

Сергей Асеев

СТАРТАП-FAQ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ
ПО СОЗДАНИЮ ЛИЧНОГО БИЗНЕСА

- *Зачем заниматься бизнесом*
- *Через какие этапы проходит владелец предприятия*
- *Как научиться продавать*
- *Где брать информацию, и где этого делать не стоит*
- *Какой должна быть бизнес-идея*
- *Сколько денег нужно для создания бизнеса*
- *Как бороться со страхом*
- *Как и когда нужно регистрировать бизнес*
...и много других важных вопросов

© 2009

АВТОРСКИЕ ПРАВА

Все права принадлежат автору: Асееву Сергею Валерьевичу.

Можно: выкладывать эту книгу в интернет, отправлять по почте и распечатывать. **Нельзя:** изменять содержимое, использовать книгу в коммерческих целях без моего письменного согласия.

©2009 год, «Новый бизнес».

ВВЕДЕНИЕ

Многие хотят создать свой бизнес, заниматься интересными вещами, наслаждаться свободой и возможностями современного мира, жить как хочется. Однако на этом большом и интересном пути есть много сложных вопросов:

- Стоит ли вообще заниматься бизнесом?
- Где взять бизнес-идею?
- Сработает ли она?
- Где взять денег на ее реализацию, и какие деньги вообще понадобятся?
- Как зарегистрировать компанию?
- Нужно ли увольняться с работы?
- Подходящее ли сейчас время для создания своего дела?
- Нужен ли бизнес-план, и какой именно?

...и много других, не менее важных проблем и вопросов.

Надеюсь, что данный сборник вопросов-ответов даст хорошее понимание общих контуров понятия «**свой бизнес**» — из чего он состоит, какие проблемы существуют и, главное, как они решаются.

Сергей Асеев,

Блог «Новый бизнес»

2009 год.

ЧТО ТАКОЕ БИЗНЕС, ЗАЧЕМ ОН ВООБЩЕ НУЖЕН	6
Стоит ли вообще заниматься бизнесом?	6
Что такое бизнес вообще?	7
Что такое стартап?	8
Какие элементы предприятия главные?	9
Чем отличается бизнесмен от предпринимателя или директора компании?	9
ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ	12
Я не знаю что делать	12
Много нужно учиться?	12
Перечитал кучу книг, но это почему-то не помогает	13
Как научиться скорочтению?	15
Какие книги по менеджменту и маркетингу советуете почитать?	15
Как научиться продавать?	17
Чем практика отличается от теории?	17
Какова ценность МБА для создания своего бизнеса?	18
Какова ценность вузовского образования?	19
Чем хорош консалтинг?	19
Важна ли для консультанта или коуча практика, или достаточно иметь знания?	20
Чем хороши семинары и тренинги?	21
Раньше не было никакого коучинга, и все было в порядке, кто хотел заниматься бизнесом — занимались. Сейчас так много разных консультантов и тренеров, я думаю все это наносное и лишнее	22
Как сделать обучение более быстрым и интенсивным?	23
ЧЕЛОВЕК	24
Мне страшно. Как бороться со страхом?	24
Волнует возможность разочароваться в себе в случае неудачи	24
Нужно увольняться с работы?	25
Я чувствую, что чего-то не смогу	25
Я интроверт и мне довольно трудно общаться. Что делать?	25
Нужен талант для создания бизнеса?	26
Мало опыта, мало лет, мало работ. Это помешает?	27
Останавливает лень. И это при наличии как идей, так и возможности привлечь инвестиции в начальный капитал.	27
Меня не прет :(Понимаю что нужно, но энергии на это дело нет. Пробовал самодисциплину, вымотался и бросил. Что делать?	28
Посмотрел содержание тренингов, там так много разных вопросов. Такой длинный путь всегда нужен, или можно как-то проще сделать все?	29
Что такое личностный рост, зачем он нужен?	29
ДЕНЬГИ НА БИЗНЕС	31
Для создания бизнеса нужны деньги?	31
Стоит ли брать кредит под создание бизнеса?	32
У меня нет денег, что делать?	32
Хочу начать, но не могу накопить денег. Что делать?	32
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ	33
Я хочу совсем маленький бизнес	33

КАК МОЖНО ПОНЯТЬ, СКОЛЬКО БИЗНЕС МОЖЕТ ЗАРАБАТЫВАТЬ, И БУДЕТ ЛИ ОН ВООБЩЕ ПРИБЫЛЬНЫМ?	33
Нужен бизнес-план для создания бизнеса?	34
Я не знаю, как написать бизнес-план	35
Как правильно заказать маркетинговое исследование?	35
Нужно ли подробно планировать все маркетинговые фишки, УТП, позиционирование, разработать брендинг, имидж, и уже с этим начинать?	36
Лучше концентрироваться на одном или стоит развивать сразу несколько направлений?	37
Что самое главное на первом этапе?	38
Время ли сейчас заниматься бизнесом?	38
БИЗНЕС-ИДЕЯ	39
Я не знаю, как придумать бизнес-идею. Что делать?	39
Я не могу придумать ничего совершенно нового	39
Есть много идей, но боюсь, что они не окупятся, поэтому боюсь начинать. Вдруг не будут у меня покупать?	39
Больше всего боюсь прогореть. У меня нет своих денег, я планирую брать кредит, и если дело не пойдет, то отдавать будет просто не чем.	39
Что такое постиндустриальный бизнес?	40
Стоит ли заниматься услугами?	41
Стоит ли заниматься торговлей?	41
Тема Форекса и бирж	43
Стоит ли заниматься бизнесом в Интернет?	44
«НЕ-ИНТЕРНЕТ» ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСЫ	45
Выводы	45
Я боюсь, что ко мне придет кто-то с «корочкой» или без, и начнут предъявлять претензии на мое дело. Поставят «крышу» или вообще уведут весь бизнес. Что делать?	46
Есть ли смысл идти на заполненный рынок или лучше поискать другое направление?	46
Я программист, учусь на последнем курсе университета. Хочу взять пару знакомых и начать с ними писать софт. Сначала на заказ, потом хочу перейти к написанию своих программ и их продаже.	47
Какие главные требования у торговых сетей, как к ним попасть?	47
Есть несколько идей, но если их реализовывать, стабильный доход пойдет примерно через 4-6 месяцев. А кормиться это время как-то надо. Как тут быть?	48
Как вы думаете, насколько востребована услуга... ..	49
Как выбрать тему для себя?	49
РЕГИСТРАЦИЯ И БУХГАЛТЕРИЯ	50
Я не знаю, как правильно зарегистрировать бизнес, поэтому боюсь начинать.	50
Когда нужно регистрировать бизнес?	50
Я хочу во всем разобраться и сразу зарегистрировать правильно	51
Если сделать что-то неправильно, потом же это уже не поменяешь?	51
Я не разбираюсь с бухгалтерскими документами. Как научиться оформлению сделок?	52
Сложно и дорого вести бухгалтерию?	52
УПРАВЛЕНИЕ	54

Что нужно знать из менеджмента для начал бизнеса?	54
Несколько вопросов про классический менеджмент	55
Где найти хороших профессионалов?	55
Как подготовить профи?	57
Когда стоит обучать работников.....	59
Название компании, фирменный стиль.....	60
Нужно разрабатывать бренд?	60
Нужен ли хороший логотип?	61
Название влияет на успех компании?.....	62
Я хочу разместить на своей визитке полезную информацию о том, чем буду заниматься, но дизайнер говорит, что это не солидно	63
Партнеры	64
Я не уверен в партнере. Что делать?.....	64
Лучше с партнером или без него?.....	64
Как сделать бизнес с партнером, и потом полностью отойди от дел?	64
Хочу найти толкового партнера. Идеи завались, креатива сколько угодно, но я не пробивной человек. Мне нужен партнер?	65
Стоит ли начинать бизнес с друзьями?	66
Как обезопасить себя в своем бизнесе?.....	66
Общие вопросы	67
Правда, что заниматься бизнесом легче, чем работать на работе?	67
Как относитесь к MindMap?	67
Нужно ли изучать экономику и менеджмент?	68
Как относитесь к инфо-бизнесу?.....	68
Что такое коучинг?	69
Что такое системное мышление?	71
Как научиться постоянно мыслить системно?.....	71
Основные проблемы при создании своего дела	72
Что самое главное при старте бизнеса и сразу после старта?.....	72
Что можно сделать прямо сейчас	74
Об авторе	75
Контакты	77

ЧТО ТАКОЕ БИЗНЕС, ЗАЧЕМ ОН ВООБЩЕ НУЖЕН

Стоит ли вообще заниматься бизнесом?

Есть четыре важные ценности для любого человека, которые, так или иначе, присутствуют в профессиональной жизни. Это время, деньги, саморазвитие и самореализация.

Деньги и время — это понятно. Саморазвитие — это способность завтра достигать того, чего не можешь сегодня. Самореализация — это делать именно то, что считаешь нужным, важным, правильным, интересным для себя.

Обычно реализация одних ценностей идет за счет других. К примеру, можно много и упорно работать. Со временем можно дорасти до крупных должностей, больших окладов и еще больших бонусов. Денег будет достаточно. Может не очень много, но достаточно. Однако времени не будет совсем.

Точно также по другим ценностям — если заниматься не тем, что интересно, чувства самореализации не будет. То же с саморазвитием. Хорошо, если работа позволяет вам расти в важных для себя вещах, но чаще это не так.

Можно бросить все ради самореализации, личного времени и саморазвития — «Надоело, увольняюсь!». Времени будет сколько угодно, но денег не будет совсем.

Если найти работу, которая по душе, заниматься тем, что интересно — чаще всего это будет очень скудно оплачиваться.

Можно заниматься саморазвитием, учиться, ездить по семинарам, тренингам, изучать разные теории и школы, находить разных гуру и учиться у них — это часто дает ощущение саморазвития, но требует денег и часто не дает самореализации.

Знать — это одно, делать другое.

Бизнес именно потому инструмент реализации мечты, что он дает

возможность воплощать эти ценности одновременно. Он сочетает в себе все перечисленное: деньги, свободу, саморазвитие и самореализацию.

Это лучший тренажер в сфере личного развития, самый мощный инструмент зарабатывания денег, лучшее средство для приложения своих амбиций, способностей, навыков и умений. Лучший тест для самого себя если хотите посмотреть чего реально стоите.

Конечно, далеко не каждый бизнес дает все эти возможности. Бывают и проблемы – многие даже не стартуют, хотя всю жизнь об этом мечтают, другие сходят с дистанции в первые месяцы. Бывает так, что бизнес вроде бы как работает и даже приносит какие-то деньги, но его не получается докрутить до уровня прибыльного бизнеса и он все время остается на уровне “стартапа”. Я называю такие бизнесы “маленький проект”.

Проблема маленького проекта в том, что его не получается развить. По многим объективным причинам. Часто эти причины воспринимаются как “не повезло”, но дело тут совсем не в этом.

В итоге с одной стороны бизнес это самая большая возможность в жизни, с другой стороны – все не так просто. Обычно бизнес – это рулетка. Может повезет, а может нет. Именно эта неопределенность и пугает.

Забегая вперед скажу, что все материалы на сайте (Новый бизнес) как раз нужны чтобы эту неопределенность и риск превратить в понятные схемы.

Что такое бизнес вообще?

Это компания, структура или организация, которая имеет больший доход, чем расход. Для предпринимателя это с одной стороны — печатный станок, генерирующий деньги, с другой стороны — место реализации его способностей и амбиций.

Для специалиста — это место работы, кормушка, у которой его держат в обмен на исполнение обязанностей, присущих его должности.

Для владельца бизнес – это инструмент реализации его собственных целей. Желаемого стиля жизни.

Что такое стартап?

Стартап — это уже прижившийся термин, означающий запуск нового предприятия.

Сейчас чаще всего его применяют к интернет-проектам, по одной простой причине — в эпоху бума дот-комов (интернет-компаний) этот термин стал применяться очень часто, им пестрили все СМИ. И стало казаться, что стартап является именно интернет-компанией.

Из-за сверхчастого употребления смысл понятия настолько размылся, что сейчас многие называют стартапом вообще все, что угодно в интернет. Завел сайт или блог — «Это мой стартап». Что, конечно же, не верно. Стартап — это именно запуск нового бизнеса.

Еще точнее, стартап — это первая фаза существования любого бизнеса. Вообще, их четыре. Стартап, потом бурный рост (если на фазе стартапа все сделано верно), потом структурирование и масштабирование.

Денег на этапе стартапа нет, времени и стабильности — тоже. Есть много работы и неопределенности. Деньги бизнес начинает давать на фазе роста. Стабильность и время начинает давать на фазе структурирования. Фаза масштабирования — это уже переход к гораздо более масштабному бизнесу. Иногда это переход в крупный бизнес.

Многие бизнесы не доходят до фазы бурного роста, потому что не могут сформировать нужные модели во всех сферах: в продажах, в производстве, управлении, поэтому так и оставаясь в состоянии младенца вплоть до самого закрытия. В итоге получается очередной “маленький проект”, что очень далеко от всех тех ценностей, ради которых делается бизнес. Маленький проект обычно съедает все время, не дает существенных денег и не растет. Вообще. При любых усилиях.

Это закономерный результат неверно пройденного этапа подготовки бизнеса и его запуска.

Какие элементы предприятия главные?

В любом бизнесе есть четыре основные составляющие:

1. **Производство.** Эта часть обеспечивает наличие ценности, которую мы будем продавать клиентам. Эту ценность можно производить, покупать (к примеру оптом), или брать в аренду (лизинг), либо объединять уже существующие ценности в новые структуры и получать из этого какой то новый результат.
2. **Продажи.** Эта часть продает ценности клиентам, обменивает их на деньги. Сюда относится весь маркетинг: продвижение, продажи, сопровождение сделок, исследования и формирование новых предложений, цены, упаковка, работа с дистрибьюторами, партнерами, в общем весь сбыт.
3. **Управление.** Это голова компании, которая занимается созданием всех остальных частей, обеспечивает их работу, взаимосвязь, развитие. То что связывает воедино все отдельные запчасти бизнеса.
4. **Обслуживание.** Это все, что нужно для работы компании, но не является главным ее активом. Это бухгалтерия, юридический отдел (если это не бухгалтерская или юридическая фирма), кадры, транспорт, снабжение канцелярией и прочее...

Чем отличается бизнесмен от предпринимателя или директора компании?

Директор компании — одна из должностей внутри компании. Часто в малом бизнесе ее занимает сам предприниматель, совмещая таким образом должность владельца и должность директора.

Должность «**Владелец бизнеса**» звучит, наверное, немного странно, тем не менее владелец — это вполне конкретная должность, со своими функциями и обязанностями.

Владелец бизнеса работает над бизнесом. Занимается его развитием, созданием и отладкой всех систем внутри бизнеса (руками директора), контролем, развитием за счет новых направлений, каких-то партнерских

связей и прочего.

Директор заведует всем, что происходит внутри бизнеса, внутри его уже работающих направлений. В больших компаниях это чаще всего наемные работники. На директоре сосредоточено достаточно много оперативной работы, поэтому стратегическая цель при создании своего бизнеса такая: как можно быстрее стать директором в своем деле, и потом, как можно скорее перестать им быть, став владельцем.

Речь скорее не о названии должности, а о функциональных обязанностях. Но об этом подробнее будет в других материалах, посвященных развитию бизнеса. Сейчас говорим о его создании.

Предприниматель и бизнесмен — это схожие по смыслу термины, оба они означают человека занимающегося бизнесом.

Есть некоторые недокументированные тонкости, которые сложились у нас исторически.

У нас есть форма регистрации ИП (индивидуальный предприниматель). Раньше это называлось ПБОЮЛ, то есть предприниматель без образования юридического лица. Эту форму регистрации использовали и сейчас используют небольшие организации, всевозможные «киосчники», «челноки», которые продавали свои товары на рынке, владельцы небольших кустарных производств, вроде лепки цветочных горшков.

Поэтому и прижилось, что бизнесмен занимается крупными делами, является уважаемым человеком, а предприниматель — это так, мелкий лавочник.

На самом деле, предприниматель (английское *Entrepreneur*) — это человек, который создает новые предприятия. Новые компании, новые рабочие места, двигает новые технологии, взгляды, подходы, в общем, является главным двигателем на этой планете.

Бизнесмен это более статичный термин. Он означает человека, владеющего уже сложившимся предприятием, без особых стремлений к новому. То есть, это скорее состояние души, чем какие-то внешние вещи. Так это понимаю я.

Через какие этапы проходит владелец бизнеса?

Есть несколько важных этапов. Они никогда не заканчиваются полностью, но проходить их приходится все, на каждом новом проекте.

1. Психолог. Все начинается с самого себя. Со своих желаний и целей. С жизни, которой хочется жить. С вещей, которые хочется иметь. С дел, которыми хочется заниматься. Поэтому первую часть этого пути можно назвать психолог. Разобраться в себе — это первый и очень важный шаг. Это очень важно в начале и в каких-то переломных точках жизни, когда меняется возрастная вежа, меняются ценности и цели (скажем, с появлением семьи и детей, после 30-ти, после 40-ка)

2. Маркетер. Желания и цели нужно как-то воплощать. Как и за счет чего? Нужно найти тему, нужно провести разведку, нужно ответить на ключевые вопросы по бизнес-модели, нужно ее протестировать и начать развивать. Разведка, анализ и планирование, первые продажи, все это этап маркетинговой работы.

3. Переговорщик. Если тема найдена, если сбыт подготовлен, нужно собрать компанию. На этой фазе придется много с кем общаться, много договариваться, снова продавать, и общаться, общаться, общаться. Бизнес — это по большей части общение.

4. Управленец. Когда есть тема, есть клиенты, есть специалисты — пусть даже пока один специалист, нужно начинать управлять не только своей работой, но и его. Нужно развивать продажи, обеспечить необходимые сервисные функции, документооборот, бухгалтерское обслуживание. В общем, это этап собирания в кучу разного рода ресурсов и связывания их в работающую структуру.

5. Директор. Когда некоторые системы уже собраны, и люди на соответствующие направления уже найдены, вы перестаете делать текущую работу своими руками. Это одно из важных условий дальнейшего роста, иначе времени на развитие хватать не будет, и вы застрянете на фазе стартапа вплоть до закрытия предприятия. Оставив все деньги и всю свободу, которую мог дать бизнес, не затронутыми.

6. Владелец. Это когда внутри все уже работает, пусть не идеально, но работает. Вы перестаете участвовать в решении повседневных задач и работаете над бизнесом. Не внутри него, а над ним. Занимаетесь развитием

существующих систем, внедрением новых, автоматизацией, тестированием новых схем, фишек, направлений, постоянным наращиванием количества способов привлечения клиентов, развитием системы продаж. Развитием взаимоотношений за пределами бизнеса — с партнерами, журналистами, поиском нужных кадров. Развиваете связи.

Постоянно учитесь и развиваетесь. Мотаться по семинарам и тренингам, развиваете себя и вслед за собой свою жизнь и свой бизнес. Тем самым фиксируете свое состояние хозяина. Мастерство — это неотчуждаемый актив.

ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ

Я не знаю что делать

Это очень хороший вопрос. По сути, это единственная настоящая проблема, потому что все остальные являются следствием незнания.

Видимо, нужно учиться и набираться опыта. Учиться искать нужную информацию. На узкие вопросы, которые нет смысла осваивать самостоятельно, нанимать консультантов.

Информации сейчас достаточно. Вот раньше с этим было очень тяжело.

Много нужно учиться?

Да. И чем дальше, тем больше. Сейчас как в «Алисе в зазеркалье» — нужно бежать, чтобы оставаться на одном месте. А что бы продвигаться, нужно бежать еще быстрее. Я постоянно учусь, еще с колледжа, и есть много вещей, в которых я разбираюсь не очень хорошо. В сутках всего 24 часа и это очень ограничивает :(

Я не имею в виду чтение книг или получение вузовского образования. Это как раз не имеет большого значения (именно для предпринимателя, для специалиста оно просто необходимо). Я имею в виду больше общаться с

коллегами по цеху, бывать на семинарах, конференциях, тренингах, участвовать в мастер-группах, иметь наставника, быть для кого-то наставником, в общем, пользоваться всем тем, что стимулирует обмен практической информацией. Именно практической информацией.

Схемы, фишки, подходы, инструменты, результаты их внедрения, что стоит, а что не стоит делать. Есть вещи, которые еще вчера работали, но сегодня уже не работают. Есть вещи, которые не работали вчера, но работают сегодня, а завтра будут работать еще лучше. В общем, все очень быстро меняется, быть в курсе этих изменений — важное условие успеха.

Перечитал кучу книг, но это почему-то не помогает

Так и должно быть. Я тоже в свое время этим увлекался, и тоже недоумевал. На самом деле в книгах не пишут ничего, что относится к делу. В лучшем случае вы получите рекламу того, что относится к делу. Это почти всегда так. Бывают редкие исключения, но они только подтверждают это правило.

Более-менее полезными на практике бывают книги по очень узким темам, и только в том случае, если их писали практики. Пользы от всего остального ничуть не больше, чем от художественной литературы. От художественной иногда даже больше.

Книги стоит читать для поддержания собственной мотивации (всякие истории успеха), для общего развития, для поиска каких-то идей, новых впечатлений и просто для удовольствия. В книгах можно найти хорошие идеи и советы, если вы знаете что ищите.

Скажем, меня очень впечатлила в свое время «Чайка по имени Джонатан Ливингстон» Ричарда Баха, «Алхимик» Коэльо, думаю, все их читали. Еще думаю, что они имеют к бизнесу существенно большее отношение, чем большая часть книг из раздела «Бизнес-литература».

Американцы в этом плане очень хороши, они умеют писать целые книги вокруг всего нескольких идей. С месяц назад один знакомый рассказал, что прочитал книгу профессионального тренера, который нашел метод быстрого повышения продуктивности игроков. Потом он пробовал переносить этот метод на другие сферы, в том числе на бизнес. И везде получалось. Написал

об этом книгу. Я попросил рассказать о чем идет речь — он объяснил все в двух абзацах. Существенная часть книг написана именно так: на два процента полезного приходится девяносто восемь всего остального.

Если знаете что искать — найдете. Если нет — загрузитесь огромным количеством ничего не значащей, пустой информации.

Условно говоря, можно разделить книги на «фан» и профессиональные книги. Фан — это все что пишется для широких слоев населения. Они опираются на общественные стереотипы (поэтому отношения к реальности не имеют). Это любые детективчики, фантастика, художественная литература, и сюда же относится бизнес-литература, попсовая психология, разные книги темы Self-Help. В общем, это все для массовки и это просто сказки на ночь.

Есть более профессиональная литература, она ориентируется на узкие ниши. Но действительно учить в книжках никто никого не будет, потому что на небольших тиражах заработать не реально. Все книги на эту тему — просто реклама людей и компаний, которые стоят за этими книгами. Это один из хороших вариантов продвижения.

Поэтому все, что вы можете встретить в открытых источниках, это просто реклама разного качества.

Книгам верить нельзя еще потому, что сама индустрия так устроена. Сначала один пишет одно, потом другой другое, потом третий объединяет первое и второе вместе. Потом четвертый начинает с этим спорить и вот в этой войне мнений рождается море информации, которую издательства упаковывают и продают. Поэтому книги — это часто источник дезинформации, чем информации.

Уточню: все, что я говорю — это о профессиональной литературе. Есть еще художественные, исторические, философские и прочие книги для общего развития. Это совсем иное. Тут читать желательно много и разного, здесь разные мнения и взгляды как раз помогают сформировать свое мировоззрение.

Как научиться скорочтению?

Совершенно бесполезный навык. Количество здесь ничего не решает. Более того, чем больше информации, тем сложнее будет что-то начать делать. Вы будете потреблять ее все больше и больше. Количество мнений, подходов вариантов будет постоянно расти. Взять и начать что-то делать будет все труднее и труднее.

Хороша не та книга, которую вы прочитали, а та, которую внедрили. Взять одну и внедрить. Это в миллион раз лучше, чем прочитать тысячу и ничего не сделать.

Гораздо лучше внедрить хорошую схему, а потом улучшить ее уже по обратной связи, чем годами искать идеальное решение, которого может и не быть вовсе.

Поэтому читать нужно не больше, а меньше. Информации вообще нужно не много, но правильной. Взять что-то одно, что вызывает у вас доверие, и внедрить. Дальше смотреть по результатам — куда копать дальше.

В общем, учиться нужно не скорочтению, а скоровнедрению. Это в миллион раз полезнее.

Какие книги по менеджменту и маркетингу советуете почитать?

По менеджменту есть одна небольшая книжка: «Одноминутный менеджер». Она предельно простая, ее можно прочитать за пару часов и начать применять сразу же.

По маркетингу и продажам — все, что относится к директ-маркетингу и копирайтингу. От копирайтинга в живых продажах будет больше пользы, чем от книг по продажам. Копирайтинг — это написание продающих текстов. Разных презентаций, рекламы, коммерческих предложений, текстов для сайта..

Пара важных уточнений: читать нужно только книги практиков, тех, кто действительно этим занимается. Все, что пишут разные профессора разных

вузов, все, что звучит научнообразно, что не ясно как внедрить и результат от чего трудно пощупать — сразу идет в корзину.

Практически все, что пишут по менеджменту и маркетингу, относится к большому бизнесу. Все это вообще не применимо для малого, тем более для стартапа, в котором еще не отлажены внутренние процессы.

Чаще всего книги пишут не для владельцев бизнеса, не со стороны хозяина, а со стороны менеджера, то есть наемника.

Поэтому существенную часть книг, примерно около 98% можно смело выбрасывать в корзину, от этого будет только лучше.

Для формирования общих впечатлений, могу порекомендовать

1. *Менеджер Мафии. Руководство Для Корпоративного Макиавелли.*

2. *Иноземцев В.Л. Конкретных названий уже не помню.* У него достаточно много книг на тему постиндустриального общества. Это ответ на вопрос, что сейчас происходит в экономике, в обществе и что еще будет происходить дальше.

3. *Кьел Нордстрем, Йонас Риддерстрале. «Бизнес в стиле фанк», «Караоке- капитализм», «Бизнес в стиле фанк навсегда».* Про то же самое, но с более «бизнесовой» точки зрения. «Караоке-капитализм» вообще моя любимейшая книга по бизнесу. Перечитывал уже раз десять, очень возбуждает :)

4. *Тиммоти Феррис. «Четырех часовая рабочая неделя».* Много кто рекомендует, есть много обзоров в интернет.

5. *«Эффективный управляющий».* Книга больше идеологическая, чем практическая.

На вопрос, что нужно делать, эти материалы не отвечают. Но после того как станет понятно ЧТО именно нужно делать, они дадут общее представление ПОЧЕМУ нужно делать именно это.

Как научиться продавать?

Учиться и продавать. Другого пути нет. Продажи — это с одной стороны технология, с другой навык общения, самопрезентации, убеждения. Когда есть и то и другое, получается убойно.

Чтобы освоить технологию лучше всего заниматься копирайтингом. В тексте все более рельефно, более понятно, более прогнозируемо, поэтому основные блоки презентации в тексте более понятны. Они так проще осваиваются. В тексте всегда есть время «на подумать».

Переговоры можно записывать на диктофон, потом слушать, думать как можно было сделать лучше, где больше надавить, где отпустить, где пошутить, какие аргументы привести.

Чем практика отличается от теории?

Небольшой анекдот на тему:

Приходит сын к отцу.

— Папа, чем отличается теория от практики?

— Спроси свою сестру, переспала бы она с первым встречным за полмиллиона.

— Она говорит, да.

— Теперь спроси маму.

— Она говорит, тоже да.

— Так вот: Теоретически, у нас есть миллион. Практически — две бляди в доме.

Если коротко, то любая теория упирается в реальные интересы людей, к которым вы с этой теорией можете прийти. В жизни все глупее и проще. Поэтому многие вещи работают не так, как они должны работать по чьему-то мнению, а так как оно есть на самом деле.

С неделю назад попались на глаза данные по дорожному строительству. В России строят дороги в 3 раза хуже, чем в Европе, и при этом в 4 раза

дороже. Первая эмоция — «Ужас! Раздолбайство! Куда они тратят мои налоги?!» и прочее в этом духе. И, кажется, что это некая болезнь, которую нужно срочно вылечить. Мы это пытались между собой обсуждать, и пришли к интересному выводу — текущая ситуация и есть идеал, и менять ее никто не будет. Потому что тем, кто ей владеет, она дает баснословные доходы. А мнение тех, кто ей не владеет никому не интересно.

Если есть желание чтобы мнение учитывали, значит нужно: либо подумать, как снизить налоги, чтобы им воровать было нечего; либо попасть в руководство этой отрасли; либо брать в руки оружие и идти доказывать свою правоту на деле. До тех пор рассуждать об этом смысла не имеет и это как раз реальность, вне зависимости от чьего-то мнения.

Какова ценность МБА для создания своего бизнеса?

Прежде всего, МБА это три буквы. Под ними в каждом случае скрывается что-то свое. Учебные программы, как и преподаватели, могут сильно отличаться. Поэтому и результат будет разным. Во-вторых, каждому инструменту свое место.

МБА изначально разрабатывалась как программа подготовки топ-менеджмента для крупных компаний. И для этой цели она хороша или даже необходима. В своем бизнесе эти знания будут по большей части бесполезны.

Это как умение управлять паровозом, если вы хотите водить легковую машину. С одной стороны все похоже, есть колеса, рычаги, передачи, но фактически это совершенно разные вещи.

Для крупного бизнеса это просто необходимо. Представьте компанию, в которой работает несколько тысяч человек. С точки зрения организации это наисложнейший механизм. Это как конструктор, в котором детали должны подходить друг для друга.

В МБА готовят эти самые детали — правильной формы, с правильным содержанием, правильными разъемами, чтобы их можно было вставлять в компанию на нужную позицию и они могли предсказуемо работать.

Есть даже метафора такая, что топов сейчас готовят как “штепсельных менеджеров” — вытаскиваешь штепсель одного из системы, вставляешь штепсель другого и все работает дальше без изменений.

Вот именно это и нужно. Именно этого достигают обучением. Предсказуемости и повторяемости.

Представьте, что на верхний уровень компании попадет человек, который имеет свой взгляд на вещи. Если ему хватит сил, он перевернет всю компанию и перестроит ее под себя. Это колоссальные затраты. Если не хватит, то просто ее развалит. Кому нужны такие эксперименты?

В своем бизнесе эти вещи вредны. По крайней мере до тех пор, пока бизнес не вырос до уровня крупной компании. Человек с MBA образованием будет все время делать не то, исходить не из тех предположений. Он будет оперировать терминами и сущностями, которых в малом бизнесе просто нет. А то что нужно — делать не будет, на MBA этому не учат.

Какова ценность Вузовского образования?

Смотря для чего. Если вы специалист и собираетесь работать в чужом бизнесе, оно необходимо. Если в своем — оно поможет, но не очень. Еще точнее поможет не самообразование, а знакомства, связи которые там наработываются, системный мозг, умение работать с информацией и прочие косвенные вещи.

Чем хорош консалтинг?

Консалтинг очень полезная штука если консультант знает свое дело. Взгляд со стороны всегда очень ценен, изнутри многих вещей не видно. Кроме того, не всему нужно учиться — знать все просто не реально. Когда болит зуб, идешь к зубному. То же самое в делах.

В консалтинге много мошенников, просто потому, что цена входа на рынок мала, а твердых критериев для проверки навыков нет. Проверить работу консультанта сложно. Он наговорил что-то свое, а насколько это нужно в данном месте в данное время — не известно.

Почему не все консультанты занимаются бизнесом сами?

Во-первых — это разная психология. Даже в функциональном распределении ролей в стае, вождь и стратег это разные люди.

Во-вторых, это возможность тиражировать свои услуги. Чтобы сделать бизнес нужно реализовать весь набор функций, построив из него полную систему: 1,2,3,4,5 и так далее. До полного комплекта. Консультант делает что-то одно, к примеру, 2, но большое количество раз.

Пока бизнесмен 1,2,3,4,5, и только потом получает прибыль, консультант 2,2,2,2,2 и каждый раз уже приносит доход, пусть и не такой большой, но много раз. Как-то так :)

В-третьих, это возможность заниматься не всем, а только узкой, интересной тебе стороной дела.

Кроме того, часто консультанты и сами занимаются бизнесом.

Важна ли для консультанта или коуча практика, или достаточно иметь знания?

Необходима. Не бывает знаний без умений. Сначала умения, потом знания.

Если человек просто начитался много чего, то он скорее дезинформатор, чем информатор. Я уже говорил, что вокруг 98% дезинформации, и лишь пара процентов нужных вещей. Отделить одно от другого позволяет только опыт. Если его нет, то вам будут пересказывать книги, а это скорее вредно, чем полезно.

Есть интересная история: к богачу пришел молодой человек, и сказал:

— *Я выучил наизусть всю британскую энциклопедию! Я хотел бы у вас работать. Сколько Вы готовы мне платить?*

— *Тридцать шесть фунтов — ответил богатый человек.*

— *В час?*

- Нет.
- В день?
- Нет
- А как?
- Вообще. Один раз.
- Но почему? Ведь я знаю наизусть всю британскую энциклопедию!
- Потому что она стоит как раз 36 фунтов...

Вот, ценность консультанта или коуча, не имеющего опыта, как раз такова.

Чем хороши семинары и тренинги?

Это очень хороший способ вынырнуть из своего «внутреннего театра», и набраться новых впечатлений. Причем, скорее именно впечатлений, а не знаний, хотя они тоже имеют большое значение.

Двигаться в группе всегда проще, это как гуси, которые летят косяком.

Практически любые хорошие семинары и тренинги разгоняют, на этой энергии потом можно сделать много чего хорошего. Правда, потом эффект проходит, но ничего страшного в этом нет — просто немного передохните и вписывайтесь в новый семинар, в новую движуху, и снова разгоняйтесь.

Семинары и тренинги — это очень хороший способ продвинуться к своим целям, используя чужую энергию, чужие знания и навыки.

При этом семинары обычно более информативные, они формируют новый взгляд на себя, на проблему, на способы достижения желаемого. Тренинги более практичны, там не так много теории, но много практики. На тренинге можно за пару дней сделать то, что «уже пять лет знал и все хотел попробовать». Просто взять и делать, и уйти с уже готовым результатом. А если не знал, так тем более это будет полезно.

Вузовское образование стремится сделать человека много знающим, но ничего не умеющим. Тренинг это противоположная сущность — знать только нужное, сразу делать, и работать скорее над навыками, а не над знаниями.

В общем, я очень за, это отличная форма обучения.

Раньше не было никакого коучинга, и все было в порядке, кто хотел заниматься бизнесом — занимались. Сейчас так много разных консультантов и тренеров, я думаю все это наносное и лишнее

Это довольно распространенное заблуждение. Слово действительно новое. Сейчас в рунете появилось много предложений просто потому, что тема стала модной, но сама деятельность одна из старейших. Коучинг — это просто наставничество, или тренерство.

Так учили еще в первобытных обществах, когда молодняк воспитывался в рамках семьи. Старшие учили младших. Потом работа стала более дифференцированной, в рамках семьи ремеслу уже не научишь, отдавали к мастеру в подмастерье. Тоже коучинг.

Потом был разрыв, когда образование стало отдельной отраслью, появились учебные заведения. Тогда перестали отдавать в подмастерье мастеру, а начали отдавать в учебные заведения на учебу.

Весь прошлый век эта система хорошо работала, знаний было нужно немного, изменений в экономике было мало. Одна и та же образовательная программа, не очень сложная, была вполне адекватной десятилетиями.

А сейчас образование уже не адекватно в большинстве индустрий. Пока человек учится, уже технологии все изменились. В то же время есть большой спрос на профессионалов. Поэтому старые вещи возвращаются, уже на новом витке развития. Кроме того, и новых технологий в плане самого коучинга появилось довольно много

В коучинге, как и на тренингах, лишней теории нет. Просто сразу ты делаешь что нужно и так как нужно. Все знания в голове тренера, пусть он и думает.

И дальше эти вещи будут только усиливаться. Чем больше будет изменяться экономика, тем больше будет спрос на людей, которые понимают что происходит и как это повернуть в свою сторону.

Бизнес в разное время требует разных ресурсов. Двадцать лет назад не нужны были никакие знания, ресурсы лежали под ногами, заниматься

бизнесом было опасно. Поэтому в него шли люди с определенными качествами. Много знаний тогда действительно не нужно было. Если ты умудрился привезти партию видеомагнитофонов или телевизоров, их отрывали с руками.

Сегодня рынок принципиально иной, и работа на нем тоже принципиально иная. Поэтому обучение становится все более важной стороной любого бизнеса.

Как сделать обучение более быстрым и интенсивным?

Вписываться в системы. Когда делаешь сам, всегда есть способ увильнуть, не сделать. Нужна система, которая огородит тебя от возможности свинтить в сторону.

Хочешь бегать по утрам — найди напарника, чтобы друг друга поддерживать. В одиночку обычно хватает ненадолго.

Хочешь научиться решать конфликтные вопросы — подойди к директору ночного клуба, попросись поработать в охране месяц, пусть даже без оплаты. Сразу скажи другим парням, зачем ты здесь, чтобы поучаствовать именно в конфликтных ситуациях. Это будет достаточно безопасно, за спиной будет прикрытие и возможностей попробовать себя в конфликтных ситуациях будет предостаточно. И не делать это уже не получится.

Хочешь научиться общаться, продавать — устройся поработать продавцом, или еще проще впишись в любую компанию сетевого маркетинга. Там и продавать научат и на сцену вытолкают. В общем, практики будет достаточно :)

Хочешь начать бизнес, делай это с кем-нибудь. Я не имею в виду партнера, хотя это тоже выход если партнер хороший, я имею в виду найти соответствующую тасовку.

Что на входе то и на выходе, от окружения многое зависит, поэтому нужно найти то место, которое пропитает тебя нужными знаниями и навыками. А главное отношением. Потому что именно оно формирует все остальное.

ЧЕЛОВЕК

Мне страшно. Как бороться со страхом?

Бороться со страхом не нужно, пусть будет, он во многом поможет.

Вообще говоря, страх — это не причина, а следствие отсутствия опыта и знаний, как действовать в опасной среде. Лечится это дело приобретением опыта, знаний и умений. Знаний, как можно снимать риски, как подстраховываться, как получать информацию, как опираться на твердые вещи, а не на свои предположения. Вот этим и нужно заниматься, а не бороться со страхом.

Заговариванием страхов обычно занимаются люди без опыта. Мол, ничего страшного нет, нужно только преодолеть свой страх, и дальше все само случится. Если встретили такого — можно смело бить в глаз чем-нибудь тяжелым, вам пытаются оказать медвежью услугу.

Волнует возможность разочароваться в себе в случае неудачи

Интересная постановка вопроса :) Сделать и потерпеть неудачу — это не страшно, это проходят ВСЕ. «От поражения к поражению, и так вплоть до полной победы!» — это сказал какой-то знаменитый полководец. Нет ни одного человека, у которого получается все и всегда. Так что переоценивать неудачу не нужно, это лишь один из шагов на пути.

Гораздо более страшное разочарование, это когда даже не пытаешься. Если хочешь, но не делаешь — вот тут действительно пора начать грустить. Зачем тогда жить, если не делать того, что хочешь?

Нужно увольняться с работы?

Нет, вот этого делать не стоит. Во-первых, вам потребуется время на маневр, на разведку, на тестирование, на организацию и прочие дела. Так что источник заработка пока вы будете все это делать — необходим.

Кроме того, на работе (если вы работаете в коммерческой фирме) есть много ресурсов, которые будут необходимы для организации своего дела.

Интернет, хороший принтер, копировальная техника, знакомая девочка из бухгалтерии, знакомый юрист — все это пригодится. Так что уходить и рвать все связи не нужно, нужно наоборот их налаживать.

Что действительно нужно сделать — это повысить свой доход и высвободить время. Хотя бы пару часов, в которые вы можете заниматься подготовкой запуска своего дела. На эту тему будет специальный блок в тренинге по Целям.

Я чувствую, что чего-то не смогу

Проблемы лучше решать по мере их поступления. То, что не можете сегодня, вполне возможно сможете завтра. А послезавтра вообще за проблему считать не будете. Развитие решает.

Я интроверт и мне довольно трудно общаться. Что делать?

Для начала разберемся в понятиях. Интроверт — это человек ориентированный внутрь. То есть внутренние переживания и впечатления для интроверта более важны, чем то, что происходит снаружи. Экстраверт — это человек ориентированный вовне. То есть то, что происходит снаружи, для него более значимо, чем внутренние представления о том, как это должно быть.

Поэтому интроверт живет больше во внутреннем мире, а экстраверт во внешнем. Способность к общению у экстраверта — это лишь следствие большого опыта общения. Не более. Это не врожденное качество.

Поэтому отсюда вытекает первый ответ: развиваться. Учиться общаться. Это поможет не только для бизнеса, но и по жизни. Со всеми, всегда, в любых ситуациях. Коммуникатив — это один из главных навыков вообще.

Второе, что можно сделать: если вы ощущаете, что не сильны в этой сфере, что развиваться в ней не особо хочется или просто некогда, значит нужно компенсировать это дело через других людей. Найти партнера или работника, который будет делать это за вас.

Третье — усиливать свои сильные стороны. Если вы интроверт и не очень склонны к внешним контактам, значит, умеете делать что-то другое. Возможно, стоит поискать дела в которых именно эта ваша сторона будет раскрываться наиболее полно и продуктивно. Это называется знать свои сильные и слабые стороны и уметь их соответственно использовать.

Тема собственной специфики, то есть врожденных особенностей каждого человека — это крайне важный момент. Не бывает одинаковых людей, поэтому не бывает одинаковых для всех инструментов и советов. Каждому нужно что-то свое.

Нужен талант для создания бизнеса?

И да, и нет. Это с одной стороны актив, с другой проблема.

Выбор тем для талантливого человека обычно больше. Много интересов, много возможностей, много новых идей и проектов, которые хотелось бы делать. С одной стороны это хорошо.

С другой стороны, это же является проблемой — выбирать и думать можно всю жизнь. Когда выбора особо нет, тогда делать проще.

Талантливый человек может сделать привычные вещи более интересными. Это плюс.

С другой стороны, не факт, что эти нововведения будут нужны и востребованы. Часто гениальные идеи кажутся гениальными только их авторам. Продавать то, что уже продается, это возможно не очень талантливый, но очень мудрый вариант.

Стабильность талантливых людей оставляет желать лучшего. Сегодня прет, миллион новых идей и сотня новых проектов, а завтра — вообще ничего не нужно. Люди без особых талантов гораздо стабильнее и это очень большой плюс. Скажем, брать на работу очень талантливых людей я не советую, от них больше проблем, чем пользы.

Талантливый человек стремится сделать все сам, знает, что сделает лучше других. Уметь делать самостоятельно, ни от кого не зависеть — это очень большой актив. Человек без особых талантов будет изначально искать людей, которые смогут сделать работу, то есть сразу начинает выстраивать систему. И это очень большой плюс для бизнеса.

На самом деле, выбора у вас особого нет. Вы такой, какой есть. Думать, есть талант или его нет — смысла не имеет, нужно подниматься с тем, что есть. С того места, где вы находитесь.

Мало опыта, мало лет, мало работ. Это помешает?

Это легко лечится приобретением опыта и возраста. Время летит очень быстро. Устрашающе быстро. Насколько это помешает — зависит от темы и того, что вы будете делать. Если вам 15 лет, и вы придете на серьезные переговоры, думаю, ничем хорошим они не закончатся.

С месяц назад заказывал на фрилансе небольшую работу, ее сделал один парень. Как оказалось позже, ему 14 лет. В данном случае это вызывает только уважение.

Так что возраст не проблема. Есть примеры когда люди в возрасте менее 20 лет открывают свои первые бизнесы. Иногда в течение выходных или пары недель (зависит от темы).

Останавливает лень. И это при наличии как идей, так и возможности привлечь инвестиции в начальный капитал.

Лень — это когда нет порядка в целях. Хочется так много всего, что ни на что не хватает сил. Можно это назвать состоянием запора. Уж простите :)

Лечится целеустроением.

Меня не прет :(Понимаю что нужно, но энергии на это дело нет. Пробовал самодисциплину, вымотался и бросил. Что делать?

Самодисциплина не работает без большой и впечатляющей цели, ради которой можно все это терпеть. Самодисциплина отвечает на вопрос как быстрее добраться до этой цели. Если цели нет, вы просто загоните себя в угол.

Кроме того, много напрягаться полезно на отдельных этапах движения к цели, а не вообще. Долго жить по расписанию довольно трудно, это отнимает очень много сил. Потом будет откат или вообще, организм решит вообще приболеть, чтобы отдохнуть. Вы растратите за это время даже больше сил и времени, чем если бы не напрягались вовсе, а просто делали, как идет.

Нужно закончить сложный проект, нужно запустить новый проект — вот чтобы собрать силы в кулак самодисциплина очень поможет.

Вообще по жизни рулит устроенность мотивов, когда вы без насилия над собой делаете именно то, что нужно. И с той скоростью, как нужно.

Лень, или когда «не прет» — это состояние, когда нет четкого направления, нет возбуждающей цели. В то же время есть чрезвычайно много мелких целей, по которым вся энергия размазывается. Делать ничего не хочется.

С такого рода проблемами люди обычно делают только то, что нужно для выживания. То, что требует от вас работа, семья, но не более. Не для себя, не ради своих желаний и целей. Как только минимальный уровень выживания достигается, движение прекращается. Своих целей нет, энергии братья не откуда, поэтому и движения нет.

В качестве лекарства остается только предложить позаниматься целеустроением. Расчистить старые завалы, понять чего на самом деле хочется, найти свои возбуждающие цели, которые будут тянуть вперед. И достигать. Уже не на обязательке, а на желании. Тогда и самодисциплина

поможет, будет уже понятно ради чего ей заниматься.

Посмотрел содержание тренингов, там так много разных вопросов. Такой длинный путь всегда нужен, или можно как-то проще сделать все?

Можно проще. Но это не предсказуемо. В этом главный минус. Скажем начать новый бизнес можно за выходные. Но что из этого получится дальше – вопрос открытый.

Системный подход с виду сложнее, он более емкий, но он предсказуемый. Поэтому надежный. Поэтому в итоге все получается проще и быстрее, чем любые бессистемные попытки, метания, переделки, исправление ошибок и так далее.

Хотя да, с виду кажется усложнением. На самом деле это упрощение.

Что такое личностный рост, зачем он нужен?

Все всегда зависит от конкретного человека. В рамках личностного роста развиваются какие-то нужные человеческие качества. Обычно эти относятся к следующим областям:

- 1. Экстраверсия.** Человек обычно живет в своем «внутреннем театре», со своими проблемами, желаниями, страхами и сомнениями. Первая задача — это прервать внутреннюю «борьбу с призраками» и обратить эту энергию на достижение внешних целей. На конкретные дела и достижения.
- 2. Цели.** Задача работы с целями – сначала убрать как можно больше чужого и лишнего, сосредоточиться на том, что хочется, что действительно важно и нужно. Что вы делаете? Чего на самом деле хотите? Как сконцентрировать свои силы на нескольких важных целях, а не разбрасываться на большое количество мелких? Все это — вопросы работы с целями.
- 3. Самодисциплина.** Помогает ускорить движение к впечатляющей цели. Условно говоря — это менеджмент самого себя. С целями, сроками, мотивацией, регламентами, с бонусами за достижение и штрафами за

нарушения.

4. Внутренний масштаб. Есть достаточно много дел, которые понятно как делать, но делать их трудно. Мало знать, нужно еще БЫТЬ В СОСТОЯНИИ это сделать. Прыгнуть с парашютом может любой, но не каждый отважится. То же самое происходит в жизни, может не так экстремально, но зато гораздо чаще. Начать продавать трудно. Не сложно, но трудно. Делать что-то впервые тоже трудно. Начинать бизнес, сделать что-либо в первый раз — все это просто снаружи, но сложно внутри.

Это очень большой раздел, по сути, вся психология сводится к тому чтобы «быть в состоянии сделать то, что хочется»

Это и работа с внутренними состояниями, переосмысление установок на себя, на дело, на жизнь, на людей, на деньги, на свои возможности.

Это очень большой раздел, касающийся личной власти, способности влиять на людей, на ситуацию.

Кстати, академическая психология здесь практически не помогает. Люди с образованием психолога обычно ничем интересным не отличаются. Скорее наоборот.

Все кто действительно может что-то делать, с точки зрения официальной психологии — шарлатаны и бездельники. Как-то так устроено :)

5. Новые способности, навыки, которые необходимы для успеха. Внешний вид, поддержание формы и тонуса, общение, влияние, пластика, и прочие человеческие качества, которые не относятся к профессиональной сфере, но работают везде.

ДЕНЬГИ НА БИЗНЕС

Для создания бизнеса нужны деньги?

Однозначно сказать нельзя, бизнесы бывают разные. Совершенно точно они не нужны для начала. Если у вас еще нет опыта, они будут вредны. Вообще, деньги нужны для бизнесов с большими вложениями в инфраструктуру, скажем SPA салон, фитнес-клуб, для торговли (оборотные средства) и в прочих подобных случаях. Но вкладывать эти деньги нужно только в уже протестированные бизнес-модели. Об этом я уже не раз говорил.

Поэтому прежде, чем понадобятся деньги, нужно проделать работу по подготовке, когда вы получаете все необходимые цифры, проверяете, как работает модель. Вкладывать деньги можно только после этого. Для проверки вашей идеи, для тестирования бизнес-модели деньги обычно не нужны вообще, иногда нужны совсем не большие.

Найти деньги под идею не реально. Ни один инвестор или кредитор в здравом уме денег под идею не даст, и будет сто раз прав. Кстати, это к большому счастью для того, кто эти деньги просит. Если бы деньги давали под идею, количество “попавших на деньги” предпринимателей было бы запредельным.

С другой стороны, если у Вас уже есть оттестированная бизнес-модель, если видно как деньги на ее входе превращаются в существенно большие деньги на ее выходе, если есть уже все необходимые договоренности — найти под это денег довольно просто. Приумножить свои деньги хотят все, но никто не хочет рисковать. Если вы умеете снимать риск, то деньги это не вопрос.

Есть много бизнесов, которые запускаются совсем без денег. Вообще. И это, кстати, не очень хорошо. Когда входной порог очень мал, на рынке оказывается множество случайных людей и компаний.

Стоит ли брать кредит под создание бизнеса?

Брать кредиты можно только под уже оттестированные бизнес-модели. Не под идею, не под собственную уверенность в ее гениальности, ни под что другое. Мысли, мнения, «я думаю», «я уверен» — все это к делу не имеет отношения.

Я иногда встречаю людей, которые хотят заложить квартиру под кредит, и на эти деньги делать бизнес. Это в чистом виде выражение суицидального комплекса. Тут стоит остановиться и хорошо подумать. Если хочется покончить жизнь самоубийством, есть более простые способы. Если хочется создать бизнес, то квартира тут совсем не причем, как и деньги.

Это ответ на вопрос «шашечки или ехать?». Шашечки — это деньги, а если ехать, то надо учиться запускать бизнес-проекты с нуля, без денег.

У меня нет денег, что делать?

Во-первых — радоваться. Терять нечего, поэтому ошибок связанных с потерей денег не будет. Будет возможность сосредоточиться на том, что дает прибыль, а не на расходах.

Во-вторых — искать прибыльную тему. Если опыта совсем нет, лучше сосредоточиться на бизнесах, которые вообще не нуждаются в деньгах на старте.

В-третьих — просчитывать бизнес-модель, тестировать. Дальше финансировать все это дело уже из кармана клиентов.

Хочу начать, но не могу накопить денег. Что делать?

Такая постановка вопроса показывает, что вы пока не знаете, чего хотите, у вас нет темы и нет реальных проблем на ее пути. Вы думаете, что все зависит от денег. Значит, в вопросе создания бизнеса вы пока плаваете на уровне распространенных мифов, а как это на самом деле делается — не знаете.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Я хочу совсем маленький бизнес

Если это что-то вроде рекламы на блоге, то все в порядке. Это можно сделать, и возможно будет получаться, если приложить к этому некоторые усилия. Работает это практически на автомате, поэтому такими делами можно заниматься.

Если вы собираетесь начинать бизнес с другими людьми, да еще какими-то движениями в реальном мире, ради маленьких целей это делать не стоит. Маленькие проекты делать на порядок труднее, чем большие. Маленькие проекты никому не нужны. В первую очередь Вам.

Бизнес — это инструмент реализации больших целей. Если хотите повысить доход на несколько тысяч рублей, делать ради этого какой-либо бизнес смысла не имеет. Мороки будет много, результата мало. Эти деньги проще зарабатывать на том месте, где вы работаете сейчас, или, в крайнем случае, найти какую-то подработку.

Планируйте несколько \$миллионов в год, найдите тему, которая примерно это может дать, и если даже что-то получится не так хорошо, как планировали, сможете заработать в несколько раз меньше и дальше заниматься развитием дела. Это много лучше чем планировать пару \$тысяч в месяц, потом пойдет что-то не так, и реально получится 200\$. При этом уровень беготни и в первом и во втором случае будет похожим.

Как можно понять, сколько бизнес может зарабатывать, и будет ли он вообще прибыльным?

Нужно получить цифры для бизнес-модели и из нее считать, как это все работает.

Количество клиентов на этом рынке, как часто покупают, на какую сумму, какая прибыль с каждой покупки, как это все будет происходить для вашего конкретного случая. Взять эти цифры можно у конкурентов, или из тестирования. А еще лучше — и там, и там. И только после этого делать

выводы о гениальности вашей идеи или работоспособности вашей темы. И ни в коем случае не из собственных представлений.

Нужен бизнес-план для создания бизнеса?

Нужен, и даже очень. Проблема в том, что взять его негде. Все, что вы можете написать сами, или тем более то, что могут для вас написать другие — это не бизнес-план, это реферат на тему.

Вы можете вчерне посчитать затратную часть, а вот продажи не получится посчитать даже примерно. Если вы еще не продаете, то взять этих цифр просто негде.

Поэтому для начала нужны прикидки, это короткое описание того что вы планируете делать, для кого вы планируете делать, и короткий расчет бизнес-модели.

Потом нужно это все тестировать в продажах, получать реальные цифры. И если уже все заработало, то для дальнейшего роста можно и нужно написать бизнес-план — это будет планом развития компании. На стадии роста бизнеса он будет принципиально необходим.

Многие бизнесы так и не вырастают из фазы стартапа по двум основным причинам — нет плана развития компании и нет возможности (знаний и умений) выстроить систему продаж. В результате никакого роста не происходит, а есть просто работа, работа, работа и только работа. Потом работа надоедает или тема иссякает, и предприятие закрывается, так и не выбравшись из пеленок.

Чтобы дойти до взрослого состояния, нужно уметь строить продажи так, чтобы клиенты стояли в очереди. А чтобы уверенно это делать, нужен бизнес-план, в котором будет четко и реалистично прописано, как и за счет чего это будет достигаться.

Вообще, чем сложнее и объемнее по ресурсам проект, тем больше стоит его планировать и просчитывать.

Я не знаю, как написать бизнес-план

Во-первых, не нужно искать ответы на этот вопрос в интернете. Все, что вы там можете найти — это информация двадцатилетней давности. Тогда ситуация на рынке была совсем иная. Стоимость тогда закладывалась не в продажах, а в производстве. Риски, расчеты и прочее тоже шли относительно производства. Использовать эти методы сегодня — это прямой путь к банкротству сразу, не отходя от кассы.

Нужны прикидки по бизнес-модели, то есть цифры ожидаемых продаж, дальше нужно их тестировать и уже дальше делать вывод на основе твердых данных.

Как правильно заказать маркетинговое исследование?

Не нужно его заказывать вообще. Лучший способ — сделать всю разведку самостоятельно.

Агентства, предлагающие маркетинговые исследования, заточены под интересы крупного бизнеса. Поэтому они разведают и выложат в отчете довольно общие данные. Такие вещи, как и статистика в целом, живут только на очень больших цифрах и очень общих понятиях: объем рынка, динамика, количество основных игроков на нем. Вот, пожалуй, и все. Это может быть интересно только аналитикам, или очень крупным бизнесам. Для вас это будет иметь совсем небольшое значение.

Нужные для Вас вопросы (цифры для бизнес-модели) вам никто не даст, хотя бы по той причине, что никто и понятия не имеет, что это такое.

Для агентства это просто цифры, от которых ничего не зависит. Они не заинтересованы докопаться до смысла, они просто найдут и объединят в отчет те данные, которые уже есть на рынке. Если делать какие-то опросы, то это очень дорого и неинформативно. Все опросы курят, люди всегда говорят одно, а делают другое.

Кроме того, все это будет стоить приличных денег, которые на старте всегда в большом дефиците. Гораздо проще, быстрее, точнее и полезнее начать

тестировать идею непосредственно. Сразу. Для этого не нужно ничего регистрировать, не нужно ничего покупать. Это даст реальную обратную связь от рынка, а не отстраненно-теоретические отчеты.

И это все притом, что работу этого агентства вы вряд ли сможете на 100% проконтролировать. Может, вам продают отчет трехлетней давности, который делался для другого клиента по похожей теме? Вам останется только верить в эти цифры, а вера в данном случае — это враг. Нужны факты, а не мнения.

В общем, разведку нужно делать самостоятельно. Своими глазами посмотреть на все, потрогать своими руками, чтобы знать наверняка.

Нужно ли подробно планировать все маркетинговые фишки, УТП, позиционирование, разработать брендинг, имидж, и уже с этим начинать?

Все названное — это усилители. Применение этих вещей увеличивает результативность продаж.

Как обычно, есть и плюсы, и минусы такого подхода. По идее, эти вещи нужно планировать заранее, и начинать с них. И уже дальше под них подкладывать всю производственную часть. Проблема в том, что применение этих вещей требует высокой квалификации маркетера. Если на момент планирования старта вы этими вещами хорошо владеете, стоит их применять. Если нет, то нет, так как научиться пользоваться ими займет время, а толку будет чуть.

Кроме того, первоначальные планы чаще всего бывают ошибочны. Чаще всего, люди начинают с чего-то одного, и уже в пути, по обратной связи, видят, что нужно делать на самом деле. Поэтому очень уж много планировать, и форматировать ваши идеи на первых порах не стоит. Это занимает много времени, а результата дает мало. Поэтому затачивать маркетинговую часть нужно по ходу, а не на бумаге.

Сделаю обычную ремарку — бумага проясняет ход мыслей. Тут все, как и с бизнес-планом. Поэтому если есть время и знания, можно набросать разных

сценариев, как это можно сделать. Потом, по ходу дела, это поможет более быстро ориентироваться.

Лучше концентрироваться на одном или стоит развивать сразу несколько направлений?

Безопасность и стабильность дают несколько направлений. Так риски размазываются на несколько тем — не пойдет в одном месте, так пойдет в другом. Это очень хороший вариант, но на практике сил и времени на все не хватает. Все же человек существо всего с одной головой, с 24 часами в сутках и всего 7 днями в неделе. А ведь нужно еще спать, есть, отдыхать, развлекаться. В итоге времени остается не так много. Поэтому нужно концентрироваться только на важном.

Я бы сказал так — когда вы думаете, чем заниматься, нужно иметь несколько хороших вариантов. И двигать их на уровне задумки, параллельно. Как только что-то начинает выстреливать, и вы видите желаемую перспективу, нужно тормозить все остальные проекты и концентрироваться на одном. Делать его, растить его, пока не вырастет, пока не встанет на ноги. Как только это произошло, стоит снова заниматься несколькими проектами — укрупнять, усиливать за их счет основного.

Очень большая ошибка — прыгать по проектам и не доводить их до развитого состояния. Я так делал много раз, просто даже в силу непонимания того, как и куда можно было развить продажи и проект в целом. Начинаешь что-то делать, видишь, что толка не так много, теряешь интерес. А то, что это просто младенческое состояние, что еще ничего и не начиналось, по большому счету, — упускаешь. Иногда бывает наоборот, когда пытаются реанимировать и развить уже умершую тему.

Чтобы адекватно эти вещи понимать, видеть, где есть перспектива, а где ее нет, нужно хорошо понимать бизнес-модель. Считать рынок, смотреть какие деньги на нем есть и как до них дойти. И оценивать бизнес именно с этой точки зрения.

Что самое главное на первом этапе?

Сначала очень важно понять себя. Без этого будет тяжело двигаться дальше. Потом важно найти бизнес-тему, которая имеет реальные перспективы. Причем, не на уровне впечатлений. Я говорю про сосчитанную и протестированную бизнес-модель.

Потом и дальше важными становятся продажи. Все дальнейшее будет зависеть от них. Будут продажи — будут деньги на развитие, будет и развитие, будут еще большие продажи. В общем — это замкнутый круг, когда одно развивает другое. Но начинается все с продаж.

Время ли сейчас заниматься бизнесом?

Строго говоря, не бывает плохих или хороших времен. Просто в одно время процветают одни, в другое — другие. Сейчас много компаний закрывается, уходит с рынка. Именно о них и трубят во всех СМИ. Но это не значит, что ВСЕ закрываются и уходят с рынка. Просто идет перераспределение, одни умирают, другие рождаются.

Кто работает по старым методам, на старых принципах, уступают дорогу тем, кто делает новое. Это постоянный процесс, он идет всегда и везде. Просто сейчас он идет гораздо быстрее и заметнее.

Ждать хороших времен это иллюзия. Это просто выражение внутренних страхов относительно самого себя. С тем же успехом можно ждать прилета инопланетян. Это сущности одного порядка, все это отношения к делу не имеет.

БИЗНЕС-ИДЕЯ

Я не знаю, как придумать бизнес-идею. Что делать?

Проблема в самом подходе. Придумывать бизнес-идеи не нужно. Все, что вы можете придумать – это лишь фантазия, которая к делу отношения не имеет. Бизнес-идеи ищут, а не придумывают. Они всегда лежат под ногами, причем в больших количествах.

Я не могу придумать ничего совершенно нового

То, что бизнес-идея должна быть новой, революционной, или просто гениальной — это не более чем очередной миф. Совершенно новые идеи не работают, для них еще нет рынка. Создать новый рынок — это мега-задача. Поэтому нужно искать хорошую тему, а не придумывать бизнес-идеи. Это не сработает.

Есть много идей, но боюсь, что они не окупятся, поэтому боюсь начинать. Вдруг не будут у меня покупать?

Это одна из самых распространенных проблем. Думать, бояться, предполагать — все это не нужно. От ваших мыслей здесь ничего равным счетом не зависит. Нужно считать бизнес-модель, тестировать, и дальше принимать решение уже исходя из фактов. Мнения здесь не имеют значения.

Больше всего боюсь прогореть. У меня нет своих денег, я планирую брать кредит, и если дело не пойдет, то отдавать будет просто не чем.

Кредит брать не нужно. Нужно уметь финансировать дело из кармана клиентов. Брать деньги под неопределенность — последнее дело, это прямой путь к большим неприятностям. Брать деньги можно только под

работающий бизнес, для его развития. При этом четко понимая: как, когда и посредством чего эти деньги вернутся.

Что такое постиндустриальный бизнес?

Если коротко, это информационная надстройка над простыми индустриальными темами, которая сильно повышает их результативность.

Скажем, добывать и продавать уголь — это индустриальная сфера. Создавать новые технологии обогащения того же угля — это уже постиндустриальная сфера. Кормить людей — это индустриальная тема. Заниматься диетологией, учить здоровому питанию, организовывать здоровое питание — это уже постиндустриальная тема. Шить и продавать одежду — это старая тема, а вся индустрия моды — это постиндустриальная тема. Китайская тряпка может стоить сотню рублей, подобная же тряпка от модного дизайнера — в тысячу раз дороже. Строительство — это старая индустриальная тема, а вот внедрение новых технологий строительства, грамотный менеджмент проектов, новые архитектурные и дизайнерские решения — уже постиндустриальная тема.

И так далее. По большей части эти проекты относятся к сфере высокотехнологичных, наукоемких или профессиональных услуг. Так же бывают постиндустриальные товары. Скажем, не далее как вчера смотрел ролик, в котором показывали новый материал — мягкий и тягучий как жвачка, но при шоковой нагрузке, при ударе, он становится твердым. Из него уже начали делать разную защиту для спорта и работы. При носке она мягкая, не сковывает движений, а в момент удара становится твердой, как панцирь.

Голливуд, церковь, разные клубы по интересам — это постиндустриальный бизнес. Я недавно где-то встретил тему, когда люди участвуют в костюмированных встречах, наряжаясь в аристократию, царей и цариц, в парики и камзолы. Годовое участие в клубе начинается от \$50 000.

Я уже не раз рассказывал про три уровня реальности. Функциональный, эмоциональный и социальный. Кто знаком с системным мышлением возразят, что мол, должен быть еще и четвертый — и будут правы. Есть еще идеологический или философский уровень, это ответы на вопросы за

пределами жизни. Все, что связано с самоопределением, со смыслом жизни (на этой теме плотно сидят различные церкви, гуру, и прочие секты).

Функциональный — это уровень индустриальных бизнесов. Остальные три — это постиндустриальный. Причем, чем более развит рынок, тем к более высокому уровню он стремится. Но это отдельный разговор. Чуть подробнее он будет затронут в книге, а еще подробнее — на семинарах и тренингах (все ссылки дам в конце этой мини-книги).

Стоит ли заниматься услугами?

Да, эта сфера у нас пока очень слабо развита. В развитых странах около 80% оборота приходится на услуги, у нас эта цифра сейчас несравненно меньше. Часто бизнес в сфере услуг не требует никаких денег и строится просто на квалификации людей, его делающих. Это одна из тем, которую можно поднять сидя дома на диване. Перспективы в этой сфере самые радужные.

Есть тут и проблемы. Дешевые простые услуги легко копируются. Дорогие и профессиональные услуги довольно трудно переложить на чужие плечи, на систему.

Так или иначе, придется делать какую-то часть самостоятельно. Если, к примеру, взять и обучить человека делать то, на чем построен бизнес, он бросает работу и зарплату и идет через дорогу открывать такой же бизнес.

В сфере услуг довольно трудно защитить себя от всех подобных вещей, ведь то, что приносит деньги, находится не в капитале, ни в зданиях и сооружениях, а в голове людей. А чужие мозги контролировать довольно трудно. По крайней мере, без пистолета. Или пока снова не введут крепостное право :)

Стоит ли заниматься торговлей?

Торговля — это самый старый вид бизнеса. Как обычно, здесь есть свои плюсы и свои минусы.

Во-первых — это тот бизнес, который можно полностью выстроить как конвейер. Это то, что может работать полностью без вас. Контроль все равно

будет нужен, но постоянно принимать участие в процессе нет никакой нужды (в случае, если уже все организовано). На старте придется побегать. Управлять тоже более-менее просто, сама по себе работа с товаром вполне понятна и даже очевидна, тут не нужны люди с суперквалификацией.

Старый анекдот про то, что *здесь покупаю за 2 рубля, там продаю за 4, на эти 2% и живу* — наверное, знаете, вот это как раз про торговлю.

Продавать товар довольно просто, если товар ходовой. Это не услуги, человек что видит, то и берет. Торговаться сложно, любой товар чаще всего имеет прямые аналоги, его легко сравнить, поэтому цена всегда будет основным фактором. Очевидным решением кажется снижение цен и это хорошо работает, но губит все перспективы.

Если тема твердая, на ней можно сидеть десятилетиями без необходимости что-то менять, перестраивать и улучшать. Скажем мой родной город Новокузнецк — это один из крупнейших поставщиков угля и металла. Сейчас, в кризисе, металл просел, заводы заморозили половину своих мощностей, а вот уголь как был востребован, так и остается. И изменений в этой теме не планируется. Это, конечно, большой плюс. То же самое с цементным заводом, то же самое много еще с чем.

Минус — на такие большие и твердые рынки практически не реально зайти с улицы. Тут все уже поделено, договорено и зафиксировано. Подобные темы очень объемны по деньгам, и довольно очевидны, поэтому и бандиты и власть и все прочие, у кого есть достаточно сил, чтобы откусить свой кусок — все уже там.

Более мягкие темы, различные нишевые товары, новые товары — тут место новым игрокам будет всегда, потому что рынок тут довольно рыхлый, его взять и поделить никак не получится. Это плюс.

Минус — это не очень большая емкость по деньгам, эластичность рынка по ценам и спросу — сегодня так, завтра иначе. Поэтому много и стабильно тут зарабатывать трудно.

Для торговли нужны оборотные средства. Это один из главных минусов. Никто не отдаст ходовой товар без предоплаты. Максимум можно получить отсрочку платежа, и то не на первой сделке. Обычный этикет — первые две

сделки идут в деньги, потом с отсрочкой. Это чтобы подтвердить состоятельность. Сейчас без денег вряд ли вообще что отдадут. Если вы найдете какой-то товар, который вам готовы отдать без предоплаты, скорее всего это хлам, и производитель сам не знает что с ним делать.

Поэтому деньги на оборот нужны и очень важны. В торговле побеждает тот, у кого больше денег, и это ее большой минус для бизнеса, когда денег нет или их немного. Для тех, у кого денег много, это как раз средство обеспечения безопасности, фиксации своего положения.

Если вы покупаете ходовой товар, это достаточно безопасное вложение, сдать его, хотя бы по себестоимости, не так сложно.

С другой стороны любая покупка — это заморозка средств. Вы можете купить и товар подвиснет, пока вы его не продадите. Это может быть и день, и неделя, и месяц, опять же в зависимости от товара и рынка.

Так что смотрите на плюсы, минусы, и думайте, стоит ли этим заниматься в вашем конкретном случае. Если спрос есть, а предложений нет — нужно торговать. Это самый простой и быстрый способ сделать деньги. Если рынок уже поделен, нужно идти в более высокие сферы. В общем это вопрос поиска и форматирования бизнес-темы.

Тема Форекса и бирж

Форекс и прочие биржевые игры — это хороший бизнес. Зарабатывают на нем три категории людей (и организаций): кто держат биржу, кто учит играть на ней, и кто обладает инсайдерской информацией.

Весь процесс происходит за счет четвертой стороны — тех, кто играет на этой бирже, в надежде заработать.

Если коротко, то биржа — то же самое казино, только чуть-чуть в другом формате. Если есть желание сыграть, думаю все же проще пойти в казино, там учиться не нужно, результат игры вы узнаете сразу — в тот же день. Думаю, процент выигрышей и там, и там примерно одинаковый.

Заработать на бирже можно только обладая какой-то важной информацией, которая влияет на поведение биржи, при этом другие ее знать не должны.

Если это есть — вперед. Если нет, лучше поискать что-то более предсказуемое.

Стоит ли заниматься бизнесом в Интернет?

Интернет — отличная медиа-среда, за интернет будущее, это совершенно точно. Если говорить об интернет-бизнесах, то тут есть много разных видов, с разными возможностями и перспективами.

Веб-строительство. Это сам процесс строительства интернета, и это довольно хорошая тема. Но не для всех. На верхнем уровне этого рынка всего несколько крупных компаний, с очень дорогими услугами. И это очень хороший бизнес. На другой стороне шкалы — различные дешевые тиражируемые услуги, к примеру, продажа готовых дизайнов (Templates — миллионный бизнес, если не миллиардный). В середине этого бизнеса — рядовые разработчики, которые делают то или это. Денег в среднем сегменте не так много — эти ручные услуги требуют времени, сил и квалификации, а оплата тут не такая большая, заказчики обычно хотят сделать что-нибудь подешевле. Кто готов платить — идет к верхним компаниям. Двойная экономика во всей красе.

Порталы и веб-сервисы, по большому счету, бизнесом не являются. Да-да, все знают о миллиардных доходах *Google*, все знают о покупке *Youtube* за несколько миллиардов и о стоимости *Facebook*. Однако это единичные примеры, денег эти сервисы напрямую чаще всего не приносят, и покупаются для расширения влияния крупных компаний.

Вообще, абсолютное большинство интернет-сатрапов живут за счет инвесторов в надежде, что когда-нибудь это начнет приносить деньги.

Разговоров об этом множество, но прибыльные веб-сервисы можно пересчитать по пальцам. Поэтому интернет-бизнес в чистом виде пока не совсем бизнес. 99% стартапов, которые хотят сделать — никому не нужны.

Видел уже много экспериментов, когда какие-нибудь программисты объединяются, чтобы сделать «свой стартап». Успешных примеров не видел. К бизнесу это никакого отношения не имеет.

Даже две наши крупнейшие социальные сети, притом, что содержат половину аудитории страны, находятся на уровне рентабельности, и ни о каких мега-заработках речи не идет. Они только планируют это где-то в дальнейшем. На таком фоне открывается бесчисленное количество тематических социальных сетей, разных сообществ и прочих интернет-начинаний, которые вообще никому не нужны. По крайней мере, сегодня. В скором будущем сеть очень сильно изменится, поэтому не очень понятно — что будет с подобными сервисами дальше.

«Не-интернет» интернет-бизнесы

Лучше всего живут те бизнесы, которые продают что-то, что имеет значение за пределами сети. То есть, используют интернет как медиа-площадку для маркетинга, а продают реальные товары и услуги.

Торговля — различные интернет-магазины и сервисы, продающие софт, товары, услуги.

Инфраструктура — хостинг, платежные терминалы и сервисы, продажа доменных имен, движки для сайтов, форумов и блогов (то, что продается за деньги).

Обучение. Это одна из самых больших интернет-тем. В принципе, интернет создавался как раз для этого. И здесь это очень удобно.

Реклама во всех проявлениях, в том числе поисковая оптимизация сайтов.

Развлечения. Это еще одна мега-тема присущая интернет. Начиная с порнографии, интернет-казино и прочих «подпольных» удовольствий, заканчивая многопользовательскими играми, которые сейчас все больше переезжают в интернет.

Выводы

1. Продавать через интернет нужно то, что имеет реальную стоимость в реальном мире.

2. Продвигать однозначно нужно через интернет, если вы его не используете, то теряете много, и эти потери с каждым днем увеличиваются.

Я боюсь, что ко мне придет кто-то с «корочкой» или без, и начнут предъявлять претензии на мое дело. Поставят «крышу» или вообще уведут весь бизнес. Что делать?

Не занимайтесь бандитскими темами и не занимайтесь бизнесом, основу которого вы не можете контролировать. Вот и все, никто вас не тронет. Мелкий бизнес никому не интересен, все понимают, что денег в нем не так много (хотя это бывает и не так, но судят-то по внешним данным), поэтому пока вы не начали скупать заводы и пароходы, опасаться нечего.

Вообще, наиболее очевидны и наиболее обдираемы скорее даже не криминалом, а разного рода инспекциями, это бизнесы, «стоящие на земле». Такое предприятие никуда не денется, и хозяин его никуда от него не денется.

Есть ли смысл идти на заполненный рынок или лучше поискать другое направление?

Дело не в заполненности рынка, а в его динамике, скорости роста или падения, в объеме рынка, количестве клиентов, их желании и способности покупать то, что вы собираетесь продавать.

Возможно, рынок столь мал, что не потянет даже одного игрока (скажем, если есть гениальная идея, которая в реальности вообще никому не нужна).

Возможно, на этом рынке есть уже сотни или тысячи игроков, и спрос превышает предложение. Тогда место найдется для еще одного, и еще одного, а может и пары сотен новых игроков.

Работать на развитом рынке гораздо проще и интереснее, чем на отсутствующем. Если рынок достаточно новый и растет, то войти на него просто. Если он старый, очень конкурентный, войти тоже можно, но цена входа будет высокой. Тягаться с компаниями, которые развивались на нем годами или даже десятилетиями будет трудно, чтобы это делать, нужны большие ресурсы.

В принципе можно отрезать кусок и от уже устаканившегося рынка, такие примеры случаются довольно часто. Иногда кажется, что яблоку упасть уже некуда, все поделено и распилено. Потом появляется компания, которая просто берет и откусывает от рынка приличную его часть. Это снова вопрос поиска перспективной темы, ее форматирования, схемы запуска, развитости системы продаж.

Я программист, учусь на последнем курсе университета. Хочу взять пару знакомых и начать с ними писать софт. Сначала на заказ, потом хочу перейти к написанию своих программ и их продаже.

Довольно часто встречаемая стратегия. Умею что-то делать, хочу делать это, работая на себя. Главное тут — понять заранее простую вещь: дело будет зависеть не от того, умеете ли вы программировать, а от способности эти услуги продавать. Чтобы зарабатывать, нужно работать с рынком, а не с программистами.

Какие главные требования у торговых сетей, как к ним попасть?

Торговые сети — это тоже бизнес. Их, в первую очередь, волнует прибыль. Во вторую очередь — стабильность получения прибыли. В третью очередь — отсутствие проблем с товаром, с поставщиком и прочими составляющими получения прибыли :)

Поэтому поставщик должен поставлять ходовой товар, который узнается, покупается и не залеживается на прилавках. При этом поставлять надежно, без сбоев. На этот счет обычно есть очень много разных штрафных мер: если вы почитаете договор поставки крупной торговой сети (часто они работают только по своему договору, не позволяя его менять), там будет пол страницы того, что должны они, и страниц пять того, что должен поставщик. Огромный перечень обязанностей и штрафов за их неисполнение.

Вообще, с сетями работать довольно трудно. У них в руках беспрецедентный

канал сбыта, поэтому желающих туда попасть не просто очередь, а много очередей, стоящих друг за другом в своей очереди :)

Именно поэтому такие жесткие условия. Плата за вход, плата за полку, бонусы товаром (чтобы закрыть ошибки персонала, воровство и порчу товара за счет поставщика) и прочие вроде бы не законные меры.

Поставляя товар в торговую сеть, вы приобретаете массу обязательств. Вас отожмут по цене почти досуха. Но с другой стороны — вы можете продавать вагонами, «в одно окно». Иногда поступают так: в сети продают с минимальной наценкой и за счет них имеют большой оборот и стабильность. А зарабатывают на более мелких игроках рынка, которые имеют не такие большие ресурсы для продажи и не могут отжимать такие хорошие условия для себя.

Есть несколько идей, но если их реализовывать, стабильный доход пойдет примерно через 4-6 месяцев. А кормиться это время как-то надо. Как тут быть?

Во-первых, не нужно увольняться до тех пор, пока новое дело не заработает. Очень желательно повысить свой доход там, где вы сейчас работаете, и увеличить количество свободного времени. Достичь этих двух целей довольно трудно, но вот одну из них — не очень сложно. И дальше использовать этот ресурс для развития своего дела.

Во-вторых, можно подкопить денег, «создать подушку», которая позволит прожить некоторое время, не думая о зарботке. Благо, что денег просто на проживание нужно совсем не много.

Лучший способ — это найти нескольких клиентов, «на прокорм». Пусть это будут не большие деньги, но такой способ лучший — он даст обратную связь от рынка, клиенты будут постоянно пинать вас в сторону ваших же целей, и вы не будете тратить время на что-то постороннее. Это лучший вариант.

Как вы думаете, насколько востребована услуга...

Мое мнение не имеет значения — вам нужно узнавать это у потенциальных клиентов и считать бизнес-модель. Если 95% людей скажут что это полный отстой, а 5% будут готовы покупать, это может быть супер-бизнесом!

Нужно формулировать предложение, выходить на клиентов и тестировать это все в продажах. Других способов узнать как это НА САМОМ ДЕЛЕ нет. В книжках это не пишут.

Как выбрать тему для себя?

Во-первых, стоит сначала подумать о желаемом стиле жизни. Чем вы хотите заниматься, что делать, с кем общаться, что знать, что уметь? И дальше выстраивать бизнес как инструмент достижения этих целей. Стратегия «где-нибудь на чем-нибудь заработать, а потом делать то, что интересно» не работает. Времени на интересное не останется, такой бизнес вымотает очень быстро.

Нужно искать тему, отталкиваясь от своих целей. Это и проще, и лучше.

Во-вторых, нужно отталкиваться от своей личной специфики. Все люди разные, одному хорошо одно, другому другое. «Что русскому хорошо, то немцу смерть». Что хорошо, а что плохо нужно решать, отталкиваясь от себя. Чтобы хорошо понять себя, я не знаю лучшего инструмента, чем тренинг по целеустройению (смотрите на моем сайте в разделе www.getnew.biz/b/), он для этого специально разрабатывался и проводился.

Могу посоветовать посетить полноформатный семинар Виктора Толкачева по системному психоанализу, это даст очень многое в плане понимания своих сильных и слабых сторон, предпочтений по жизни.

РЕГИСТРАЦИЯ И БУХГАЛТЕРИЯ

Я не знаю, как правильно зарегистрировать бизнес, поэтому боюсь начинать.

Информации на эту тему сколько угодно и от этого ничего не зависит. Эти вопросы решаются довольно просто, по пути. Главное — тема, само дело, клиенты готовые платить. А в какую юридическую обертку это обернуть — дело десятое.

Сделайте сначала самый простой вид регистрации, начните с ИП и «упрощенки», а потом, по пути, можно будет сделать ООО или НКО.

Когда нужно регистрировать бизнес?

1. Когда уже есть стабильный поток денег, и вы этот поток хотите легализовать.
2. Когда уже есть сделки с юр. лицами, на каждую из сделок потребуются сопровождающие документы — договор, счет, счет-фактура, акт или накладная. В этом случае потребуется юр. лицо или ИП, от которого это все можно выписать. И счет в банке, через который можно оплатить/получить деньги.
3. Когда есть инвестиции, деньги придется оформлять в бух. учете, а значит, нужно и предприятие, на счет которого они придут.
4. Когда есть партнеры и нужно делить затраты, собственность, фиксировать отношения.
5. Когда нужно делать покупки, которые идут на баланс. Это покупка оборудования, снятие офисного помещения и так далее. Чтобы был баланс, нужно предприятие, значит, нужна регистрация.

Я хочу во всем разобраться и сразу зарегистрировать правильно

Чтобы зарегистрировать сразу правильно нужно:

1. Точно знать, что именно, как именно, кому и в каких объемах вы будете продавать
2. Купить часовую консультацию опытного бухгалтера. Или еще проще — пойти в любую компанию, которая занимается регистрацией бизнеса. Консультацию они дадут, скорее всего, бесплатно, оплатите только саму регистрацию.

Видимо уже стало понятно, второй пункт не является проблемой. Проблемой является первый пункт, потому что сразу вы, скорее всего, не будете знать ответов на эти вопросы. Они станут понятны только по пути. Поэтому вообще не нужно ставить задачу сразу сделать правильно. Сразу нужно так, чтобы работало, а улучшать это можно и нужно по пути. Когда уже есть информация и ресурсы на это улучшение.

Если сделать что-то неправильно, потом же это уже не поменяешь?

В процессе существования бизнеса может меняться вся его юридическая часть. Более того, концепция «один бизнес — одно юр. лицо» уже давно устарела.

По большому счету, это очень актуально для крупного бизнеса, актуально для среднего, и мало актуально для малого. Но, тем не менее, для понимания ситуации: часто в рамках одного бизнеса существуют несколько юр. лиц, с разными режимами налогообложения, с разными активами на них. К примеру, одно используется для регистрации на него важных активов, по нему не ведется никаких серьезных оборотов, на него не берется кредитов, не создается долгов, поэтому перехватить его либо очень сложно, либо вообще невозможно. Второе юр. лицо затачивается под один вид сделок, третье под другой вид сделок, и так далее.

Скажем, вне зависимости от моих ООО, у меня с 2004 года есть

свидетельство регистрации Индивидуального Предпринимателя, с упрощенной системой налогообложения. Это удобно.

Некоторые вещи действительно не могут меняться. К примеру, если вы регистрируете что-либо и выбрали определенный режим налогообложения (или не выбрали «упрощенку», или ошиблись с выбором «6% с оборота» или «15% с прибыли»), тогда поменять этот режим можно будет не ранее чем через год, а на некоторых режимах, кажется, до трех лет. Это надо уточнять, эти регламенты иногда меняют.

В общем, торопиться с регистрацией не стоит. Сделайте сначала ИП, а потом по ходу разберетесь, что и как лучше сделать.

Я не разбираюсь с бухгалтерскими документами. Как научиться оформлению сделок?

Кто работает в продажах, эти вещи знают довольно хорошо. Может, стоит поработать пару месяцев, чтобы понять весь документооборот. В принципе ничего сложно нет. Пригласите друга, который в этом разбирается, и поиграйте в оформление разных сделок.

В принципе, вариантов не так много. Продажа товара, продажа услуги, расчет по счету или наличными, предоплата, постоплата. Это, пожалуй, 95% всех сделок.

Единственная сложность — это договор. Есть несколько важных вещей, которые могут сделать договор просто не действительным. Вы будете думать, что он у вас есть, а на самом деле он будет просто куском бумаги. Тут стоит немного подучить договорное право, или пользоваться услугами юриста.

Сложно и дорого вести бухгалтерию?

Если это «упрощенка» (УСН), тогда совсем просто, декларация — это три листа, туда нужно внести лишь несколько цифр. Есть программы, которые позволяют автоматизировать процесс заполнения. Просто вписываете одну или две цифры (доход, или доход и расход, в зависимости от выбранного

режима), распечатываете эти три листа в двух экземплярах, подписываете и все готово.

Оплата налога делается как обычный перевод (государство, как и налоговая, — это такое же юр. лицо). Можно делать самостоятельно, можно отдать приходящему бухгалтеру или аудиторской фирме.

Если бизнес на месте, какая-то торговая площадь, то это будет вмененный налог. Это тоже довольно просто. Там сума налога считается вначале, при открытии, и потом, вне зависимости от результатов торговли, вы ее выплачиваете.

Если нужно выставить НДС или если по другим причинам вы используете общую систему налогообложения, отчетность в этом случае довольно сложная. Раз в квартал нужно сдавать отчетность. По объему это стопка заполненных форм высотой в сантиметр. В этом случае точно нужен бухгалтер или аудиторская фирма.

УПРАВЛЕНИЕ

Что нужно знать из менеджмента для начал бизнеса?

1. Нужна полная готовность мгновенно, без раздумий и душевных терзаний, уволить любого человека, который мешает делать дело. Или не делает то, о чем договорились. Партнера, работника, клиента, знакомого, который жрет энергию (критикует не по делу, ноет или пытаться опустить вас до своего уровня) или любого другого.
2. Ставить конкретные цели. Брать не на работу, а для решения конкретных проблем, достижения конкретных результатов.
3. Никому не верить, все проверять. «Все люди лгут © Доктор Хаус». По умолчанию считаем, что человек может обманывать или искренне заблуждаться по поводу себя. Поэтому все, что говорится, пропускаем мимо ушей, и смотрим только на результаты. Когда речь идет о деньгах, это правило нужно умножать на два.
4. Брать людей с высшим образованием. При этом считать это личностной характеристикой, а не профессиональной. Высшее образование гарантирует идеологию работника, дает возможность строить четкие отношения «работодатель — работник» но никак не гарантирует его профпригодность. Даже профильное образование.
5. Демократия нужна на этапе принятия решений, диктатура необходима для их выполнения. © Адизес, Ицхак.
6. Управлять письменно. При приеме на работу предлагать написать общее виденье, что будет делаться, каким образом. Давать задания письменно, и письменно принимать отчеты по результатам работы. Завести блог и обязать туда писать свои результаты, мысли и прочее что касается работы. Такие мини-отчеты каждый день. Оценивать работу по написанному.

Текст не выдерживает общих слов, в тексте сразу видно, есть, что сказать человеку или нет. Делал он что-то или нет, и с какими результатами. Сейчас это реализуется довольно просто, WordPress можно поставить за 5 минут, настроить за 10 (понадобится плагин для разделения прав доступа). Можно

сделать и на других блоговых платформах.

Несколько вопросов про классический менеджмент

Какую именно структуру компании лучше выбрать для своего бизнеса?

Как правильно сделать все регламенты работ, должностные инструкции и прочие внутренние документы для работы компании?

Какие нужны системы в бизнесе, как их создать и внедрить?

Структура — не актуальный для стартапа вопрос. Это нужно только когда людей становится много. Тогда нужно думать, как лучше увязать их между собой.

Когда работников меньше 7, никакой структуры не нужно. Когда больше — можно начать об этом думать.

Я не раз делал так сам и у других встречал желание сначала все правильно и хорошо сделать, а потом с этим уже запускаться. Здесь все как с написанием бизнес-плана: собственные мозги это причесывает, пока вы пишете и планируете, мозг работает, но реально все случается иначе. Вы не можете заранее предвидеть всего, поэтому любые идеальные планы обычно выбрасываются в корзину сразу после старта. Все случается как-то иначе. Не обязательно хуже или лучше, но иначе.

Поэтому гораздо оптимальнее (как и с бизнес-планом) наметать общие контуры работы для каждого из специалистов, цели которые он будет достигать, как они будут это делать, но сильно подробно все делать не нужно. Потом по пути дотачивать, уже по обратной связи.

Где найти хороших профессионалов?

Хороших профи не растут на деревьях, их мало, они стоят денег. На этапе старта платить обычно еще нечем, поэтому и возникает это противоречие.

Вопрос: «Где их взять?» решается очень просто — если вы этого еще не знаете, значит стартовать пока рано. Сначала нужно стать «человеком в теме».

Если еще точнее — это зависит от формата бизнеса, который вы собираетесь открывать. В формате «мастерской» все зависит как раз от профессионалов, поэтому подготовка бизнеса в существенной части это поиск этих самых профи. В других форматах этот вопрос имеет гораздо меньшее значение.

На вопрос: «Как заинтересовать?» одного ответа на все случаи нет. Случаи, как и люди, везде разные. Вот лишь несколько подсказок:

1. Уметь самому. Уметь делать основные вещи, от которых критически зависит успех дела. Начинать с этого, потом, уже в процессе, перекладывать это дело на чужие плечи.

2. Искать людей близких по идеологии. Часто действительно хорошие профессионалы могут в чем-то помочь и без денег. Хотя бы потому, что они чаще всего фанаты своего дела. Любой профессионал, прежде всего человек. Также у вас могут сложиться деловые отношения позже, когда вы уже встанете на ноги. Кроме того, за спрос в глаз не бьют, поэтому общаться можно и нужно.

Могут помочь делом, или хотя бы советом: что и как лучше сделать, где поискать нужных людей, у кого и что спросить.

3. Оплачивать за счет клиента. Если вы умеете сначала продать свой товар или услугу, еще до того как можете показать его/ее клиенту, значит проблема с оплатой отпадает.

4. Делить людей на тех, кто знает и кто делает. Любая работа состоит из знания (что и как нужно делать) и из самого выполнения этого дела.

Обычно предполагается, что «хороший профессионал» — это тот, кто и знает, и делает. Но это далеко не всегда лучший выход. Чтобы хорошо понять, ЧТО именно нужно делать, КАК именно и в КАКОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ, ДЛЯ ДАННОГО КОНКРЕТНОГО СЛУЧАЯ, нужно быть профи, то есть обладать большим объемом знаний и опыта.

Знаний нужно много, но знания эти нужны редко, только для формирования плана действий, сценария как это будет делаться, строительства систем, внутри которых это будет делаться.

С другой стороны, работать нужно постоянно, а знаний для выполнения простой работы обычно нужно совсем чуть-чуть.

Резюмирую: тех, кто знает нужно не много и не часто, поэтому такую работу можно аутсорсить, брать в партнеры, покупать эту работу попроектно через консалтинг. Покупать инфо-продукты на эту тему.

Тех, кто делает — брать без особых амбиций и знаний, быстро учить делать конкретный участок работы (это уже решено с теми, кто умеет делать) отжимать по деньгам, по крайней мере, для начала. Оттягивать момент оплаты, делать ступенчатый рост зарплаты по месяцам, завязывать зарплату на достижение конкретных целей и так далее.

Выводы делайте сами, подробнее на эту тему будет в семинарах и тренингах. Информация об этом будет на моем блоге и в рассылке (в конце документа дам все ссылки).

5. Разделять этапы работы. Это моя больная тема :) Желание сделать сразу хорошо — это, пожалуй, самая большая и разрушительная проблема в моем опыте. Даже зная уже, как это работает, сломать установку настолько трудно, что я постоянно сам себе удивляюсь — наступаю на эти грабли снова и снова.

Дело в том, что сразу хорошо не нужно. Это настолько затратная вещь, что окупается только в очень-очень редких случаях. Тогда, когда речь идет о широко-тиражируемом продукте. Скажем, когда делают фильм и если его сделают плохо, то оно провалится. Доделывать потом будет поздно. Вот в таких случаях нужен перфекционизм.

Во всех остальных случаях доделывать лучше по пути. Поэтому если вы хотите хороших профессионалов сразу, это скорее всего симптом того, что вы не знаете своего бизнеса. Не знаете его моделей. Чаще всего стоит сначала нанять таких, какие есть, и уже дальше, в пути, когда какие-то деньги уже начинают зарабатывать, искать лучших.

Как подготовить профи?

На этапе стартапа учиться и учить бесполезно. На это не будет ни времени, ни сил. Более того, это скорее вредно, чем полезно. На старте нужно будет

сделать много вещей за короткий промежуток времени. Важно, чтобы это было достаточно быстро, пока есть энтузиазм, пока прет от возбуждения, и пока еще не закончились деньги :)

На этапе старта вы будете тратить много ресурсов. Отдачи в виде денег еще не будет, или будет не много. Поэтому стартап — это то, что нужно готовить, потом как можно быстрее запуститься, как можно быстрее поставить на ноги продажи и как можно быстрее перескочить на следующую фазу — бурный рост. Поэтому все, что тормозит на этом пути, будет в минус, а не в плюс.

Поэтому брать нужно только тех людей, которые УЖЕ умеют делать то, что нужно делать. Либо уметь это делать самостоятельно, раскладывая дело на простейшие шаги и брать людей для их выполнения. То есть брать на работу, не требующую квалификации, чему можно научить за пару часов, объяснив это в инструкции на пол страницы.

Вообще, учить это дело очень неблагодарное. Мозг — это очень инертная система, поэтому прежде чем человек поменяет какие-то свои взгляды, он раз сто должен удариться об то, что они не работают. Потом пройдет время, пока этот факт будет осознан и принят, потом еще нужно раз сто показать как на самом деле нужно. С другой стороны, обучение это то, что дает стратегическое преимущество. Кадры решают все.

Поэтому заботиться об обучении на коротких промежутках времени — лишь терять время. Когда время есть, тогда это одна из главных вещей.

Когда компания уже стала стабильной, обучение — это главный инструмент внедрения необходимых знаний, идеологии, стандартов выполнения чего-либо, внутренней культуры. В общем, инструмент апгрейда всей информационной составляющей компании.

Довольно много современных бизнесов начинается с обучения. Сначала с целью обучения собирается тусовка, в процессе она проходит всю необходимую квалификацию, структурируется, и дальше уже с теми, кто в теме — начинаются серьезные движения. Можно сказать, что это одна из технологий создания бизнеса.

Когда стоит обучать работников

Обучать нужно только тогда, когда вы уверены в перспективе работы с данным человеком.

Скажу немного с другой стороны, как этого делать не нужно, возможно станет понятнее. Чаще всего бывает так:

Приходит некий товарищ и хочет устроиться на работу. Говорит и в резюме пишет, что и все пишут «Я умный, амбициозный, быстро-обучаемый» и прочую ерунду. Приходит и говорит «Мне бы хотя бы тыщ двадцать... я быстро научусь, вы меня возьмите».

Работодатель в этот момент думает так: конечно двадцатки он явно не стоит, делать, что нужно, толком не умеет. Но если подучить, то через месяцок-другой может действительно научиться.

То есть дает работу и зарплату в кредит. Начинает учить и через пару месяцев «наш герой» начинает действительно отрабатывать свою двадцатку. Работодателю кажется, что через свое вложение в этого человека он приобрел стабильного и благодарного работника, который теперь будет развивать его бизнес.

В это же время в голове работника происходит совершенно другой процесс.

Через пару месяцев, когда он освоился и утвердился на своей работе, он думает: «Меня взяли на двадцатку, когда я еще вообще ничего делать не умел. А щас-то я уже умею! Значит, с этим меня возьмут на работу за тридцатку! Или даже за сороковку!»

И идет искать новую работу.

Есть такой принцип Питера: «В иерархической системе любой работник поднимается до уровня своей некомпетентности». Вот он — работает железно. Поэтому брать нужно тех, кто уже умеет работать и учить только тех, кто доказал свою лояльность. Остальных строим в колонну, и отправляем к конкурентам. Пусть они учат :)

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Нужно разрабатывать бренд?

Сложный вопрос потому, что под понятием бренд каждый понимает свое. Покупатель одно, бизнесмен другое, те, кто предлагают подобные услуги — третье.

Фирменный стиль, название и все, что вы думаете о себе и своем бизнесе, не является брендом.

Брендом является то, что думают о вас и вашей компании покупатели.

Отсюда следует простой вывод: разработать мнение покупателей вы физически не можете. Это складывается в процессе работы, и то, как вы работаете дает покупателю гораздо больше важной информации, чем все остальное.

Для улучшения восприятия можно заранее озадачиться и подумать: «Как я хочу, чтобы мой бизнес воспринимали мои клиенты?». Понять, кто они. Понять, кто вы. Понять, чем вы отличаетесь от других. Это обычная бумажная работа, придумать раз и навсегда у вас точно не получится, но мозг это причешет.

Бренд складывается из рынка или ниши, из того, что вы ей предлагаете, из логической части (обещание), из эмоциональной (стиль, имидж, разные фишки), и из продвижения этого дела до головы клиента.

Сюда же входит позиционирование и УТП (уникальное торговое предложение). Если вы умеете с этим обращаться, можно заранее все придумать и потом по обратной связи откорректировать.

Если пока не умеете — тогда не нужно этим заниматься, только время потратите. Оно само по ходу структурируется.

Нужен ли хороший логотип?

От него практически ничего не зависит. Особенно на старте. Я не знаю ни одного случая, когда хороший логотип оказывал влияние на существование бизнеса. У меня был один случай, когда чиновник похвалил логотип, перед участием моей компании в одном тендере администрации, но выбор в итоге шел все равно между своими, а не по логотипу.

У одной из моих прошлых компаний логотип был красный, мы специально печатали прайсы и коммерческие на струйном принтере, чтобы они были в цвете. И это пару раз помогало. Эти бумаги проще находились в пачке других похожих. Но не более.

Есть этап развития компании, когда жить с плохим логотипом и фирменным стилем становится уже стыдно. Плохой дизайн тормозит развитие. Но чтобы он помогал на старте, я такого ни разу не видел, хотя вообще видел много бизнесов, в том числе на старте.

Я не имею в виду дизайн веб-сервисов или софта. Это уже не фирменный стиль, а сам продукт. К таким вещам сейчас очень жесткие требования по интерфейсам и дизайну.

Отдельно подчеркну — это говорю я, человек, у которого зрительность — это ведущий вектор, поэтому я фанатею над красотой и дизайном. Я довольно долго верил, что дизайн имеет значение. Верил вопреки всему. И до сих пор так считаю, но теперь уже точно знаю — это действительно так только для меня. Для меня и для других, таких же зрительников, как я :) В массе это никому не интересно и не нужно.

Более того, хорошие логотипы, чаще всего хороши не потому, что они гениальны сами по себе, а потому что в их раскрутку вложены тонны денег и десятилетия времени. Скажем, классикой выдающихся логотипов считается яблочко Apple, или круглый лого BMW.

Если подумать, это довольно убогие вещи, если их увидеть в первый раз. Без любых пояснений, без истории стоящей за ними, без продукции и всего прочего. Я не представляю заказчика, который принял бы от дизайнера эти вещи с восклицанием «Да, мы именно этого и хотели!».

Делаем вывод: на этапе развития стоит в какой-то момент сделать хороший фирменный стиль, при этом очень жестко отвечающий позиционированию. Излишне гламурный дизайн может даже навредить.

На этапе старта на эти вещи вообще смотреть не нужно. Можно работать вообще без логотипа, этого, скорее всего, даже никто не заметит. По пути можно логотип и вообще фирменный стиль постоянно обновлять, сейчас это даже принято.

Название влияет на успех компании?

Название — это вторая часть идентификации компании, и если логотип не имеет влияния, то от названия как раз кое-что зависит. Я много раз видел, что люди делают выбор именно по названию, когда других возможностей для сравнения нет. Когда открывают электронный справочник и звонят сначала тем, название у кого отражает смысл деятельности.

У нас в городе есть компания «Раздолбай-сервис», они ломают стены, перегородки, делают сопутствующие услуги. Если я соберусь делать перепланировку, в первую очередь вспомню именно их, и именно им позвоню.

Однажды моей сестре на работе предложили несколько путевок на выбор в разные детские лагеря — для ее сына (моего племянника). Племянник выбрал «Хогвардс», другие были безликие, а тут сказка. Конечно, хочется в сказку, так что одно только название тут сделало всю работу по продаже этой путевки.

Как и в случае с логотипом название должно отражать позиционирование.

Есть случаи, когда название практически не играет роли. Скажем если это название места, как в случае с наказанием кафе или салона красоты, торгового центра или магазина, то название практически не имеет значения. Людям все равно как это называется, лишь бы было достаточно просто запомнить. В крайнем случае, скажут: «То место, которое находится рядом с ...».

Сложность с названием в том, что оно дается раз и навсегда. В отличие от

логотипа, поменять название это все равно, что сделать пересадку мозга — теоретически возможно, но вопросов и недоверия будет чрезвычайно много.

Это как если человек поменял имя. Менять одежду (фирменный стиль) можно сколько угодно, но вот менять имя вряд ли хорошая идея.

Я хочу разместить на своей визитке полезную информацию о том, чем буду заниматься, но дизайнер говорит, что это несолидно

Оба правы. Дизайнер ратует за дизайн, вы за эффективность. Каждому инструменту свое время и место. Писать на визитке что-то лишнее, какую-то рекламу — это плохой тон, потому что считается, что так вы выдаете в себе новичка. Визитка должна быть простой, строгой и иногда пафосной.

Давайте теперь разведем эти вещи по углам. Минимум информации и пафосный стиль нужен тогда, когда всю остальную информацию о Вас и так уже люди знают.

Если какой-то крупный банк или другая уважаемая компания начнет писать на визитке директора список услуг банка, это будет, по крайней мере, странно и несерьезно. Они уже доросли до того уровня и известности, когда могут этого не делать.

Вот только начинающий бизнес до этого уровня еще не дорос. Возможности платить за пафос у вас пока нет, поэтому делайте так, чтобы работало. Малый бизнес, да еще на этапе старта живет по принципу «Все для дела, все на фронт».

Еще это сильно связано с позиционированием. Можно сказать, что со стереотипами в голове клиента. Одни клиенты ищут пафоса, дорогих цен и возможности сверкнуть своим блеском. Для них нужно делать дизайн ИХ УРОВНЯ.

Другие ищут низких цен, «не переплачивать за пафос и премиальность», поэтому дизайн нужно делать этого уровня. Если перепутать, у клиента будет ощущение: «Что-то здесь не то». Как следствие, продажи поломаются довольно сильно.

ПАРТНЕРЫ

Я не уверен в партнере. Что делать?

Не связываться. Если есть сомнения, значит сомневаться не нужно. Слабые сигналы никогда не врут. Поэтому доверьтесь интуиции и просто не связывайтесь. Такое партнерство все равно порвется, рано или поздно. Лучше рано, когда еще делить нечего.

Лучше с партнером или без него?

Лучше без партнеров. Так мороки будет на порядок меньше, безопасности больше. Но иногда хороший партнер это и есть бизнес.

Нужно понимать главное — партнер это уникальный ресурс. «Уникальный» значит следующее: от него **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЗАВИСИТ** большая часть дела, его нельзя нанять на работу, нельзя купить за деньги (по крайней мере, покупка будет стоить сильно дороже, чем условия партнерства).

Если это так, то нужно грамотно партнериться. Максимально снизив риски на входе, в процессе и на выходе из партнерства. Если это не такой критически-важный ресурс, если его можно получить какими-то более простыми способами, партнериться не нужно.

Я сейчас говорю о партнерах, которые соучредители, которых не уволишь просто так. Партнеры, которые аутсорсеры или любые другие, которых вы можете уволить, это большое благо. С ними нужно партнериться как можно больше, чаще, интенсивнее, это очень полезно для здоровья.

Как сделать бизнес с партнером, и потом полностью отойди от дел?

Это практически не реально на сегодня. Чтобы это получилось, вы должны оставить в деле что-то такое, что является принципиально важным, очень трудно-заменимым ресурсом.

Для примера: вы владелец половины завода. Или в деле крутятся миллионы

или лучше миллиарды ваших оборотных средств. Выдернуть их из дела, или закрыть завод — значит остановить бизнес. Найти аналогичный ресурс — может стоить дороже, чем держать вас неиграющим партнером. Это может гарантировать безопасность.

Если завода или миллиардов нет, то, скорее всего, есть что-то из области умений, знаний, наработок или чего-то еще. Первая часть из этих активов не имеет ценности без вас, другая довольно просто копируется (чаще всего это просто информация) поэтому с вашим уходом у партнера будет впечатление «почему я работаю, а он отдыхает?», и «за что теперь платить?».

Со временем это впечатление укрепится, и рано или поздно все это порвется. Юридические страховки мало спасают, перерегистрировать компанию, перевести все активы на другое юр. лицо, в общем, не сложно.

Цена такой перерегистрации и будет ответом на вопрос — сделают это или нет. Еще точнее, это цена перерегистрации + цена потерь с этой перерегистрацией связанная + цена собственного впечатления о порядочности + цена отношений. Если это окажется сопоставимо или меньше по цене, чем сумма выплат в вашу сторону как партнеру, это будет сделано.

Единственным более-менее надежным вариантом ухода на подобную пенсию я вижу целенаправленную подготовку бизнеса к такому положению дел. Если есть партнер, значит сразу, на берегу, договариваться с ним о том, что вы планируете создать бизнес и отойти от дел. Заранее, вместе с ним обговаривать все болезненные темы, различные сценарии, и находить приемлемые для обеих сторон варианты. И уже дальше действовать именно с этих позиций.

Хочу найти толкового партнера. Идей завались, креатива сколько угодно, но я не пробивной человек. Мне нужен партнер?

Да, конечно, партнер вам необходим. Только вопрос тут, скорее, в другом — зачем этому пробивному и толковому человеку нужны вы? Если вы думаете что «завались идей и креатив» — это существенные активы для создания

бизнеса, значит, вы еще ничего не пробовали делать сами.

Таких людей сколько угодно, спросите любого, все умные, творческие, все с образованием, все читаю книжки. Быть умным, творческим и уметь достигать результат — это совершенно разные вещи. Учитесь делать, тогда и партнер не будет нужен.

Стоит ли начинать бизнес с друзьями?

Нет. Стоит сразу иметь в виду, что дружбы, в прежнем вашем ее понимании, больше не будет. Она преобразуется во что-то совсем иное.

Понятие дружбы идет из детства, оно связано скорее с «нравится, весело, интересно, принимают таким, как есть, уважают». То есть делить в этой системе координат практически нечего.

Бизнес это прямо противоположная система координат. Придется постоянно делить все: проблемы, ответственность, работу, результаты этой работы. В общем, все поменяется, и довольно сильно. Много раз замечено — гражданские отношения не работают на поле боя. И наоборот, боевые друзья становятся по-настоящему близкими и надежными.

Как обезопасить себя в своем бизнесе?

1. Заниматься тем, где вы имеете власть над критически важными активами для вашего бизнеса.
2. Выявлять риски и страховать их.
3. Хочешь мира — готовься к войне.

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ

Правда, что заниматься бизнесом легче, чем работать на работе?

Не проще, но приятнее, интереснее, драйвовее, больше эмоций, больше чувства победы, когда что-то получается. Когда достигаешь чужих целей и воплощаешь чужие мечты, такого не бывает.

Большие деньги зарабатывать проще, чем маленькие. Большие проекты делать проще, чем маленькие. Когда проект маленький, когда денег в нем почти нет, нет и маневра, никого не привлечешь, никому он не интересен. Когда проект большой, когда пахнет деньгами, все хотят поучаствовать, договариваться гораздо проще, искать для него ресурсы гораздо проще.

Как относитесь к MindMap?

MindMap — это очень нужная штука. Это технология, которая позволяет удобно и наглядно структурировать информацию. Кто не в курсе, [поищите в Интернет](#), на эту тему довольно много информации.

Почти все проекты, которые я готовлю, делаются в MindManager. Я большой фанат, не представляю как бы я смог вести такое большое количество разной информации без этого инструмента. Идеи, задачи, варианты их решения, цели, и прочие сущности.

Уже больше полугода меня ждет новый и очень крупный проект. Подчищу некоторые старые хвосты, допишу книгу и займусь им. Тем временем, я потихоньку фиксирую всю информацию, необходимую мне для его создания и запуска. Идеи, цифры, проблемы, решения, что нужно сделать, что нужно не забыть, и так далее. Количество записей уже перевалило за несколько тысяч и нет никакой другой технологии, где можно так удобно и наглядно структурировать такие большие объемы информации. Поэтому MindMap — это одна из самых полезных программ на моем компьютере.

Нужно ли изучать экономику и менеджмент?

Нет, не нужно. Экономика работает только на очень больших сущностях, на больших площадях. Скажем, в пределах страны это, безусловно, важно. Для малого бизнеса, да еще на этапе старта, будет иметь значение только одно — будут у вас покупать то, что вы продаете, или нет. Все экономические законы, которые в этом деле присутствуют, итак понятны любому, без изучения экономики. Все то, что на эти продажи оказывает заметное влияние, экономика не изучает.

Если хочется набраться общих впечатлений — почитайте про постиндустриальную экономику, это будет полезно для понимания среды, в которой вы живете и работаете. Общая экономика ничего полезного не дает. Скорее забивает голову не нужными знаниями.

Есть даже шутка, что экономист с дипломом не может заниматься экономикой, у него мозг уже безвозвратно испорчен. Так же как и психолог, или маркетолог с профильным образованием. Есть даже конспирологическая теория, что эти вещи преподают именно таким образом, чтобы реальные знания не попали в общий доступ. Я не знаю, специально это делается или нет, но по результатам очень похоже, что это именно так.

Как относитесь к инфо-бизнесу?

Отношусь очень хорошо. Это новая технология обучения без посредников в виде преподавателей, очень хорошо автоматизированная и удобная в использовании. Кроме того, это самый продвинутый маркетинг, какой есть вообще.

На самом деле, инфо-бизнес — это чрезвычайно интересное дело и очень полезный ресурс для тех, кто им пользуется. Нет никакой другой технологии, которая могла бы давать самую свежую, целевую и оперативную информацию по делу. Если убрать из системы деньги, выдавать эту информацию перестанет быть интересным. Если изменить формат, сделать все более гламурно-рафинированным, появится большая задержка, уйдет жесткость и работоспособность, все превратится в попсу.

Поэтому инфо-бизнесу, как форме подачи информации, можно и нужно

доверять, а вот доверять или нет содержанию — это уже зависит от автора этого содержания.

К сожалению, есть нехорошее мнение, что если ты знаешь на 1% больше клиента, то ты уже эксперт. Мнение это, конечно, выгодно только тем, кто продает учебные материалы для таких вот «экспертов». Тем, кто пытается использовать этот 1% для себя лично, видимо, живется далеко не сладко :)

Поэтому просто нужно смотреть на автора, смотреть на то, что он делал и в чем имеет опыт. А время все расставит по своим местам.

Что такое коучинг?

Это новомодное слово, которое обозначает наставничество. По сути — это совместное достижение ваших целей вместе с опытным наставником.

Термин пришел из английского (Coach — тренер, инструктор). Коучинг — это пожалуй самый дорогой вид обучения, но также самый эффективный и быстрый. Это не изучение общих принципов, это конкретные шаги для вашего конкретного случая. Плюс мотивация, плюс разбор обратной связи, и снова конкретные шаги.

Бывает коучинг по личностному росту, бывает в каких-то делах или решении каких-то личных проблем. Почему трудно начать что-то делать?

Все ресурсы для достижения цели находятся в различных местах, не осознаются, недооцениваются. Конкретных целей, как и планов по их достижению, обычно нет.

Нужны знания, что и как нужно делать.

Человек обычно варится внутри своего «внутреннего театра», и там происходит целая большая жизнь (представление). Там есть и желания, и сомнения, разные доводы «за» и «против», планы, мысли, мнения, люди, книги, тексты, что-то слышал, что-то видел, и хочется, и колется, а вдруг, а если..... ну и далее в таком же духе. Вы это представление хорошо знаете :)

Проблема в том, что чаще всего это не приводит к внешним действиям. Идет пережигание энергии внутри, на внешнюю экспансию ее уже не остается.

Даже если мотивации хватает, возникают новые трудности. Сначала думаешь, планируешь, в какой-то момент начинаешь предпринимать шаги. Общие образы, которые, казалось, были просты и понятны, начинают разваливаться на большое количество разных мелочей. Часто сразу не поймешь, что нужно, а что нет, что вперед, а что потом. Где телега, а где лошадь. На самостоятельное переваривание уходит время, идут эмоциональные откаты, настроение меняется, цель теряется.

Постоянно приходится искать ответы на вопросы, которых еще вчера не было. Это именно та неопределенность, которой все боятся, которая и является самым страшным зверем в любом предпринимательстве.

В принципе, все это преодолимо. Время лечит, мысли и эмоции устаканиваются, откаты проходят, решимость накапливается, как и ответы на вопросы. И снова можно в бой. Проблема только в том, что все это происходит очень долго. А жизнь проходит очень быстро. Поэтому времени на эксперименты может не хватить.

Хороший коуч делает четыре важные вещи

1. Помогает прояснить ваши цели и возможности по их достижению.
2. Дает ту информацию, которая нужна здесь и сейчас для достижения этих целей. Ничего лишнего, только то, что нужно для дела. Не нужно много знать, не нужно думать, что и как нужно сделать, нужно просто выполнять конкретные задания.
3. Вытаскивает из «внутреннего театра» наружу, к конкретным действиям.
4. Поддерживает мотивацию. Хранит цель, помогает переварить новые эмоции, своим присутствием не позволяет забыть о том, что нужно и что важно.

Это, скорее всего, будет некомфортно, непривычно, многое будет идти через ломку привычек. Но будет быстро и эффективно. То, что можно пройти самому за год (или вообще не решиться что-то сделать), с хорошим коучем можно сделать за пару месяцев.

Что такое системное мышление?

Любая сложная система живет по своим законам. Это может быть техническая система, информационная или любая другая. Есть много различных попыток понять и подчинить себе эти законы. В технике этим занимался Альтшуллер со своим ТРИЗ, в творчестве эти же вещи изучал и формулировал Эдвард Де Боно, общие законы строения систем изучал Ганзен, продолжил и углубил эти работы Виктор Толкачев. Когда-то, очень давно, этим всем занималась алхимия.

Тогда еще не было научного подхода, поэтому все было очень сильно замешано на мистике, но уже тогда люди понимали: разные сущности и явления живут не сами по себе, а во взаимосвязи с другими сущностями и явлениями. Поэтому изучать стоит не отдельные проявления реальности, а системы, внутри которых эти проявления живут и развиваются.

Есть две главные задачи, которые можно решать с помощью системного мышления. Первая — декомпозиция сложных систем, когда мы берем некое большое и непонятное с первого взгляда понятие, и раскладываем его на компоненты, выявляем зависимости между этими компонентами, их место в системе.

Вторая задача — композиция. Зная, как работает система, можно из элементов собирать работающие конструкции, при этом заранее представляя динамику развития системы.

Примерно так. Я понимаю, что это сложновато звучит, но из песни слов не выкинешь :) Кроме того, это сложно только с непривычки. С практикой применения все становится на свои места и сложностей не вызывает.

Как научиться постоянно мыслить системно?

Системное мышление — это инструмент. Он нужен далеко не везде и не всегда. Постоянно мыслить системно, как и вообще много думать, скорее вредно, чем полезно. И в оперативной работе, и в жизни вообще рулит интуиция.

Системное мышление помогает тогда, когда нужно преобразовать сложное

понятие в простые вещи, или наоборот. В обычной жизни мозг лучше выключать. Пропускная способность сознательной части на несколько порядков меньше, чем у интуиции.

Как действуют мошенники или фокусники? Отвлекают чем-то одним и в это время делают что-то другое. У сознания просто не хватает ресурсов все отследить. Поэтому пользоваться мозгом лучше тогда, когда есть время «на подумать». Разложить все по полочкам, решить какие варианты существуют, и что лучше делать в этой ситуации.

Интуиция оперирует гораздо большим объемом информации, причем очень быстро. В ней уже есть весь опыт, все, что когда-либо слышали, читали, переживали. До интуиции доходит гораздо больше информации, чем до сознания со всеми его фильтрами. Поэтому действовать лучше не думая.

Основные проблемы при создании своего дела

1. Нет понимания себя, как следствие, нет идеи и темы. Есть желание уйти, но нет цели, куда хочется прийти.
2. Проблемы в целеустройении. Нет мотивации, много всего хочется, но нет ничего по-настоящему возбуждающего. Вроде нужно делать, но делать то ли не хочется, то ли не может, общее кисло-мягкое настроение.
3. Нет твердой и надежной информации. Непонятно, с чего начинать и куда дальше двигать. Некому задать вопросы, которых по пути появляется очень много.
4. Нет оттестированной бизнес-модели, нет обратной связи от рынка. Поэтому непонятно, а стоит ли начинать, какие ресурсы можно вкладывать, к каким результатам все это приведет.

Что самое главное при старте бизнеса и сразу после старта?

Найти простой и дешевый способ протестировать бизнес-идею в продажах, сосчитать бизнес-модель, понять перспективу — куда это можно вырастить.

Начать продавать.

Как можно быстрее выйти на уровень дохода, хотя бы такой же, как на зарплате. Согласитесь, что тратить все время на развитие чужого бизнеса и получать при этом, к примеру, тридцатку, или получать эту же тридцатку и целый день заниматься развитием своего дела — это совершенно разные вещи.

И эмоционально, и с точки зрения перспективы — очень разные.

Дальше самое главное — это строить систему продаж. Нужна очередь из клиентов, тогда вы сможете на их деньги развивать бизнес. Если продаж нет, то бизнес — это как старый чемодан, который и ни туда, и ни сюда. Поэтому нужно строить систему продаж, делать воронку, в которой клиенты будут привлекаться, квалифицироваться и конвертироваться в активных клиентов.

Иначе на фазе стартапа можно остаться до момента закрытия бизнеса. Это когда продаж мало, времени еще меньше, все бегает, и что будет завтра — никто не знает.

Подробнее на эту тему ищите в книге, она будет выложена на сайте, когда будет готова. Следите за новостями на блоге. Еще подробнее будет на семинарах и тренингах по этой теме.



Оставить отзыв об этой книге

ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС

Если тема создания своего бизнеса вам интересна, то совершенно точно вам будет очень полезен моя **Система для созданию и развитию личного бизнеса**. Она напрямую решает все самые главные вопросы на пути предпринимателя и является лучшей на эту тему.

По сути это не обучение, а готовый к внедрению проект. Технология. В нее уже встроены все нужные знания, этапы движения и ключевые точки, инструменты, шаги, критерии достижения результата. Все инструменты даются исключительно в интересах и с позиции собственника.

Система дает прямое решение нужных вопросов, она опирается на инструменты системного мышления, она учитывает отличия и особенности разных форматов бизнеса, снимает риск при запуске и развитии дела, учитывает психологические проблемы и содержит все самые современные инструменты для достижения результата на каждом из шагов.

Этот курс родился из моего опыта, но включает так же все лучшие наработки консультантов и бизнес-практиков в сфере малого и среднего бизнеса, личного успеха и саморазвития.

- [Подробнее о Системе >>](#)
- [Другие мои продукты >>](#)
- [Услуги, мастер-группа и прочее непосредственное сотрудничество >>](#)

ОБ АВТОРЕ

Мое имя Сергей Асеев. Я — предприниматель, начал заниматься созданием своего бизнеса примерно с 2001 года. Был опыт работы в двух чужих компаниях, оба раза создавал коммерческий отдел практически с нуля. Моя первая собственная компания родилась в 2004 году, и я полностью перешел в свой бизнес. Компания была торговая, занимался коммерцией.

Чуть позже была вторая, уже в сфере информационных технологий. Практически сразу сложилось так, что у меня появились партнеры в Питере, и я перенес ее туда. Компания занимается подготовкой, запуском и продвижением бизнес проектов в сфере IT, интернет, маркетинга и рекламы.

Когда я начинал свой бизнес, меня мучили все типичные вопросы – где взять отличную бизнес-идею (такую чтобы на уровне изобретения, чтобы все инвесторы и клиенты выстроились ко мне в очередь со своими деньгами). Где взять денег, как застраховаться от неудачи и как вообще хоть что-то предсказать. В поиске ответов на эти вопросы я изучил, пожалуй, все, что только было можно относительно создания и развития своего бизнеса. Надо сказать, что это меня никуда не привело. Вся информация, которая была на эту тему, скорее мешала, чем помогала. Мои настоящие вопросы так и не находили ответа, а весь огромный объем знаний (гораздо больше того, что я получил учась в университете) с реальными делами не имел ничего общего.

Потом у меня был период отторжения, когда я выбросил в корзину вообще все знания и теории, и просто много пробовал. Тогда свой бизнес представлялся мне прыжком в пропасть, когда ничего не видно, просто нужно прыгнуть, а там будь что будет. И я начал делать именно так. В моих руках побывало более тридцати различных проектов – от оптовой торговли бытовой химией, до разработки интернет-сервисов и нескольких проектов относящихся уже к постиндустриальному бизнесу. Что-то получалось, что-то нет.

Уже в процессе делания стала накапливаться статистика вещей, которые работают, и вещей которые не работают. Это дало твердые основания для выводов, и уже позже все это стало оформляться в понимание того, как это работает. Как это изначально нужно было делать, чтобы не допустить всех

тех ошибок, которые были сделаны.

Я знаю, насколько сложен, рискован и в то же время велик и интересен этот путь. Поэтому с недавних пор я занимаюсь обучением и консалтингом.

Я могу помочь с теми вещами, которые меня самого интересуют больше всего, в которых я накопил большой опыт. Это, прежде всего самоопределение, поиск своей бизнес-темы, своего дела и стиля жизни. Это безболезненное тестирование выбранной идеи, ее обсчет, безболезненный запуск бизнеса, быстрое его развитие. Создание современных систем продаж, продвижение бизнеса на рынок. Управление собой и другими. Владельческий контроль бизнеса.

Все это по большей части в приложении к новому, постиндустриальному бизнесу (в старом тоже применимо, но не так интересно, не те перспективы). Чтобы все это работало и приносило удовольствие. В процессе подготовки, на старте и после него.

Я не преподаватель, не консультант в чистом виде, я практик. Я иду этим путем сам. И делюсь тем, что наработал, своими открытиями и опытом.

Люблю дизайн, бизнес, маркетинг, интернет, скорость, оружие, суши и интересных людей и новые места. Не люблю людей без мечты. Ненавижу вставать по будильнику (если вдруг приходится это делать), однообразную работу и ограничения в любом виде.

КОНТАКТЫ

Сайт: www.getnew.biz

Почта: sergey@getnew.biz

[Подписаться на обновления блога](#)

[Следовать за мной в Твиттер](#)



АВТОРСКИЕ ПРАВА

Все права принадлежат автору: Асееву Сергею Валерьевичу.

Можно: выкладывать эту книгу в интернет, отправлять по почте и распечатывать. **Нельзя:** изменять содержимое, использовать книгу в коммерческих целях без моего письменного согласия.

©2009 год, «Новый бизнес».