у вас металлоискатель и как вы умеете им пользоваться…

Прочитав данную книгу вы прояснили вопрос организации своего дела, и возможно сможете минимизировать последствия типичных кризисов начинающего предпринимателя. Всё, точка больше в этой книге ничего нет, ещё раз подчеркну, что книга написана действующим предпринимателем на основе личного опыта, следующий мой продукт будет платным.

Ближайшим продуктом будет курс про интернет продажи. После него будет пауза, и я начну готовить большой курс, про который пока не буду распространяться.

Я уже не раз писал и повторюсь – постоянное самообразование вот залог успешного предпринимателя. Дело в том, что чем человек образованнее и чем шире его кругозор, тем больше возможностей для заработка денег он видит.

Есть довольно известное правило 10 000 часов, чтобы стать в чём-то экспертом не обязательно иметь к этому способности, надо просто посвятить 10 000 часов этому делу и даже при посредственном стартовом уровне в итоге вы станете профессианалом! Таким образом, если вы потратите 10000 часов на создание своих предприятий и перевод их в состояние источников пассивного дохода, то можете считать что вы обеспечили себя финансами на всю оставшуюся жизнь.

Почему я предлагаю идти к решению финансовых проблем через бизнес. Причин несколько: самый большой (в процентах) рост начальных инвестиций, создание бизнеса это несколько более сложная задача, чем инвестирование и спекуляция, именно создание бизнеса наиболее сильно развивает интеллект и заставляет постоянно расширять кругозор.

Вообще есть несколько путей к тому, чтобы стать состоятельным и даже богатым человеком:

- ограничение своих потребностей, откладывание сэкономленных денег под процент и возможно в конце жизни вы немного поживёте для себя, но за эти несколько лет вы заплатите скучной жизнью сейчас – самый тупиковый путь.

- инвестирование стартапов и молодых компаний – если вы научитесь грамотно выбирать объекты инвестирования то при минимальных затратах времени вы сможете извлекать довольно высокие прибыли, но минус в том что вы не сможете управлять тем что происходит внутри компаний.

- инвестирование в доходную недвижимость – всё замечательно, но я сомневаюсь, что вам ссудят деньги на недвижимость, если у вас нет дохода и нечего закладывать в качестве обеспечения займа.

- инвестирование в рынок акций или в валютный рынок форекс – конечно это замечательно, но доходность тут ниже, чем в бизнесе и по-настоящему зарабатывает тот, кто держит кухню.

- создание своего дела – именно это, на мой взгляд, самый перспективный путь. Если вы сможете с нуля создать свою компанию и сможете вырастить её до момента акционирования (и захотите ли так как успешной компании вернее её владельцам не всегда это надо так как и без этого их доходы мало чем ограниченны), то вы вынужденно пройдёте все предыдущие этапы, а так как опыт этого у вас уже будет вы если захотите всегда сможете опуститься на уровень ниже.

Смотрите – на начальном этапе денег сильно не хватает и приходится ограничивать себя во многом (я в основном ограничиваю свободное время), потом произойдёт то, что обычно происходит в стартапах – рост и развитие. В последствии придётся решать вопрос о собственной недвижимости (если фирма нацелена на долгую работу) – тут вы снова вынуждено научитесь инвестировать в недвижимость, ну и если вы дорастёте до акционирования то вы вынуждено узнаете как работает рынок акций. Изучив создание бизнеса к изучению остального не придётся прикладывать много усилий.

С уважением, Николай Танкушин.

Как заработать с автором?

Я долго думал включать или нет данный текст в книгу, и решил что включать. Я его специально не пишу броским и продающим и засунул в самый конец…. Те кому понравиться ход моих мыслей с радостью пойдут в партнёры… те кто нет… значит я их не заинтересовал….

Летом 2014 я планирую издать видеокурс по интернет продажам. В курсе будут рассмотрены четыре темы:

- продажа на тематических форумах, в том числе перепродажа с авито на тематических форумах.

- продажа на авито и досках объявлений + мой способ ускорения продаж при помощи РСЯ и предложение по товару, на котором можно делать несколько тысяч рублей в день не напрягаясь.

- продажа с одностаничников + обзор моего опыта на одностаничниках + шаблоны лэндинга.

- написание рекламных текстов будут рассмотрены две методики написания текстов.

Курс предварительно называется «стань мастером интернет продаж за 24 часа». В курсе будет показано практически, как продавать на форумах, как продавать с одностраничника, как продавать с авито, как настроить яндекс директ, как писать рекламный текст.

Ориентировочно курс будет стоить 2500 рублей, половину суммы получат партнёры. Партнёры начнут продавать курс на сутки раньше, чем я.

Чтобы стать партнёром отпишите мне в почту Socovigimatel@mail.ru письмо с заголовком – «Хочу в партнёрскую программу».

Приоритет отдаётся блоггерам. Блоггеры с около финансовой тематикой с посещаемостью более 1000 человек в день могут получить курс

бесплатно для ознакомления и написания обзора. Для этого им надо отписать мне письмо и указать ссылку на свой блог.

Также могут заработать имеющие свои рассылки и/или аккаунты в соц. сетях с большим числом читателей/друзей. Конечно вы курс бесплатно не получите, но вы можете зарегистрироваться в партнёрской программе перед выходом курса (если свяжитесь со мной) и также получить по 1300 рублей за каждую проданную по вашей рефф. ссылке копию курса.

Также заработать смогут и все купившие курс, если будут рекомендовать его друзьям и знакомым….

На этом у меня всё…Спасибо за внимание…..

Оглавление:

Пролог, или как появилась эта книга. 2
Как мы открывали первый бизнес. 5
Кто такой автор книги и почему у него можно учиться? 13

Раздел 1. Мотивация и самоподготовка.

Введение. 14
Кто такой предприниматель и что он предпринимает? 17
Что такое бизнес? 20
Зачем вообще люди делают бизнес и как вырасти в бизнесмена? 23
Как выработать в себе предпринимательское мышление? 28
Какие ресурсы есть у предпринимателя? 31
Почему важно следить за здоровьем? 38
Тайм менеджмент – управление временем, или расходуем ценнейший ресурс с умом. 42
Как управлять деньгами? 48
Как развивать в себе качества лидера? Как стать лидером команды - успешным предпринимателем. 52
Как заставить себя, что-то делать? 56
Как правильно ставить цели и достигать их? 58

Раздел 2. Как организовать работу своего предприятия.

Как выбрать направление деятельности? 61
Как проверить спрос? 64
Как сформулировать миссию предприятия? 68
Как зарегистрировать предприятие? 71
Как выбрать место для бизнеса? 72
Как продавать, или без продаж нет бизнеса! 75
Как выделиться и чем отличиться от конкурентов? 79
Как привлечь первых клиентов? 83
Как обслуживать клиентов, чтобы извлекать прибыль по максимуму? 91
Не успеваете обслуживать клиентов? или когда следует брать первых сотрудников. 94
Как выбирать сотрудников? 96
Сколько платить сотрудникам? 101
Как назначить себе заработную плату? 104
Почему для малого предприятия следует выбирать горизонтальную структуру? 105
Почему важно строить бизнес как систему, и как это сделать? 112

Как предпринимателю вести себя с чиновниками и государственными органами? _____ 115

Раздел 3. Типичные ошибки начинающих предпринимателей и кризисы развития.

Почему начинающие предприниматели совершают ошибки? И как косячил я! _____ 118

Первый кризис — крупные деньги. _____ 124

Второй кризис – не успеваю всё или первая потеря комфорта. _____ 125

Третий кризис – учимся делегировать полномочия. _____ 126

Четвёртый кризис – как отдать деньги? _____ 127

Пятый кризис – сотрудники работают хуже меня, почему я делаю это лучше? _____ 128

Шестой кризис – как заплатить налоги☺. _____ 129

Последний самый тяжёлый кризис – предприятие становиться стабильным, и начинает работать как система. _____ 130

Послесловие и пожелание читателям. _____ 131

Как заработать с автором? _____ 134