

Роман Иванов

Булат Валеев

2 недели тысячи \$



Двухнедельный план
быстрых денег +
590 лучших бизнес-ниш

**Булат Валеев
Роман Иванов**

2 недели
тысячи \$

**Двухнедельный план
быстрых денег +
590** лучших бизнес-ниш

Оглавление.

Оглавление.....	2 -
Предисловие.....	3 -
Глава 1. С чего начать?	9 -
Глава 2. Камни преткновения.	15 -
Глава 3. Понятие маржинальности.	21 -
Глава 4. Шаг первый.	26 -
Глава 5. Шаг второй.....	29 -
Глава 6. Шаг третий.....	31 -
Глава 7. Шаг четвертый.....	35 -
Глава 8. Шаг пятый.	37 -
Глава 9. Шаг шестой.	50 -
Глава 10. Шаг седьмой.....	55 -
Заключение.	58 -

Предисловие.

Вы взяли в руки эту книгу. Поздравлем! Вы сделали первый шаг на пути к созданию успешного бизнеса.

Данная книга предназначена для людей, решивших начать собственное дело, и будет полезна как начинающим, так и действующим предпринимателям. Ниже мы ответим на самые острые вопросы:

- как заработать деньги?*
- как накопить стартовый капитал?*
- как получать дополнительный доход, не отрываясь от учебы или работы?*
- как обеспечить свое будущее и не задумываться о своей пенсии к старости?*

Прежде всего, позвольте рассказать о нашей школе. Это - школа предпринимательства и оффлайн-бизнеса "Business4D".

Мы занимаемся обучением строительству собственного бизнеса начинающих предпринимателей. Поскольку школа находится в Уфе, мы также проводим онлайн-семинары, где помимо прочего рассказываем людям, как больше зарабатывать и находить источники дополнительного дохода.

В Уфе средства массовой информации окрестили нас бизнес-тренерами, с чем мы не вполне согласны. Мы - предприниматели, но ни в коей мере не тренеры. Нас можно назвать "серийными предпринимателями".



Нам нравится создавать и тестировать новые направления в бизнесе, открывать новые кооперативы и смотреть, как наши детища растут, расширяются и приносят прибыль. И мы готовы помогать людям добиваться хороших результатов.

Для этого, основываясь на собственном опыте, мы разработали **пошаговый план по созданию доходного бизнеса**.

Хотелось бы предупредить сразу. Данный план не является пособием, которое приведет вас к межконтинентальным и транснациональным компаниям. С его помощью вы не создадите бизнес, которым будут гордиться ваши родители и друзья. Вы не сможете покупать себе "Мазератти" каждый месяц. Наконец, вы не приблизитесь к капиталу Цукерберга.

Однако этот план неоднократно проверен как нами, так и нашими

учениками. Поэтому со всей уверенностью можем вам гарантировать - четко придерживаясь описанных в книге шагов, каждый сможет за считанные две недели заработать от 50-60 тысяч рублей, открыть свой бизнес и перестать работать на "чужого дядю".

Наши ученики в те же сроки не раз показывали результаты и в 200, и в 300 тысяч. Так что, как говорится, совершенству нет предела.



Булат Валеев: *Сам я, как уже было сказано выше, предприниматель. Я веду бизнес в самых различных сферах, начиная с грузоперевозок, заканчивая крупным рогатым скотом. Но об этом чуть ниже. Я молод, мне всего 27 лет и в предпринимательстве я совсем недавно - буквально пять лет.*

Кем я был до этого? Выпускник вуза по специальности "инженер-строитель", который претендовал на зарплату 15-20 тысяч рублей и своей участью был в принципе доволен.

Никаких накоплений у меня не было, зато так называемые "промежуточные долги" порядка тридцати тысяч рублей я умудрялся прихватывать ежеквартально.

Большинство бывших студентов меня поймут. У одних дру-

зей займешь, у других перезаймешь, третьим отдашь и снова займешь... И так до бесконечности. Все в разной степени сталкивались с этим - в конечном итоге постепенно привыкаешь "жить в долг" и занимаешь все больше и больше...

В тот момент меня интересовало все, кроме собственно денег. Как и многие молодые люди, я гордо и наивно считал, что деньги это плохо, да и счастье не в них.

В тот момент меня интересовало все, кроме собственного будущего. Ведь жить нужно сегодняшним днем и радоваться жизни, не отвлекаясь на какие-то мелочи вроде своей будущей пенсии - до нее еще дожить надо.

В тот момент меня интересовало все, кроме стабильности моей будущей семьи. Зачем заводить семью, если все равно будешь сутками работать и со своими домашними видаться разве что на выходных и в промежутке между вечерним телевизором и сном?

В тот момент я вообще ни о чем не задумывался, черт побери! Мне просто нужны были деньги! Чтобы больше не занимать и не перезанимать, чтобы лучше одеваться, наконец, я просто хотел путешествовать (как бы банально это не звучало).

Проработав два с половиной года по специальности в чужом городе, я понял, что единственный выход из сложившейся ситуации – это собственный бизнес. Тогда, конечно, это слово звучало абстрактно, и я понятия не имел, каким образом я создам

успешное и приносящее прибыль дело.

Начинал я с розничной точки по продажам молочной продукции. Со временем я смог выстроить свой бизнес "путем проб и ошибок". Узнав, какие подводные камни меня подстерегают в этой сфере, я не остановился. Теперь у меня достаточно богатый опыт, как в сфере услуг, так и в мелком производстве.



Роман Иванов: *Как и Булат, я также долгое время работал на наемной работе. В конечном итоге, мне до чертиков надоело просыпаться каждый день по будильнику, бежать на работу и выполнять неинтересные мне рутинные поручения (к тому же за какие-то гроши). Я понял, что к пенсии ничего существенного в этой жизни не создам и проживу свою жизнь так же незаметно, как и по-*

давливающее количество людей в нашей стране. Поэтому я и открыл свое дело. Я был готов совершать ошибки, но не сдаваться и искать свою нишу в бизнесе. Я знал - это приведет меня к обеспеченному будущему. Таким образом, я перепробовал практически все, что предлагает начинающему предпринимателю современный бизнес-рынок. В итоге у меня, как и у Булата, накопился огромный опыт в предпринимательстве. Сейчас я владелец успешной рекламной фирмы.

В течение нескольких лет мы смогли выстроить определенную схему, следуя которой пошагово можно достичь прибыли в 50-60 тысяч рублей в месяц не более чем за две недели.

При этом не нужно увольняться с основной работы или бросать учебу - это, пожалуй, самая распространенная ошибка начинающих предпринимателей.

И сейчас вашему вниманию мы представляем этот план.

Глава 1. С чего начать?

Сейчас по прошествии нескольких лет мы четко представляем себе, что и как нужно делать, когда начинаешь бизнес с нуля. Три года назад мы и понятия не имели о тех подводных камнях, которые готовит предпринимательская стезя.

Мы совершил практически все ошибки, которые только можно сделать. Буквально все мы делали не так, как было нужно. Именно поэтому сейчас мы представлю вам план, который поможет вам обойти острые углы и не набить себе огромных шишек.

Наша школа существует уже почти два года. За это время выяснилась одна интересная вещь. Решив заняться бизнесом, начинающий предприниматель абсолютно не представляет себе, с чего нужно начать.

Какую нишу выбрать?

Что продавать?

Какие услуги оказывать?

Что производить?

За эти два года мы выбрали порядка десяти направлений, которые ГАРАНТИРОВАННО принесут прибыль любому человеку, который будет четко следовать нашему плану.

Сейчас прямо напрашиваются три основных направления.

Первое направление – это узконаправленные услуги юридического агентства.

К примеру, вы открываете агентство, специализирующееся на по-

мощи российским призывникам. Задача такого агентства – консультирование молодых людей призывного возраста по вопросу получения военного билета на законных основаниях. Иными словами – вы должны помогать уклонистам «откосить» от армии.



При этом вам не нужно иметь юридическое образование. Просто вы будете выступать в качестве консультанта, имея на вооружении определенный пошаговый план. По статистике более 90% призывников не годятся для службы в армии ПО ЗАКОНУ: у всех либо хронические заболевания, либо другие предусмотренные законодательством причины.

Призывники и сами не знают даже, с какими болезнями им можно идти в армию, а с какими – нет. Вам лишь требуется как следует разобраться в этом вопросе, подковаться знаниями, коих полно в интернете.

Этот рынок велик. Огромное количество призывников в России не готово служить. Если смотреть не с точки зрения морали, а с точки зрения предпринимателя – это очень круто. Почему?

Потому что на это можно хорошо заработать. Можно объяснить призывнику:

- Сделай «раз», «два», «три» и все! Военный билет будет у тебя в кармане. Гони тыщу...

В первые же две-три недели такое маленькое предприятие (в отсутствии персонала, а то и офиса) принесет вам до 200 тысяч рублей!

Это не голословное утверждение – именно такой результат недавно

показал один из наших учеников. На сегодняшний день он зарабатывает свыше 600 тысяч в месяц. Его агентство расширилось и работает уже в нескольких российских городах. Очень показательный пример высокодоходного бизнеса.

Второе направление – строительная сфера.

Это обязательный для рассмотрения вид деятельности, если вы хотите заработать быстро и, желательно, много.

Вы не будете строить девятиэтажки, жилые комплексы или аэродромы. Вы не будете заниматься отделкой торговых центров или возведением небоскребов.

Самой прибыльной нишей для начинающего предпринимателя является реализация срубов для загородных коттеджей или бань, планировка, ландшафтный дизайн, сбыт строительных материалов (труб, кирпичей, арматуры, бетона, древесины и т.п.).



Как можно начать?

К примеру, вы выбрали направление «срубы». Зайдите на бесплатные поисковые сервисы товаров и услуг и поинтересуйтесь: как много народу ищет срубы для бань. Именно срубы, а не готовые загородные коттеджи и бани!

Вы выясните, что срубы имеют огромный спрос на рынке.

Вы начинаете предлагать рынку срубы (опять же, об этом я расскажу чуть ниже) и делаете небольшую наценку. К примеру, на сруб стоимо-

стью 50 тысяч рублей вы делаете накрутку в 3-5 тысяч.

Вы ни в коем случае сами их не производите, не нанимаете людей для их производства и не берете кредит для закупки десятка срубов оптом. Вы просто договариваетесь с фирмой, которая уже производит эти самые срубы, и продаете ее товар со своей наценкой (подробнее об этом мы поговорим ниже). Наценка и будет составлять вашу прибыль от продажи.

Но основные деньги вы будете зарабатывать не на этой наценке!

Подумаем логически. Человек покупает сруб. Это отнюдь не означает, что он поставит сруб после покупки посреди поля и станет на него просто любоваться перед закатом.

Сруб он купил для определенной цели – чтобы построить баню или дом. Соответственно, ему нужны строительные материалы. Ему нужен фундамент. Ему нужен бетон. Ему нужны кирпичи, вязка арматуры, складывание бревен, закладка печи, лестницы, внутренняя отделка. Дороже всего – возведение крыши, звуко- и гидроизоляция, электропроводка и т.д.

Все это – золотая жила. На этом вы заработаете в три раза больше чем на срубках, если предложите ему услуги по доставке материалов и строительным работам.

Здесь начинает работать правило так называемых первого продукта и теневого продукта - front-end продукты и back-end продукты.

Front-end продуктами называют те продукты, на которые уже есть большой спрос (в нашем случае это срубы).

Back-end продукты – это все остальное, на чем мы непосредственно зарабатываем – крыша, изоляция и т.д..

Любую нишу можно разделить на front-end и back-end продукты. К примеру, вы делаете дизайн помещения (front-end), и в то же время зарабатываете на материалах для его ремонта и на самом ремонте (back-end).

Третье направление – продукты питания.

Направление, в котором всегда будет спрос потребителя и на котором можно достаточно неплохо заработать. Впоследствии вы сможете реинвестировать заработанные деньги и закрепиться в этом бизнесе.

Вегетарианцам, скорее всего, это направление не будет по душе. Самая прибыльная отрасль здесь – это мясо.



Люди множество веков занимаются мясным животноводством. На мясо всегда был и всегда будет высокий спрос – это та ниша, в которой вы гарантированно сможете заработать.

Мясо будут покупать как частные клиенты, так и кафе, рестораны, шашлычные, мясокомбинаты. На скот всегда есть спрос среди фермеров, оптовиков и крупных хозяйств. От клиентов отбоя не будет.

Ваша задача всего лишь найти это мясо (терпение, мы обо всем расскажем позднее).

Глава 2. Камни преткновения.

За два года работы в нашей школе я мы выявили три важных фактора, которые мешают в создании бизнеса. Это своеобразные камни преткновения, которые не позволяют вашему бизнесу приносить деньги, а вам – удовольствие от него. Они стопорят ваше дело.

Таких факторов на самом деле множество, на их описание ушло бы, пожалуй, несколько таких книг. Но те три, на которые мы укажем, – это самые типичные и самые распространенные камни, о которые спотыкаются практически все начинающие предприниматели.

Первый камень преткновения – инновации.



Везде – по телевизору, в газетах, на радио, - нам твердят:

- *Занимайтесь инновационными направлениями!*
- *Нанотехнологии, робототехника, высокие технологии!*

- *Государство безвозмездно инвестирует фирмы, занимающиеся медицинскими нанотехнологиями!*

Какие-то заумные бизнес-тренеры твердят вам:

- *Открывайте бизнес по «теории голубого океана», входите во внеконкурентные ниши, находите где-нибудь в Китае товар, который в вашем городе еще не продается, и у вас будет бум и ажиотаж!*

Все это – полнейшая туфта.

Вспомните, кому каждый божий день на протяжении многих лет вы несете свои деньги? Кому вы платите каждый день?

Офф-лайн бизнесу, конечно же! То есть, тому бизнесу, где уже есть спрос. Зачем придумывать что-то сейчас, пока у вас нет денег, нет опыта в бизнесе, нет связей, нет стартового капитала?

У вас ноль в кармане и полнейшая пустота в голове, поскольку в бизнесе вы новичок. Какие к чертям инновации? Нужно делать то, что уже пользуется спросом.

Срубы? – пожалуйста!

Клининг? – пожалуйста!

Школа танцев? – да ради Бога!

Не нужны вам никакие медицинские нанотехнологии, если, конечно, у вас нет определенных способностей в этом направлении. Если вы надумали открыть второй Facebook, но не знаете, как это делать – лучше не стоит даже пытаться.

Опыта нет. Знаний нет. Скажите тогда, каким-таким волшебным образом вы создадите подобный масштабный бизнес?

Подумайте сами, почему большинство людей, которые начинают продвигать какой-либо инновационный продукт, терпят неудачу? Все просто – этот продукт никому не нужен.

Именно поэтому не получается заработать на старте. Возьмите продукт, который нужен, который и продавать-то особо не требуется – он и так пользуется спросом. Вам нужно только его предложить нужным людям, вашим потенциальным клиентам – и вы неплохо заработаете.

Второй камень преткновения – интернет-магазины.

Спору нет, интернет-торговля – весьма перспективное и прибыльное направление. Однако настоятельно просим – ни в коем случае не начинайте свой бизнес с этого шага, если у вас нет опыта в предпринимательстве и достойного стартового капитала.

Представим себе, что вы, решили открыть интернет магазин. Перед этим вы добросовестно накачали себя новейшими бизнес-формулами, которые предлагают горе-тренеры на каждом шагу.

Продавать вы будете, скажем, детские товары.

Начальный этап. Вам нужен сам интернет-магазин. Здесь есть несколько вариантов.

Первый вариант - вы покупаете готовый шаблон (тратите на него деньги) и самостоятельно его настраиваете (тратите время).



Второй вариант – вы делаете сайт сами, «на коленке», и (будем говорить правду) если вы не профессиональный веб-дизайнер, то у вас получается примитивный сайт с ужасным дизайном и без нужных маркетинговых инструментов. Другими словами, голая площадка, каких миллионы в интернете. В итоге вы получите сайт, который попросту не будет продавать.

Третий вариант – вы заказываете сайт (опять же за деньги) специализированному агентству. Профессиональные разработчики сделают вам интернет-магазин, на что уйдет минимум месяц. Параллельно вы

будете заниматься вопросами логистики, доставкой товаров, поиском товаров, заключением договоров, ценовой политикой и т.д. В лучшем случае на все это уйдет два-три месяца. Но на этом этапе на решение перечисленных вопросов будет уходить ВСЕ ваше свободное время. При этом в эти три месяца ни о какой прибыли не может идти и речи!

Следующий этап, который неизбежно наступает в интернет-торговле, – это тестирование вашего сайта. Вы решаете вопросы:

- *каким цветом нарисовать заголовок?*
- *как лучше напечатать цену – покрупнее или помельче?*
- *где фото товара будет смотреться лучше всего?*
- *отзывы поставить в конце страницы или где-нибудь сбоку?*
- *да и вообще где взять эти самые отзывы?*

На это также уходит целая уйма времени, за которое вы не зарабатываете ни рубля.

Потрачены будут время и деньги и просто на то, чтобы заявить своему потенциальному клиенту: «У меня есть сайт! Заходите ко мне и покупайте!» Для этого ваш сайт должен быть раскручен. А это: Покупка траффика, покупка рекламы, покупка баннеров, покупка рассылок, раскрутка сайта.

Вы будете вливать и вливать в свой сайт невероятное количество средств. Но не будете знать даже, заработает он когда-нибудь или нет.

Помните: раскрутить магазин в десятки раз дороже, чем его создать.

Уже на этом этапе у вас уже теряется интерес к бизнесу. Представьте себе, прошло полгода, потрачено кучу денег, вы потеряли столько времени – а дохода все еще нет. Остается лишь вспомнить мудрую пого-

ворку: «Время – деньги».

Третий камень преткновения - E-mail маркетинг.



Наряду с инновациями и интернет-торговлей этот камешек обычно становится таким же тормозом для получения настоящего дохода и построения добротного, классического, «мужского» бизнеса.

Суть E-mail маркетинга в следующем.

Вы накапливаете базу подписчиков и предлагаете им свои информационные продукты. Ниша очень перспективная, развивается она бурно, наравне с сетевым маркетингом. Однако есть и обратная сторона медали.

Если вы входите в этот бизнес «голеньким», с нулевым бюджетом, то ничего путного из этой затеи не выйдет.

Если же вы начинаете бизнес с хорошим стартовым капиталом, покупаете трафик, рассылки, нанимаете копирайтеров и дизайнеров – то и «выхлоп» будет соответствующий.

Но мы-то с вами говорим о том, как буквально за пару недель **с нуля** начать зарабатывать **50-60 тысяч!**

Самое страшное даже не в том, что в тот промежуток времени вы ничего не заработаете (вы можете целый год нарабатывать себе эту ба-

зу). Главное, что все эти направления не требуют наличия офиса. А офис – это большая тема всех предпринимателей.

Да, предприниматели, особенно на первых порах, должны сильно экономить.

Но нельзя экономить на рабочем пространстве!

Рабочий офис сам по себе будет дисциплинировать и вас и ваших сотрудников. Представьте себе, что ваш менеджер будет работать у себя дома. Насколько это будет результативным? Вопрос очень спорный.

Мы провели статистический анализ, который показал, что эффективность и результативность вашего предприятия повышается на 80% в случае, если вы первые заработанные деньги тратите на аренду офиса. Всего 10-15 тысяч в месяц, в зависимости от региона, и вы начинаете расти как предприниматель, начинает расти ваш бизнес, увеличивается ваш оборот. К тому же офис – это лицо вашей компании, сколь бы маленькой она ни была.

Ни в коем случае не снимайте офис на заемные средства!

Если у вас нет определенной бизнес-идеи, конкретного плана развития будущей компании – ни в коем случае не занимайте денег и не берите кредитов. Категорически не рекомендуем вам это делать. Чуть ниже мы расскажем, как заработать первые деньги и уже на них снять себе офис.

Глава 3. Понятие маржинальности.

Булат Валеев: *Наша главная задача сейчас дать вам определение маржинальности. В качестве наглядного примера я расскажу собственную историю.*

Я занимаюсь крупным рогатым скотом, продаю коров фермерским хозяйствам, частникам, мясокомбинатам.

Гипотетический молодой бычок, упитанный, здоровый, которого уже можно резать на мясо, весит порядка пятисот килограммов. Средняя рыночная стоимость колеблется в пределах ста рублей за килограмм живого веса. Соответственно, бычок наш будет стоить 50 тысяч рублей. Накиньте хотя бы 10 рублей на каждый килограмм – и за своего бычка вы можете выручить пять тысяч.

Вы продали всего один товар и заработали уже неплохие деньги. Но самое привлекательное в этой нише – редко покупают только одну корову или пару барашков. Покупают, как правило, целыми стадами (на убой, на разведение, на осеменение). В рестораны и кафе не покупают полбарашка – мясо они берут как минимум с запасом на неделю (а то и месяц).

Так, например, если вы продаете за одну транзакцию всего двадцать голов, то вы зарабатываете уже сто тысяч рублей. А двадцать голов – это очень мало. Скупают обычно по сто, по

пятьсот, а то и по тысяче голов скота. Представляете, сколько в таком случае буде составлять ваша прибыль?

А теперь допустим, что вы занялись продажей носков в розницу.

Важно понимать: усилия, приложенные вами к продаже одной коровы, будут абсолютно такими же, как если бы вы продавали носки.

Но при продаже носков вы сделаете наценку в 10-15 рублей за одну пару при их стоимости в 50 рублей. Носки покупают поштучно. Сколько вы заработаете за 10-20 пар? Всего 2-3 тысячи рублей.

Разница ощутимая? А усилия, напоминая, одинаковы. В этом и состоит понятие маржинальности.

Наши ученики иногда открывают очень интересные ниши, находя любопытные направления. В какой-то мере, они могут показаться даже обыденными.

К примеру, весной 2013 года наша ученица, молодая мама, за месяц показала результат в 80 тысяч рублей. Она просто организовала агентство недвижимости. Она никогда не была предпринимателем и не была знакома с рынком недвижимости в принципе. Одна, без сотрудников – и 80 тысяч в первый же месяц.

Да, не миллионы, даже не сотни тысяч. Для вас этого мало? Тогда загляните в свой кошелек – вы зарабатываете сейчас 80 тысяч рублей в месяц?

Рассмотрим другой случай.

Наши занятия мы обычно начинаем с вопроса: «Кто сегодня заработал больше всех?» Это для того, чтобы понять, насколько мы были результативными в роли преподавателей и насколько хорошо ученики выполнили домашнее задание, которое мы даем еженедельно. И вот на одном из занятий задаю аудитории тот же вопрос, и ответ сыплются цифры:

- *Три тысячи!*
- *Семьсот рублей!*
- *Шестнадцать тысяч!*
- *Сорок шесть тысяч!*
- *Восемнадцать тысяч!*

И тут хрупкая молодая девушка тихим, нежным голосочком говорит:

- *Триста...*

Конечно, девушку нужно приободрить:

- *Триста рублей очень неплохо, вы только начинаете. Продолжайте в том же духе!*

И тут тот же тихий голосок говорит:

- ***Триста тысяч...***

Вы можете представить себе наши лица и лица учеников?! Триста тысяч рублей всего за неделю!

Как выяснилось, девушка вместе с партнером (кстати, тоже одним из наших учеников) начали продавать спецтехнику. Экскаваторы, краны, погрузчики и все в том же духе.

Давайте посчитаем. Б/у КамАЗ стоит около 700 тысяч рублей. Накидываем еще 200, а то и 300 тысяч. Без всяких опасений – вы не вско-

лыхнете рынок, не взорвете его искусственным поднятием цен. Этого никто даже не заметит. Таким образом всего за одну транзакцию вы заработаете триста тысяч.

Также стоит обратить внимание на другую нишу, открытую нашим учеником. Он занялся продажей б/у металлических гаражей. Наверное, в каждом городе существуют так называемые «кооперативы» – островки этих металлических чудищ.



Как оказалось, очень много гаражей внутри таких «кооперативов» продается, а еще больше людей готовы их купить. Таким образом, он сводит поставщиков с покупателями и оставляет себе разницу в продаже. За один месяц он заработал 85 тысяч рублей. Подобных случаев очень много.

Главное, чтобы вы в своей нише смогли разглядеть достаточное количество back-end продуктов. Так, к примеру, Apple продает макбуки и телефоны, но весьма неплохо зарабатывает также на продаже приложений.

Еще один пример из большого бизнеса. Долгое время мы полагали,

что они зарабатывают на гамбургерах. На самом же деле наценка на гамбургеры в ресторанах фаст-фуда минимальна. В то же время большая накрутка идет на картошку-фри и на кока-колу. Ведь мало кто пьет одними гамбургерами. Когда вы подходите к стойке, вам предлагают напитки, картошку, соус и так далее. Трудно удержаться при таком обилии вкусной, хотя и не очень полезной пищи.

Мы подошли к самому главному – к практической части. В ней мы расскажем вам о семи шагах достижения намеченного результата.

Глава 4. Шаг первый.

Как бы водянисто, как бы затерто это не звучало, но это – важнейший шаг на пути к финансовому успеху.

Первый шаг – это формулировка вашей цели.

Зачем вам нужен бизнес? Для чего вы хотите стать предпринимателем? Ответы вроде «чтобы быть независимым» не подходят. Вы и так не очень-то зависимы – вы свободный гражданин свободной страны. Вы вольны делать что хотите. Если у вас есть какие-то проблемы в голове, то деньги их вряд ли решат.

Категорически неправильно также задаваться целью типа «я хочу миллиард долларов». Через год-два кровавой пахоты вы поймете, что и на десятую долю не сможете приблизиться к этой цели. У вас просто опустятся руки, поскольку данная цель для вас окажется недостижимой.

Неправильно поставленная цель демотивирует вас как предпринимателя. Вы – не прирожденный предприниматель, не прирожденный торговец, не альфа-бизнесмен. Для нас – бета-предпринимателей – нужна стартовая мотивация до стабильных ста-двухсот тысяч рублей. Потом все пойдет как по маслу.

Но для этого нужно мотивировать себя целью.

Зачем вам нужен бизнес?

Может быть, вы хотите путешествовать? Съездить отдохнуть со всей семьей или в гордом одиночестве? Может, вы просто хотите «потусить» в лучших клубах, устроить вечеринку в честь себя любимого в лучшем ресторане, где для вас будет выступать ваша любимая рок-группа?

А может быть, если вы девушка, вы мечтаете съездить в Европу, хотите красиво одеваться и ходить в элитные клубы?

Может быть, вы хотите построить шикарный загородный особняк и сбежать туда от городской суеты?



Может быть, вы хотите стабилизировать отношения в семье или завести собаку дорогой породы? Или же вы хотите расхаживать по модным ресторанам, не смотреть в меню и, подзывая официанта, вальяжно делать заказ: «Принесите мне самое лучшее от шеф-повара».

Может быть, вы и не для себя вовсе хотите? Вы желаете купить дом родителям, наконец-то обустроить их безбедную старость?

Или же вы мечтаете свозить жену в Париж?

Где взять деньги на все это?

Их вам дать может только бизнес.

Главное – у вас должны быть какие-то конкретные цели. Не обязательно масштабные. Для первого этапа достаточно цели съездить в Париж или купить жене шубу/сапоги.

Прямо сейчас возьмите в руки карандаш или ручку. Запишите на самом вином месте вашу ЦЕЛЬ. Что вы хотите изменить в своей жизни с помощью бизнеса?

Не хитрите. Обманете вы, прежде всего, сами себя. Если вы сейчас

покачаете головой, усмехнетесь, но поленитесь написать всего несколько слов на бумаге, то ваша цель НЕ БУДЕТ ДОСТИГНУТА.

Цель должна быть конкретной и измеримой. Времени на раздумья у вас всего пять минут. Прямо сейчас прервите чтение, отложите книгу и запишите свою цель в блокноте, на зеркале в ванной, на стене в туалете, на рабочем столе вашего компьютера – неважно где, главное, чтобы ваша цель была запечатлена.

Это обязательно! Только после написания четкой цели вы можете приступить к изучению следующих шагов.

НАПИШИТЕ СВОЮ ЦЕЛЬ ПРЯМО СЕЙЧАС!

Глава 5. Шаг второй.

Следующий шаг потребует от вас максимум один день времени. На данном этапе вы должны **определиться с направлениями бизнеса.**

Первое направление - это **розничный бизнес**. Выбирая это направление, вы будете свой товар конечному потребителю. В качестве товара вы можете выбрать все, что угодно, что вы видите и чем пользуетесь в повседневной жизни: нижнее белье, мебель, стройматериалы и т.д.

Второе направление - это **оптовый бизнес**. Продавать вы будете то же самое, но уже дилеру, который сам возьмется продавать товар конечному потребителю. Маржинальность (т.е. процент накрутки) в оптовом бизнесе будет небольшой, но вы сможете компенсировать это объемом сбываемой продукции. Многие полагают, что для прихода в оптовый бизнес нужно вначале получить трехлетний опыт в рознице, в корне неправы. Начинать можно сразу с опта, предлагать рынку много товаров по более низкой цене.

Третье направление – это **оказание услуг**. Лучше всего данный вариант подходит женщинам. Мужчины, не обижайтесь, но данный вид бизнеса, требует не просто частого общения с клиентами, но и его более тонкого эмоционально-духовного уровня. Женщины по статистике в сфере услуг справляются лучше мужчин. Направление очень высоко-маржинальное.

Также можно рассмотреть и такой вид деятельности, как **производство и мелкое производство**. Затрагивать его здесь не будем, поскольку для этого направления нужен внушительный стартовый капитал как минимум в миллион рублей – для аренды производственных помещений, закупки оборудования, для наличия зарплатного фонда и т.д.

Для всего остального стартовый капитал не нужен, поэтому мы будем рассматривать три вышеперечисленных направления: опт, розница и услуги.

Глава 6. Шаг третий.

На данном этапе вам необходимо будет определить для себя – **чем же, собственно, вы будете заниматься**. Здесь мы вплотную подходим к понятию маржинальности. Помните, несколько выше мы сравнивали прибыль от продажи одного бычка с прибылью от розничной продажи носков?

С продажи одной пары носков вы заработаете меньше ста рублей. Сколько вам нужно продать носков, чтобы стабильно зарабатывать хотя бы пятьдесят тысяч рублей? Сколько носков, сколько платочков, аксессуарчиков, сколько любой подобной мелочевки вы должны продавать, чтобы получать пятьдесят тысяч? Это же уму непостижимое количество!



Если же мы беремся продавать те же самые срубы, то с одной транзакции мы берем до трехсот тысяч рублей прибыли.

Еще пара слов о рознице. В нашей школе бизнеса мы составляли статистические данные по доходам мелких розничных торговых точек. Мы ходили по торговым центрам, много разговаривали с владельцами и

выяснили, что средний их доход составляет 15-20 тысяч чистой прибыли.

Представьте себе: вы работаете почти круглые сутки сами, поскольку вам невыгодно нанимать себе работника. Товар вы закупаете сами. У вас есть деньги, которые находятся в обороте, но зарабатываете вы всего 15-20 тысяч рублей. Практически столько же, сколько и на наемной работе. За тем исключением, что на наемной работе вы работаете всего восемь часов в сутки и у вас есть выходные. Но на подобных точках люди работают почти круглосуточно и не могут себе позволить сколь-нибудь длительный отпуск.

Это же полная деградация предпринимателя как личности! Для чего, спрашивается, нужно уходить со стабильной работы с зарплатой 20-30 тысяч в месяц? Чтобы вкалывать 365 дней в году без отпуска и получать ровно такой же заработок?

Все что вам нужно – это понять, что, например, продажа ящика пива и продажа адронного коллайдера требуют одинаковых усилий, но «выхлоп» будет разным.

Продать носки и продать сруб – есть разница?

Продать гитару и продать мощную музыкальную установку с усилителем и колонками – есть разница?

Это и есть понятие маржинальности.

Существует довольно примитивное правило, которое поможет вам правильно выбрать вид деятельности:

Чем дороже стоит товар (либо услуга), тем больше на нем можно заработать.



Возьмем для примера еврофуру, большой грузовик для дальних перевозок. Одна только «голова» б/у тягача марки «MAN» без прицепа будет стоить порядка трех-четырех миллионов рублей. Если вы накинете 200-300 тысяч рублей, то вы не изме-

ните мир вокруг себя. Бизнес в России не обрушится. Зато вы заработаете за раз 200-300 тысяч рублей.

Продать сруб и продать фуру – усилия одинаковы.

Продать фуру или футболку – усилия одинаковы. Но на футболке 200 тысяч вы не заработаете.

Вы можете возразить: «Я же не об этом мечтал всю жизнь! Я хочу открыть цветочный магазин. Я не хочу продавать какие-то грузовики и спецтехнику!»

Но давайте будем серьезными и объективными. На цветочный магазин вам будет нужен стартовый капитал и опыт в предпринимательской деятельности. Еще раз предостерегаем вас всевозможных кредитов и субсидирования предпринимателей, поскольку это делает вас зависимыми. Можно продать пару срубов, пару автомобилей, пару домов, пару катеров и заработать себе на целую сеть цветочных магазинов. При этом у вас будет и стартовый капитал, и полезный опыт в бизнесе. Вот что такое понятие маржинальности.

Теперь давайте рассмотрим направление «услуги».

К примеру, вы открываете школу танцев. В среднем один клиент принесет вам от 200 до 2000 рублей, в зависимости от того, покупает ли он у вас специализированную обувь и костюм для танцев, платит ли он за дополнительные занятия и т.д. Таких клиентов на старте может быть до десяти человек в группе.

В день друг за другом вы можете проводить занятия до трех групп, всего семь дней в неделю. С каждого вы берете от 200 до 2000. Вы получите **до 150 тысяч рублей в первые же недели этого бизнеса.**

Вам не нужно быть юристом, если вы открываете юридическое агентство. Вам не обязательно быть танцором, если вы открываете школу танцев. Вы не должны быть инженером-строителем, если вы занялись строительством. Вам не потребуется вкус и чувство стиля, если вы займетесь дизайном.

Почему, спросите вы? Сейчас вы все поймете.

Глава 7. Шаг четвертый.

Мы с вами разобрались, что продавать лучше то, что дороже. Теперь давайте разберемся с **понятием спроса**.

В самом конце книги вы найдете список наших учеников, работающих в более чем пятистах ниш. Все ниши уже внедрены и по ним уже ведется плодотворная работа. У вас есть возможность ознакомиться с этими нишами и, быть может, выбрать себе одну из них.

Выбрав понравившуюся нишу, вы заходите в интернет.

На бесплатном сервисе www.wordstat.yandex.ru вы выбираете свой регион, вписываете в строке поиска интересующий товар или услугу. Жмем «Подобрать». Сервис покажет, сколько раз ваш товар или услугу искали за прошлый месяц.

Яндекс
подбор слов

Директ Справочник Метрика Рекламная сеть Маркет Баны Деньги ещё

брус Подобрать

По словам По регионам История запросов Республика Башкортостан

Последнее обновление: 20.09.2013

Что искали со словом «брус» — 25 054 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
брус	25 054
дома +из бруса	12 982
проекты +из бруса	4 459
проекты домов +из бруса	4 185
брус цена	3 213
брус уфа	3 119
дом +из бруса цена	1 371
клееный брус	1 367
под брус	1 358
профилированный брус	1 351
фото брус	1 192
строительство +из бруса	1 138
дом под брус	1 084
бруска +своими руками	1 064
брус под ключ	1 042

Что еще искали люди, искавшие «брус»:

Статистика по словам	Показов в месяц
брусовые дома	769
деревянный коттедж	43
строительство домов коттеджей	82
доска обрезная	958
доска пола	1 572
доска половая	449
пиломатериалы	2 204
баны	53 184
баны проекты	2 374
баны строительство	916
ондулин	2 036
ондулин отзывы	79
ондулин цена	531
доска обрезная стоимость	13
оцилиндрованные бревна	2 244

К примеру, слово «брус» в республике Башкортостан на 20 сентября 2013 года искали более 25 000 раз. Определенный процент запросивших был готов заплатить за этот брус. И необходимо было дать понять этому клиенту: «У меня есть брус, покупай!»

Таким образом, используя наш список ниш вкупе с данным сервисом, вы сможете определить спрос на какой-либо товар – на брус, на постельное белье, на лампы, что вашей душе угодно!

После этого переходим к следующему шагу.

Глава 8. Шаг пятый.

На данном этапе вы должны показать рынку, что у вас есть то, что нужно потребителю. Шаг так и называется: **«Заяви о себе рынку!»**

У вас еще нет товара. Не беспокойтесь, вам пока не нужно его искать, тем более – производить. Но рынок уже должен узнать о вас.

Есть много результативных способов заявить о себе. Например, есть такой метод как «спам» досок объявлений. В данном случае ваш «спам» не будет засорять чужие почтовые ящики и раздражать людей. Да, мы предлагаем вам спамить. Но в то же время мы раскрываем вам самый действенный способ быстро добиться высокой прибыли.

В любом регионе есть самая популярная доска объявлений. Где-то это Avito.ru, где-то «Из рук в руки». Для кого-то доски объявлений – это средство избавиться от старых и ненужных вещей. Допустим, у вас есть старое, протертое кресло и оно вам ужасно надоело. Вы фотографируете это кресло, выставляете на Avito и ждете, пока это кто-то купит.

Но любая доска объявлений может стать для вас прекрасным источником заработка в несколько сот тысяч рублей.

Снова возьмите ручку, блокнот и приготовьтесь записывать.

Вы уже определились с товаром. К примеру, это натяжные потолки. На данный момент у вас должны быть:

- **несколько почтовых адресов;**
- **несколько сим-карт;**
- **самый дешевый многосимочный телефон.**

Вы заходите на Avito.ru либо на любой другой аналогичный сервис. Регистрируетесь под несколькими аккаунтами с разных почтовых адресов. После этого вы вбиваете в поиске выбранный вами товар (соответственно, «натяжные потолки»), уточняете регион и жмете «найти».

Сервис выдает нам огромное количество предложений по этому запросу. Вы должны будете выбрать **как минимум 15 конкурентов** – ваших будущих партнеров. Все это фирмы, которые уже занимаются продажей и установкой натяжных потолков.

Теперь необходимо провести анализ полученной информации:

– у каких фирм больше просмотров (в зависимости от даты подачи объявления);

– какие фотографии вам больше нравятся;

– какие написаны заголовки (отмечаем понравившиеся);

– каков текст объявлений (короткий либо объемный, с технической характеристикой или без и т.д.)

– какова средняя рыночная цена на ваш товар в данном регионе.

Затем либо из Яндекс-картинок, либо прямо из этих объявлений скопируйте себе минимум три фотографии вашего товара либо вашей услуги. Например, натяжные потолки – вид сверху, вид сбоку, установка потолков, потолки в упаковке и т.д. Фотографии должны быть натуральными, естественными, без Фотошопа, но – качественными.

Ссылки на своих конкурентов ни в коем случае не закрывайте!

Они вам еще понадобятся.

Теперь вы подаете свое собственное объявление с этими тремя фотографиями, пишете в нем свое настоящее имя и настоящий номер телефона и придумываете название вашей фирмы. Например, «Потолок-

Пром». Лучше всего руководствоваться опытом своих же конкурентов. Выберите подходящие аналогии понравившихся названий фирм.

Советую при создании объявления брать у своих конкурентов самое лучшее. В одном объявлении вам понравился заголовок, в другом – название компании, в третьем – картинки, в четвертом – описание. Берете понемногу от каждого – все самое привлекательное. Тогда у вас получится самое лучшее объявление.

Ни в коем случае нельзя копировать тексты. Это в нашем виде деятельности греху подобно. Помните, как вы списывали в школе? Переставляете или меняете слова, фрагменты текста, оставляя смысл. Вы обязательно должны создать свой оригинальный текст.

Вписывайте придуманное название своей фирмы в нужное поле. Законно ли это, спросите вы? Да – это вполне законно. Забудьте об этом слове – просто пишите название. Это очень важно. Если вы оставите эту графу пустой, то у вас будет очень мало продаж.

Теперь пишем текст. Основная «фишка» текста – в конце его обязательно должен быть **призыв к действию**. Никогда не заканчивайте простым описанием продукта или услуги, обязательно пишите: «Звоните нам прямо сейчас!» или «Звоните прямо сейчас, и вы получите бесплатный замер потолков», либо просто «Звоните сейчас! Доставка бесплатно!».

Такой прием называется “**ofer**” (то есть, какое-то спецпредложение). Взгляните на объявления своих конкурентов – наверняка они не вставляют оферы в свои объявления. Представьте, человек ищет себе натяжной потолок, листает объявления. Читает одно объявление, второе, третье – ничего особенного, просто потолки. И тут натывается на ваше.

«Ого, у этих бесплатный замер!» - воскликнет он и тут же позвонит вам.

В конце объявления обязательно нужно указать цену товара или услуги. **Никогда не размещайте объявления с пустой ценой.** Посмотрите на полтора десятка объявлений конкурентов, что вы открыли ранее. Посчитайте среднерыночную цену на ваш товар. К примеру, это будет 2000 рублей за квадратный метр потолков.

Обзвоните своих конкурентов, поинтересуйтесь о ценах, акциях, скидках и запишите себе эту информацию.

В объявлении вы ставите среднерыночную цену, лишь на десять рублей дешевле (1990 рублей, 1490 рублей, 3990 рублей и т.п.). Это очень действенный психологический прием воздействия на покупателя. Старайтесь использовать «неровные» цены – 1000 рублей всегда звучит хуже, чем 999 рублей.

Заполнив все поля, вы сохраняете объявление и отправляете на модерацию. В списке оно появится через полчаса. Если вы все заполнили верно, то модерацию оно проходит без проблем. Скоро вы сможете увидеть его среди других объявлений.

Но на этом мы не останавливаемся.

Так как наша задача заработать быстро и законно, то дальше вы создаете **второе объявление** с другого аккаунта:

- 1) размещаете новые три фотографии товара;
- 2) придумываете новое название фирмы;
- 3) пишете другой свой телефон;
- 4) пишете придуманное имя;
- 5) пишете новый текст и новый призыв к действию;
- 6) ставите новую цену – на этот раз ее нужно искусственно зависить.

Если принятая нами среднерыночная цена натяжных потолков **2000 рублей**, то вы пишете цену **5700 рублей**. Эта цифра должна вызвать ужас у ваших конкурентов и полное недоумение у бывалых клиентов.

По этому объявлению будет крайне мало звонков и покупок, но когда они появятся – вы будете зарабатывать с этого объявления гораздо больше. Существует отдельная категория людей, для которых не важна стоимость, и звонки от них вам все равно иногда будут поступать.

Ваши потолки им нужны прямо сейчас, быстро. К примеру, у человека горит дом и ему нужно ведро воды. Ему в данный момент абсолютно неважно, сколько оно будет стоить. Пожар нужно потушить быстро и он готов будет купить первое попавшееся ведро с водой!

В данном случае работает принцип «Золотого унитаза».

Ваше объявление будет привлекать те категории клиентов, которые попросту не разбираются в вашем товаре. Они открыли сервис, им понравилась ваша фирма и они вам позвонили. Вы их «обработали» и спокойно продали им товар. Крайне редко, но вы сможете благодаря этому зарабатывать до 300% от своей обычной прибыли.

Кнопочка «Сохранить» - и второе объявление уходит на модерацию.

Сразу же после этого создаем **третье объявление**. В нем:

- 1) размещаете новые три фотографии товара;
- 2) придумываете новое название фирмы;
- 3) пишете телефон, использованный в первом объявлении;
- 4) пишете настоящее имя;
- 5) пишете слегка измененный текст из первого объявления;
- 6) ставите новую цену – сейчас вы ее искусственно занижаете.

Если среднерыночная цена ваших потолков составляет **2000 рублей**, то вы пишете стоимость в **900 рублей**. Эта цена также приведет ваших конкурентов в ужас и ввергнет ваших потенциальных клиентов в полное недоумение.

- Как? Везде две тысячи, а у них – **900???**

Ошарашенные покупатели берут телефон и набирают ваш номер. Это-то нам и нужно. Третье объявление станет воронкой для привлечения клиентов.

Каждого позвонившего вы должны записывать – имя, телефон, что он хочет и т.д. И у вас будет десятки звонков в день. Пусть у вас пока еще нет ни товара, ни денег – вы просто наращиваете базу клиентов. Это и не снилось ни одному действующему предпринимателю, который деградирует со своей розничной точкой.

Эти три объявления будут работать на вас.

Но это еще не все.

Среднестатистический клиент на сервисе открывает не более тридцати объявлений за раз, стоящими наверху списка. Ваша задача заполнить верхний список ВАШИМИ объявлениями.

Максимальное количество объявлений из тех, что откроет потенциальный клиент, должны быть размещены вами. Таким образом, волею неволей клиент позвонит вам и в купит ваш товар. Выбора у него просто не будет, потому что везде будете только вы!

Он об этом, конечно, не догадывается, поскольку мы немного схитрили. А в предпринимательстве хитрить просто необходимо. Скорее всего, администраторы и модераторы сервиса будут банить, закрывать аккаунты – но ничего страшного. Создаем новые и работаем дальше.

У нас есть отработанная стратегия, как заработать **60 тысяч за две недели**. По этой стратегии вы должны размещать минимум в течении недели не меньше 5 объявлений в день по каждой ценовой категории. То есть по 5 объявлений со среднерыночной ценой, по 5 с завышенной и по 5 с заниженной. Всего 15 объявлений в день.

Это самая рабская и черная работа, которую вы проделаете, но проделаете вы ее не зря. Если вы четко выполните все эти операции, то гарантированно сможете заработать указанную сумму. Стратегия была проверена как нами лично, так и нашими учениками – это уже не десятки, а сотни примеров.

Мы с вами рассматриваем только один товар. Представьте себе, что вы взялись продавать, допустим, не только натяжные потолки, но и, скажем, лакокрасочные материалы. Если вы будете размещать хотя бы по три объявления на каждую ценовую категорию в день на каждый товар – это уже огромное количество объявлений.

Хороший способ снять с себя рутинную нагрузку – привлечь фрилансеров. За 200 рублей они разместят ваши объявления на сотнях сервисах по всей России. Таких досок объявлений в Интернете – огромное количество. За пару сотен рублей эти хакеры заполонят вашими объявлениями весь рунет. Дело сделано – ваш телефон не будет умолкать от огромного количества заказов.

И тут происходит самое интересное. Вам звонят люди, интересуются вашим товаром, а товара-то у вас нет! Вы даже не представляете, как выглядят эти гипотетические натяжные потолки и как их нужно устанавливать. Вы лишь видели фотографии, которые скачали в интернете или беспощадно украли у ваших конкурентов (будущих партнеров). Что

вы будете говорить своим клиентам?

Рассмотрим ситуацию. Вам звонят по объявлению с дешевой ценой:

- Здравствуйте, я по объявлению. У вас написано, что потолок за 900 рублей. А что вообще за потолок, почему так дешево?

Вы им отвечаете:

- Да, потолки марки «Вип-синг», голубого цвета. Производство Китай. (Естественно, перед этим вы все обстоятельно выспросили у своих конкурентов.)

1 вариант:

- Да, у нас были такие потолки, на них была акция. К сожалению, на данный момент их уже раскупили. Но ничего страшного, я могу вам предложить натяжные потолки по 2000 рублей за кв.м. лучшего качества... (Т.е. вы продаете по той среднерыночной цене, по которой продают все. К этой цене клиент «привык».)

2 вариант:

- Да, мы продаем такие потолки. Но знаете, у них производство Тайвань, а вы же в панельной девятиэтажке живете, да? (Ответ «да/нет»). Вы знаете, качество у них не очень, нам звонили много раз уже, жаловались, что от них идет такое испарение с неприятным запахом. У многих от него появляются головные боли, и в некоторых случаях нам уже пришлось возвращать деньги... Но у нас есть отличный вариант – качественные европейские потолки всего за 2000 рублей.

Разговаривайте с клиентом, задавайте больше вопросов: какие ему нужны потолки, где он живет, в какую комнату он собирается их ста-

вить и др. Исходя из его ответов, советуйте клиенту «лучший вариант».

Вам будут звонить десятки клиентов в день. Чтобы вы не совершали типичных ошибок в разговоре с ними, мы дадим вам несколько советов.

Самый неудачный телефонный разговор с клиентом – это когда вам задают вопросы, а вы на них отвечаете. Телефонный разговор выигрывает тот, кто задает вопросы.

Вот пример такого неудачного разговора:

- Алло, здравствуйте. Вы продаете натяжные потолки?

- Да.

- А сколько стоят?

- 2000 за кв.м.

- Угу, спасибо, я перезвоню.

Чтобы контролировать ситуацию, вести разговор нужно следующим образом:

- Алло, здравствуйте. Вы продаете натяжные потолки?

- Да, здравствуйте. Мы продаем потолки. А вы смотрите потолки в квартиру или в загородный дом?

- Да/нет. А что?

- Просто если вам нужны потолки в квартиру, то у нас есть линейка н.п., которая предназначена только для городских домов. И есть отдельная категория потолков для загородных коттеджей. Скажите, пожалуйста, у вас сколько человек в семье? У вас есть дети?

- Да/нет. А что/почему спрашиваете?

- Просто если у вас есть дети, то я бы рекомендовал вам н.п. марки

«Блю Скай». Они считаются самыми экологичными и качественными потолками, производятся в Европе. Есть, конечно, и неплохие китайские, фабричные... Вы когда-нибудь уже заказывали потолки?

- Да/нет. А что?

- Просто если у вас был опыт, то позитивный/негативный? как предпочтете, чтобы вам устанавливали? в какие сроки планируете установку?...

Таким образом вы «обрабатываете» клиента и задаете ему минимум 15 вопросов. Самое важное, что в разговоре вы выступаете в роли эксперта. Человек слушает вас и понимает, что вы достаточно серьезная, солидная фирма, которая знает, что он хочет. Очень мало продавцов, которые так ведут разговор по телефону. Как правило, большинство клиентов останавливает свой выбор именно на вас, поскольку они увидят в вас эксперта. Вы понимаете их проблемы, с вами приятно поговорить, сразу видно – вы хорошо знаете свой товар.

Предпоследний вопрос, который вы зададите клиенту, должен звучать так:

- А какой у вас бюджет?/На какую цену вы рассчитываете?

После этого вопроса нельзя делать паузу – вы должны задать последний вопрос тут же, не дожидаясь ответа клиента. Это важно. Если клиент успеет ответить и задать встречный вопрос: «А сколько у вас вообще стоит? За сколько вы мне продадите?» - все! Вы потеряли инициативу и разговор можно считать проваленным.

Завершающая часть разговора должна выглядеть примерно так:

- *А какой у вас бюджет?/На какую цену вы рассчитываете? Кстати, вы сами готовы приехать за потолком, или же чтобы привезли? Просто у нас доставка есть.*

Получилось! «Оттягиваем» клиента от его вопроса, который уже висел у него на языке. Мы тем самым немного выбиваем его из колеи, сохраняя инициативу. Только после этого даем ему слово.

- *А сколько стоит у вас?*

- (задумчиво бормочем) *Потолок «Вип-синг» для вашего загородного дома, где есть дети, есть домашние животные, со средней температурой 26 гр., с доставкой/без доставки будет стоить... 2000 рублей.*

И у клиента останется мнение – да, это тот самый потолок, который мне нужен. Да, у меня есть дети и я не хочу какое-то тайваньское фуфло. Я хочу европейский потолок и я готов за это переплатить! К тому же недавно я видел, как кое-где потолки продают по заоблачной цене в 5700 рублей...

Зачастую в конце разговора будет возникать подобная ситуация:

- *Ага, я понял. Что ж, спасибо, я еще поищу/посоветуюсь и вам перезвоню.*

На этой ноте ни в коем случае клиента отпускать нельзя.

Ваш ответ должен быть примерно таким:

- *Да, хорошо, обязательно перезвоните нам. Кстати, если вы сделаете заказ в течении двух дней, то мы предоставим вам скидку в 20%*

Либо:

- Хорошо, вы пока подумайте. Я просто хочу вас проинформировать. Как раз сейчас у нас проходит акция именно на эти потолки, которая буквально завтра уже закончится. Поэтому если вы закажете товар сегодня, то вам будет предоставлена скидка в 20%

99% ваших конкурентов – жадины и никаких скидок вашему клиенту не предложат. Поэтому даже если он продолжит обзванивать другие фирмы, он будет помнить о вашей скидке. В конечном итоге он вам перезвонит. Вы можете также пообещать вместо скидки бесплатную доставку, бесплатную установку или бесплатный замер – любое выгодное предложение.

Пятый шаг займет у вас не меньше семи дней ежедневной кропотливой работы. Очень хорошо, если вы не остановитесь на одном сервисе объявлений, а воспользуетесь несколькими. Может быть, следуя нашему совету, вы обратитесь к фрилансерам – это только на пользу.

Выполнив все эти действия, вы войдете в рынок.

У вас нет ИП или ООО – но это вам и не нужно. Существует абсолютно законный способ ведения бизнеса, который называется «Агентский вид ведения деятельности».

У вас нет офиса и сотрудников, но на первых порах вы заработаете деньги самостоятельно. Первые же заработанные деньги вы обязательно должны потратить на аренду офисного помещения и закупку оборудования. Не с зарплаты, не с денег своих родителей, не с банковского кредита – только с денег, заработанных вами в первые недели вашей предпринимательской деятельности.

Представьте себе, что вы решили делать бизнес-план. Если вы дос-

таточно умны и способны, то вы делаете этот план сами. Если нет – заказываете за большие деньги. Вы берете заем в банке или субсидию от государства и открываете тот же цех по продаже натяжных потолков. Пойдет этот бизнес или нет – вам неизвестно. Поэтому самый эффективный и действенный способ – вышеописанный.

Как только пошли звонки (5-10 звонков в день) – начинайте увеличивать поток клиентов. Как только пошли продажи, пусть даже копеечные, вы должны уже работать по этому направлению глубже.

Каким же образом?

Глава 9. Шаг шестой.

Шаг называется **«Прогнуть поставщика»**. «Прогнуть» - в хорошем смысле.

Допустим, вам звонит клиент, который хочет себе установить натяжной потолок. Вы ведете разговор по вышеописанной схеме. В конце клиент соглашается: «Да, пожалуй, я куплю ваши потолки за 2000 рублей. Куда можно подъехать?»

Есть несколько последующих сценариев. Разберем один из них.

Вы отвечаете:

- Хорошо, я вас понял. Дайте мне буквально десять минут. Я позволю на склад, узнаю, есть ли именно такой метраж, который вам нужен, и сразу же вам перезвоню.

Таким образом у вас есть ровно 10 минут, чтобы найти этот потолок. Ни месяцев на переговоры с поставщиками, ни недель на доставки из Китая, ни времени на заключение договоров. Ровно 10 минут.

Что делать?

Помните, когда-то давно вы открывали в поисковом сервисе 15 объявлений ваших конкурентов? Теперь они станут вашими партнерами.

Открываем объявление конкурента, набираем его номер и говорим:

- Здравствуйте, меня зовут Иван Царевич, я готов купить у вас натяжные потолки мелким оптом. У меня очень много клиентов сейчас... Скажите, с кем я могу поговорить?

Вас соединяют с нужным человеком. Тут вы говорите ему... ВСЮ ПРАВДУ. Здесь хитрить уже не требуется.

Диалог будет выглядеть примерно так:

- Знаете, мы не так давно занялись натяжными потолками. Так смешно, мы даже вашими конкурентами-то не являемся. Буквально работаем всего неделю. Решили тут с друзьями заняться, устроить себе дополнительный доход, разместили объявления. У меня сейчас порядка двадцати клиентов которые уже готовы купить товар. Я в таком шоке... Алло, вы меня слышите?

- Да-да, я слушаю.

- Да, вы знаете, я в таком шоке. Клиенты-то с деньгами стоят, хотят купить. Возьмите моих клиентов себе, а? Пусть они хотя бы у вас купят...

В данном случае вы выстраиваете такую картину: у вас в наличии есть много «готовых» клиентов, горящих желанием купить потолки. И вы их «дарите» своим конкурентам. Кто ж от такого откажется?

И тут вы задаете вопрос:

- Какую скидку вы мне можете дать за это? Я вот прямо сейчас в течении получаса смогу подъехать и все оформить.

В каждой фирме, даже в небольшой конторе, которая работает хотя бы полгода, есть своя внутренняя система скидок: для персонала, для постоянных клиентов, для оптовиков, для дилеров и т.д. Неважно, какая будет скидка – 3% или 30%.

Договорившись о скидке, вы перезваниваете клиенту и называете адрес конкурента со словами: «Там я вас встречу».

Вы лично встречаете клиента по указанному адресу. Вместе вы идете в офис вашего конкурента (теперь уже партнера), которому вы уже все как на духу объяснили. Проходите к менеджеру, который преспо-

койно оформляет вашего клиента. Затем получаете деньги тем способом, каким договорились с фирмой – либо наличными, либо переводом на карту.

Через несколько транзакции ваше личное присутствие уже не будет требоваться, поскольку в той фирме о вас сложат впечатление как о серьезном и ответственном человеке. Вы просто будете пересылать своих клиентов партнерам, а они будут перечислять вам деньги.

Таких партнеров у вас должно быть несколько. У кого-то из них шире ассортимент, у кого-то более гибкая система скидок, у кого-то товар более качественный. В разговоре с очередным клиентом вы уже будете знать, в какую из фирм-партнеров вы его направите.

Это и называется агентский вид ведения деятельности. Для него существуют отдельные договора (можно скачать формы бланков в интернете). Вы заключаете с партнерами официальное соглашение. По нему вы приводите партнеру клиентов, а партнер обязуется платить некую сумму денег либо определенный процент от каждой сделки с вашим участием.

Если поставщик не соглашается дать вам скидку, мотивируя тем, что их фирма не работает с посредниками, то вы просто-напросто искусственно повышаете его цену и перезваниваете клиенту:

- Извините, но у нас на складе закончились потолки за 2000 рублей. Но есть за 2300. Вы делаете выбор, конечно, сами, но я вам лично советую купить эти, всего на 300 рублей дороже.

Так вы заработаете за счет разницы в цене. Таких клиентов у вас будет огромное множество.

Основная ваша работа – сидеть на телефоне и подавать объявления.

Составьте для себя прайс-листы, основываясь на ценах и скидках своих партнеров. Вам поступает звонок, вы смотрите в прайс и направляете клиента в фирму, где есть подходящий ему товар.

Повторяем, это не тот вид бизнеса, о котором мечтали бы вы или ваши родители. Вы не построите транснациональную корпорацию. Но за две недели такой работы вы заработаете себе уже порядка \$2000.

Эти деньги вы не тратите ни на пиво, ни на девушек, ни на семью, ни на детей или родителей. Эти деньги вы вкладываете в аренду и оборудование своего офиса а также на мелкие повседневные расходы (сотовая связь, бензин и т.д.), и, возможно, на подачу платной рекламы в тех же досках объявлений. За небольшую сумму ваши объявления поднимутся в самый верх списка по запросу на нужный вам товар и будут там висеть все оплаченное время. Подумайте также насчет баннеров, рекламы на автобусах или в газетах.

Таким образом, вы реализуете шестой шаг.

На пятом этапе вы обеспечили себе достаточно большое количество клиентов. Их вы старательно записываете в течение нескольких дней. В это же время вы прорабатываете шестой шаг – находите поставщика и «прогибаете» его. Не нужно пока искать товар в Китае, не нужно искать его в регионах, где цены дешевле.

Через две недели вы поймете несколько вещей. Главное, что вы узнаете для себя, – это понятие маржинальности. Вы можете за это время сменить несколько ниш. Может, через пару дней вы решите, что натяжные потолки – это не совсем то, что нужно. А вот об обогревателях или кондиционерах стоит задуматься, ведь на них можно больше заработать.

Вы начинаете продавать кондиционеры и обогреватели и понимаете, что лучше всего они продаются оптом.

Необходим примерно месяц для того, чтобы понять, протестировать разные ниши и «устаканиться» в какой-либо из них. В первые две недели вы заработаете до 60 тысяч рублей.

Глава 10. Шаг седьмой.

Давайте еще раз повторим все перечисленные шаги.

Первый – определитесь с целью (надеюсь, вы ее записали сразу).

Второй – выберите направление бизнеса (опт, розница, услуги, мелкое производство).

Третий – понятие маржинальности (что лучше продавать – носки или кондиционеры).

Четвертый – понятие спроса (берем список ниш и смотрим в сервисе количество запросов по вашему товару).

Пятый – заявите о себе рынку (размещаем бесплатные объявления, собираем клиентов).

Шестой – «прогните» поставщиков и увеличивайте их число.

Теперь мы подошли к последнему, седьмому шагу. Называется он – «свалить рутину».

Вам необходимо избавиться от той волокиты, которой вы занимались предыдущие две недели. Сумму в 60 тысяч или даже в 300 тысяч рублей вы сможете заработать в одиночку. Но если вы хотите зарабатывать больше, то без персонала не обойтись.

Нет, вам не нужен будет генеральный директор или уборщица. Прежде всего вам необходим менеджер с опытом работы, желательно именно по вашему направлению. Представьте себе, что к вам приходит менеджер с опытом продаж натяжных потолков. Наверняка он будет иметь уже готовую базу клиентов и поставщиков. У него отработаны телефонные разговоры. Он знает, как утилизировать возражения и «об-

рабатывать клиентов», как продавать дорогую продукцию, как избавляться от неликвидного товара и т.д.

И этот человек с 9 утра до 6 вечера будет делать всю ту рутинную работу, что вы самостоятельно делали две недели. Теперь уже он, а не вы, будет «спамить», обзванивать. Отвечать на звонки, заключать договора, ездить на встречи, анализировать рынок и изучать конкурентов, находить новые ниши. Словом, он возьмет всю работу на себя, освободив вам огромное количество времени.



Это самые идеальные шаги, если вы учитесь или работаете. Сегодня не существует других законных способов зарабатывать от \$2000 и выше за столь короткие сроки. Помните, что многие в России такие деньги не получают и за полгода. Выше мы рассказывали вам о наших учениках, которые зарабатывали эти деньги и даже вдвое больше. И все они четко следовали выше перечисленным шагам.

Не ленитесь работать. Даже без маломальского опыта у вас все равно будет какой-то результат. Просто выполните все шаги, и вы заработаете свои первые деньги, пусть даже не слишком внушительную для вас сумму. Зато вы получите отличный опыт и сможете снова завести бизнес уже будучи опытным предпринимателем.

Не забывайте также, что результатом для вас будет не только извлечение прибыли, но и возможность реализовать свою цель, которую вы написали в ходе первого шага. Вы же не поленились написать цель?

Ваш отдых в Париже, путешествия, загородный дом, собственное жилье (если его у вас нет, и вы снимаете квартиру), дорогая машина – это все то, что дает предпринимателю классический офф-лайн бизнес.

По роду деятельности вы будете встречаться с людьми, которые уже всего этого добились. Это известные бизнесмены, с которыми вы сможете разговаривать не с позиции обычного человека, а с позиции такого же владельца собственного бизнеса. И неважно, что у вас нет ни офиса, ни сотрудников, ни даже товара – вы встретились с ним и общаетесь на равных. Ваш круг знакомых будет постоянно расти, и ваши знания также будут становиться все шире. Согласитесь, это гораздо интереснее, чем приходить каждый день после работы и засыпать с бутылкой пива на диване перед телевизором.

Заключение.

Булат Валеев: *Читая все это, вы наверняка задаетесь вопросом: «Почему это я должен верить каким-то бородатым юнцам?»*

Ответ вы можете поискать на просторах Рунета. Там вы найдете информацию и о нашей школе, и о наших учениках, которые применяя эти семь шагов сейчас уже стали солидными бизнесменами. Сам я, начиная бизнес с нуля три года назад, и не подозревал, что за какие-то несколько лет я вырасту из простого инженера-строителя до советника министра по предпринимательству республики Башкортостан. Роман по той же схеме из простого работника также вырос до руководителя успешной рекламной фирмы.



**Артем Г.
30 000 руб
за неделю**

**Бильярдные
аксессуары
наушники
керамзитоблоки**



**Руслан К.
27 000 руб
за неделю**

Делай деньги быстро!

www.business4d.com

Роман Иванов: *Все это говорит о том, что данная схема работает. К примеру, недавно двое наших учеников за неделю заработали каждый по 30 тысяч рублей, реализуя бильярдные аксессуары, наушники «Моссерби» и карамзитоблоки.*

Я не знаю ни одной школы предпринимательства, в которой ученики показывали бы такие же результаты.

Нас постоянно приглашают на городские Дни предпринимательства, нас поддерживают наша администрация. Сейчас Булат проводит тренинги от Центра занятости населения для молодых предпринимателей. Люди видят, что наша деятельность дает отличные результаты, и начинают нас поддерживать.

В заключение хочется привести слова Дональда Трампа:

**«В бизнесе лучше быть дерзким, даже нахальным,
чем жёстким и несговорчивым.»**

Нужно быть гибким, нужно быть предприимчивым, а самое главное – хитрым. И поэтому помните – самые легкие, самые большие и быстрые деньги в офф-лайне.

После всех семи шагов какими будут ваши дальнейшие действия?

Прежде всего, вы должны работать законно. С «детского» агентского

вида деятельности вам необходимо переходить на более серьезные уровни. Вы должны открыться как индивидуальный предприниматель либо зарегистрировать юридическое лицо (ООО, ОАО, ЗАО и т.д.). С помощью пройденных семи шагов вы получите выстроенную бизнес-модель. Вы не будете больше задаваться вопросом: «Где же мне взять деньги, до зарплаты-то еще полмесяца?» - либо: «Кредит горит, где взять денег - может, еще один кредит взять?»

Вы получаете за две недели от 60 до 300 тысяч рублей чистой прибыли (главное, попасть в точку с выбранным товаром и четко следовать всем семи шагам). В итоге вы получите настоящий офф-лайн бизнес.

Вот что такое двухнедельный план дополнительного заработка. Как говорит уважаемый Владимир Довгань, единственный выход в нашей стране – стать предпринимателем.

Эти семь шагов дадут вам денег, но вы все еще будете оставаться профаном в юридических или, скажем, в бухгалтерских моментах. Для вас пока непонятно, как нанимать персонал, ведь это целая наука. Нельзя просто выйти на улицу и нанять себе менеджера.

К сожалению, очень много нюансов не уместается в этой книге. Но не отчаивайтесь. Если вы решили следовать плану семи шагов, то вы уже наш ученик. Обращайтесь за помощью к нам, и у вас будет свой бизнес.

Много интересного вы можете узнать у нас в школе по направлениям «розница», «опт» и «услуги». Кроме того, мы затрагиваем темы интернет-торговли, E-mail-маркетинга и инфобизнеса. Для тех, кто хочет максимально быстро заработать денег, пройдя все семь шагов – добро

пожаловать к нам.

Если вы хотите проработать основные юридические и бухгалтерские моменты бизнеса – мы также приглашаем вас. В свое время мы заплатили достаточно большое количество штрафов, и нам просто пришлось выучить все юридические и бухгалтерские вопросы, касающиеся ИП. Предприниматель должен разбираться в этих вопросах.

Можно, конечно, нанять бухгалтера и юриста и платить каждому 20-30 тысяч рублей в месяц. С другой стороны, можно и самому раз в квартал заполнить все отчетности и заплатить за 2-НДФЛ или 3-НДФЛ 150 рублей.

Всю информацию о школе бизнеса вы можете найти на нашем сайте www.business4d.com. Поэтому не бросайте дело, если вы выбрали стезю предпринимательства, а обращайтесь к нам.

Желаю вам больших успехов!

До связи!

Булат Валеев,

Роман Иванов