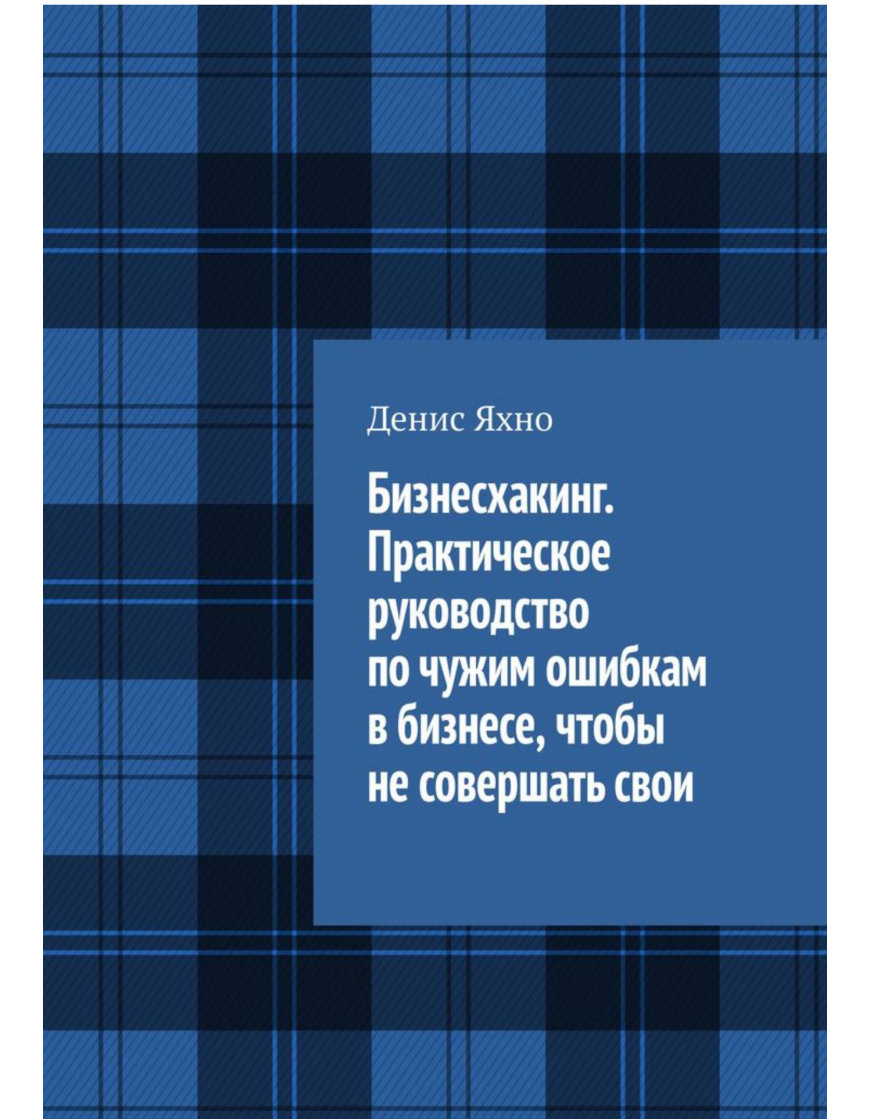




Денис Яхно

**Бизнесхакинг.
Практическое
руководство
по чужим ошибкам
в бизнесе, чтобы
не совершать свои**

Денис Яхно
Бизнесхакинг. Практическое
руководство по чужим
ошибкам в бизнесе,
чтобы не совершать свои

*<https://litres.ru/74133073>
SelfPub; 2023*

Аннотация

Практическое руководство по чужим ошибкам в бизнесе,
чтобы не совершать свои

Денис Яхно

Бизнесакинг.

Практическое руководство по чужим ошибкам в бизнесе, чтобы не совершать свои

О новичках.

В субботу я написал пост о принципах своей деятельности, но мало рассказал о том, как и чем я помогаю новичкам, с которыми у меня очень много общения и очень мало проектов.

Почему так? Новичок в любом бизнесе, как ребенок в компании молодёжи, — он стесняется, а его подкалывают. Новичок с консультантом — как пятилетний малыш с накачанным мачо, кроме страха и ужаса никаких эмоций.

Моё отношение к новичкам одинаковое, мне они любопытны, но отношусь я к ним осторожно. Дело, конечно, в их масштабных иллюзиях. Развеять эти иллюзии сложно, не все поддаются, хотя денег за разговор я не беру. Самое глав-

ное, что новички всегда сильно завышают бюджет проекта и амбиции, то есть большинство считает, что самое сложное – найти помещение и открыть ресторан, всё остальное дело плёвое, и народ пойдёт валом, потому что у них супер концепция и атмосфера.

Позавчера, по совету моего товарища, ко мне обратилась девушка, мечтающая о кофейне. Мне хватило пяти минут телефонного разговора, чтобы развеять ее мечты и спустить на землю. Я всего-то объяснил, что вокруг много ресторанов, совсем не потому, что они прибыльны, а потому что ресторан – своего рода девайс для совершенно разных применений. Остальное второстепенно.

Или, помню, в 2006 году наш клиент, не пожелавший нанять проверенных строителей, взял своих, пообещавших ему построить ресторан за 3000 рублей за метр. Суперцена, но в середине проекта оказалось, что это только работа, а материалы в цену не входили.

Итак, что я могу сделать? Спустить с заоблачных высот и там уже говорить на равных. Снизить бюджет минимум на 30% и ускорить стройку в два раза. Помочь сделать бизнес, пригласив в проект состоявшихся рестораторов.

Каждый выбирает свое.

24.05.2017 г.

Вино и консультанты.

В начале нулевых я много занимался организацией ресторанов. Тогда были свои сотрудники, большой офис, созвучные со временем скрипты. Потом пошли другие проекты с профессиональными игроками бизнеса, и я надолго забыл про новичков и стартапы, а в последнее время начал общаться с молодыми консультантами, направляя на путь истинный параллельно занимаясь своим делом.

Результат общения с ними я могу выразить одним словом – сожаление —и это самое мягкое, что можно сказать о полном отсутствии профессионализма, деловой этики по отношению к клиентам и друг другу. Поэтому я решил дать небольшой вводный экскурс в бизнес и консалтинг для тех, кто когда-либо станет заказчиком консалтинговых услуг или их исполнителем.

1. "Я не буду никому звонить и писать, не буду просить заплатить мне деньги, если в договоре написано, значит, так и надо чётко выполнять", – сказал мне один из привлеченных к одному из проектов исполнителей.

Итак, договор является не истиной в последней инстанции, а регламентирует отношения между заказчиком и исполнителем. Если бы договор транслировал истину, не было бы приложений и дополнительных соглашений, это была бы аксиома с одной жирной точкой. Чем серьёзнее и дольше проект, тем большим количеством «допников» он обрас-тает к концу, поскольку в начале пути никто не знает, какой динозавр или лань встретится по дороге. Договор лишь

показывает план реализации задачи, а также путь, которым стороны собираются этот план выполнять. Всё остальное за рамками, и только от сторон зависит, как они будут вместе действовать.

Важно понимать уже на берегу, что работа с новичками – ровно то же самое, что работа с детьми. Заказчик может быть состоявшимся бизнесменом в другой отрасли, но в новом для себя деле он ребенок и консультанту нужно быть воспитателем. В начале проекта "ребенок" слушает, затаив дыхание, потом начинает разбираться и задавать вопросы, упрямится и проверяет знания "воспитателя" на себе и своём бизнесе, и всё это абсолютно нормально, естественно и бывает всегда. Доверие консультант завоевывает своей работой и мудростью по отношению к первым шагам клиента в его новом бизнесе. Кем бы ты ни был, тебя всегда будут проверять с высоты опыта клиента, без этого никак, аксиома. В консалтинге считается, что клиентом можно назвать того, кто обратился к консультанту второй раз.

2. "Мы предложили, вы отказались, значит, мы не будем ничего делать, а будем делать то, как вы нам скажете", – такие слова я слышал от одних консультантов в адрес заказчиков.

Заказчики бывают разные. Есть такие, которые молчат до последнего, а потом звонит их адвокат и начинается большой «геморрой». А есть такие, которые пропускают новый бизнес через себя, полностью в него вовлекаются, пытаются

разобраться и работать вместе с исполнителем, что и является единственно верной моделью создания нового дела. Нанимая исполнителя, они видят в нем помощника, но никоим образом не себе замену в каких-то вопросах. Надо быть благодарным, что они включены в проект, сомневаются, спрашивают, рекомендуют, делают все, чтобы проект получился лучше. И ни в коем случае исполнитель не должен переходить на личности, ёрничать, обижаться или ругаться, ибо это непрофессионально и говорит о том, что человек попросту не готов заниматься деятельностью консультанта.

3. "Надо работать только с теми клиентами, с кем комфортно" – эта детская по своей сути фраза была сказана профессионалом, которого до проекта я очень уважал.

Она говорит о незрелости человека, который считает себя специалистом. Комфорт в отношениях всегда зависит от исполнителя, от его внутренней гибкости в решении задач, в построении отношений с клиентом.

4. "Если вы не будете делать так, как мы говорим, нам лучше расстаться" – фраза, убившая у меня веру в людей.

В консалтинге основой деятельности является аргументация. Если клиента невозможно убедить, значит, у консультанта аргументация не работает. Или у него нет системного мышления, без которого консалтинг попросту невозможен. Навязывание любых мыслей или действий заранее говорит о неверном выборе консультанта.

Хорошие консультанты как вино, с годами становятся

только лучше. Главное не путать их с виноматериалами.

25.05.2017 г.

Пустая франшиза.

"Преждевременное масштабирование стартапа ничем не лучше, чем преждевременная эякуляция. Большие ожидания, никто не получает удовольствия, все расстроены". Аркадий Морейнис

Зимой ко мне за консультацией обратился старый знакомый. Он думал взять франшизу одной бургерной, которая масштабировалась за счёт привлечения покупателей красиво поданной франшизой, не имея при этом своей сети, и располагая лишь опытом создания и функционирования одной торговой точки. Что я мог ему ответить? Только поделился своим опасением, что ребята, предлагающие такой продукт, ничего о нём не знают: одна бургерная не дает понимания, как должен работать бизнес.

Что такое франчайзинг в современном мире? Совсем не то, что раньше. До 2010 года мир был более-менее стабилен. Изменения если и случались, то проходили медленно, и их можно было предвидеть задолго. Локация в разных странах и городах почти не влияла на масштаб успеха. Сегодня всё иначе. Скорость изменений не поддаётся даже мысли фантастов. Например, если полгода назад доставка блюд из ресторанов была всего лишь доп. услугой, не обязательной, но желательной, то сейчас её отсутствие сродни отсутствию сту-

льев в традиционном ресторане (о доставке будет отдельный пост 14 июня).

Что делать в таких условиях тем, кто собирается приобрести какую-либо франшизу?

Во-первых, нужно заранее выбрать продавца, имеющего опыт функционирования собственной сети, – не менее трёх последних лет и пяти торговых точек. Последние три года скорость изменений держит в тонусе своих создателей, и они вынуждены изменяться сами, а также контролировать изменения в своём бизнесе поминутно. То есть они уже научены управлять изменениями, а это один из основных функционалов современных руководителей. Чтобы учить других влиять на изменения, нужно сначала самому стать в этом вопросе лидером. "Диванных гуру" мир уже не терпит.

Во-вторых, нужно быть впереди на шаг в своих мыслях и действиях по сравнению с теми, кто работает без франшизы. От скорости принятия верных решений зависит бизнес не только франшизодателя, но и того, кто франшизу приобрёл. Мир перекошен – то, что происходит в Москве, доберется до Красноярска лет через пять, а происходящее в Нью-Йорке может никогда не случиться в Москве. Из-за разнокалиберных скачков технологий в разных местах земного шарика человеческое сознание меняется неравномерно, и вслед за ним так же неравномерно меняются покупательские предпочтения, способы оплаты и т.д.

В-третьих, бизнесы продавца и покупателя должны быть

открыты друг другу. Доверие сейчас – основа успеха. Если раньше покупатель франшизы зачастую скрывал истинные обороты, чтобы уменьшить выплаты по роялти, то сейчас эти действия принесут непоправимый вред самому франчайзи, поскольку головная компания может неверно истолковать данные, пропустить реперную точку изменений и среагировать ошибочно, что повлечет за собой череду неправильных и несвоевременных действий.

Итак, скорость действий должна быть равна скорости изменений. Таков закон нашего времени!

29.05.2017 г.

Фундамент бизнеса.

На чём основан мой бизнес:

- Далеко вижу
- Знаю людей и их особенности
- Умею эффективно думать (анализ, выстраивание связей, цепочек, стратегий)
- Умею договариваться.

Если хотите добиться успеха, то сделайте на этом бизнес иначе Вы превратитесь в того, кто помогает людям бесплатно:

не будет денег, не будет знаний

не будет денег, не будет возможностей

не будет денег, не будет связей

не будет денег, не будет друзей
не будет денег, не будет развития
не будет денег, не будет тыла
не будет денег, не будет уважения рынка"

"Бизнес – это то дело, которое выгодно тебе! Ремесло – это дело, которое выгодно другим"

04.07.2017 г.

Жизнь-малина.

Есть у меня друг Серёга. Знаю его с 2003 года, когда он мне для моего первого ресторана вывеску делал. В то время он рекламой пробавлялся, шли годы, бизнес свой он продал, мы потерялись в суете, и вот, спустя двенадцать лет снова нашлись, естественно, в Фейсбуке. Я весной 2015-го занимался объездом фермерских хозяйств, о чём писал в своем блоге, и так он меня заметил. Радости при онлайн встрече не было предела, а после начались расспросы: где ты, что ты, ну и т.д. Оказалось, что он ушёл в фермеры, и жизнь его теперь малина, только в самом в прямом, но не в переносном смысле. Реализации нет, субсидий нет и что делать дальше – непонятно.

Я всегда помогаю друзьям. Связи – это ж как деньги в банке, чем больше ты ими делишься, тем больше их к тебе возвращается. А связей у меня, как денег в хранилище Центрального Банка, пара-тройка звонков, и вот Серёга уже поставляет малину в "Теремок", в пивоварню "Хоп Хед Крафт

Бир" и др. Попросил в Калужском правительстве кого надо, и Серёжа субсидии получил. Я рад за друга, и он рад, что бизнес пошёл. Всё хорошо, он мне порой малинки подбрасывает...

И вот пару недель назад пишет мне, что забросит малинки, встречаю, беру, смотрю, а он грустный. Что, добрый молодец приуныл, спрашиваю.

– Да беда накинута лютая. Вытуривают меня из проектов, которые я с таким трудом выбиваю. Вот только напишу, что куда-то зашёл, так на следующий день сразу, приходят разбойники-перекупы с малиной и меня оттуда низкой ценой и вытуривают.

– Ну а ты не свисти много, – говорю ему. – Деньги тишину любят. Да и вообще ты знаешь, чем ты отличаешься от всех остальных?

На этом разговор закончился, а Серёжа крепко озадачился.

Каждый поставщик чего бы то ни было должен понимать, что помимо своего товара, он должен от себя давать нечто такое, чего никогда не будет у других. И это самое ценное – то, что нельзя скопировать, украсть или заменить. Это именно и называется особым отношением, которые все хотят, но немногие знают, как получить.

Малины сейчас, как грязи, а вот бизнеса на малине нет. И для того, кто придумает его, жизнь станет малиной во всех смыслах. Дал я рекомендацию Серёже, надеюсь, всё полу-

чится. А пост этот для всех поставщиков един: товар не значит ничего, всё значит особое к нему отношение!

05.07.2017 г.

Стартап – слово ругательное.

Стартап – новое ругательное слово в нашем бизнес-лексиконе. Вроде бы хорошее дело – создавать новый бизнес, но то, что с этим связано, повергает в шок бывалых коммерсантов и инвесторов. Молодёжь совсем перестала понимать, что главное в бизнесе – не эмоции и горящие глаза, а деньги, потому что бизнес – это игра на деньги, а инвесторы – это те, кто хочет увеличить свой капитал посредством размещения финансов в другие новые или растущие бизнесы.

В связи с тем, что моя деятельность неразрывно связана с инвестициями, поскольку стратегии и концепты определяют, куда вложить и как забрать, я много получаю писем с просьбой как о размещении финансов, так и о помощи найти инвестора. И если в первом случае все понятно в 80% случаев, то во втором непонятно ничего в 99%. В чем же дело? А дело – в тотальной безграмотности населения о сути инвестиций и о том, что для этого нужно.

Обычно бывает так: получаю письмо оценить концепт. Повторюсь, что концепт – это комплекс стратегий, в том числе и финансовой. Открываю письмо, обычно это файл PDF (почему-то соискатели считают, что концепция иначе выглядеть не может), и вижу картинки и чутки описания, как

все будет круто, а внизу мелким шрифтом написано, сколько денег нужно. На этом весь концепт заканчивается. За август я посмотрел четырнадцать таких посланий и ни в одном не увидел аргументов, почему инвестор должен вложить деньги. Кроме "круто-круто-круто" там нет ничего. Соответственно, на этом для создателей перлов все и закончилось.

У меня есть один потенциальный клиент, который уже давно хочет разместить личные финансы в проекте общепита. Человек с мозгами технолога, но совершенно без опыта маркетинга, то есть он знает, что хочет, но совершенно не может объяснить, почему это может быть востребовано рынком. Знаний о коммуникации с клиентом нет вообще. Тем не менее, он отправил мне концепт, где очень подробно была описана технологическая стратегия, но все остальные не затронуты.

Ну что тут поделать? Я ему написал, что могу отправить концепт профильному инвестору, чтобы тот высказал о нём своё мнение. Сказано – сделано! Отправил и получил такой ответ: "Я прочитал пять страниц и понял, что автор концепта знает, что хочет открыть, но идея в общих чертах, и нет ничего про маркетинг и поддержание спроса. Идея, наверное, неплохая, но автор явно думает о внутренней части концепта, не отталкиваясь от окружения и действительности. Где должно быть это заведение? На основе чего он делает допущение, что блюда bbq навынос будут пользоваться спросом? Пусть посмотрит на опыт фудтраков. По сути, там такие же

концепты есть, только не по сто квадратов, а по десять. Но к ним нет очередей (ценник у них около 500 руб. тоже). Я не вижу пока предпосылок, чтобы у проекта был ажиотажный спрос и масштабируемость. Если делать в деловом квартале, где будет спрос в обед, может, какая-то прибыль у заведения будет. Но нужно ограничиваться меньшими инвестициями, площадь до пятидесяти квадратов. Стратегии и тактики в концепте нет".

Этот ответ инвестора я и отправил моему клиенту, на что тот сказал: все разумно, но то, что просит инвестор, он дать не может, а потом добавил, что теперь точно понимает, зачем я ему нужен!

Я отлично понимаю, что такими знаниями обладают единицы из тех, кто хочет инвестиций, поэтому у нас и нет бума нового бизнеса. Вот совсем недавно, по просьбе партнёра, встретился с очередными обладателями горящих глаз. Всего один час беседы со мной, и интерес к бизнесу пропал начисто, развеялись иллюзии и обнажилась суровая правда бизнеса. А тоже хотели инвестиций вначале.

Поэтому, если кто точно определился, что хочет связать свою жизнь узами бизнеса и финансов, но не обладает специальными знаниями и инвесторами, обращайтесь! Поможем, найдём и т.д. Главное, чтобы вы мыслили цифрами, а не эмоциями, потому что пока я не увижу в проекте прибыли, дальше ход делу не дам!

18.08.2017 г.

ПСС.

Заметил недавно! Если человек системен, я с ним работаю долго, периодически в разных проектах, но много лет. А если нет системы, то разовая консультация (если выездная) и на этом все. Так как системных людей значительно больше в среднем и крупном бизнесе, то и клиентов все больше из таких компаний. Вывод: система даёт преимущество во всем. Системен – значит успешен и состоятелен!

P.S. Системность означает обязательное присутствие причинно-следственной связи. Если она есть, за человека можно не беспокоиться, если ее нет, то это настоящая трагедия, прежде всего для окружающих, сам человек этого не понимает!

03.10.2017 г.

Через боль.

Каждый день моё тело болит – днём, ночью, утром. Я к этому привык. Вот уже третий месяц системно занимаюсь спортивной гимнастикой. Холод, дождь, жара, лень – всё не важно, важны процесс и результат. А результат уже не только внутри, но и снаружи виден. Всё это через большие нагрузки и боль. Порой ухожу с тренировок, "ловя" собственные ноги.

Когда вокруг всё мутно, важно продолжать видеть цель и топить педаль в пол. Полумеры не помогут, нельзя быть наполовину беременной. Но вокруг много тех, кто не понима-

ет, что впереди, и потому осторожничают – по их мнению, а в действительности все они работают без стратегии и чёткого плана действий. Как-то я выезжал на консультацию к разработчику, который решил "изменить мир" – по его мнению, а на самом деле один день он шёл вперёд, а на следующий бежал назад. Когда я задал вопрос его подручным, почему бы не сделать всё как надо, получил ответ, что он человек такой – если что не по нему, включает разговор по понятиям и, как следствие, отказ от продолжения работы. На первый взгляд, это самодурство, но на самом деле – неуверенность, которая губит все начатое и уже когда-то сделанное.

Работая пятнадцать лет в консалтинге, я абсолютно точно знаю, что любой конфликт начинается от страха что-либо потерять. Страх – нормальная эмоция самосохранения, если умеешь его преодолевать логикой. Но если нет, то последствия зачастую непредсказуемы.

Когда впервые в истории сконструировали сверхзвуковой самолёт, его долго не могли испытать. Лётчики, садясь за штурвал, поднимали машины в небо, но, когда скорость доходила до определенной величины, самолёт начинало трясти так, что казалось, он сейчас рассыпется в воздухе. Для этого даже есть специальный термин – флаттер. Так вот все лётчики сбрасывали скорость и возвращались на аэродром. Но как-то раз за штурвал сел лётчик, которому стало интересно, что будет после этой тряски. Он взмыл в небо, продолжалжать на пределе, самолёт трясло, а он всё жал... И после

страшного грохота самолёт прошёл звуковой барьер и вышел на сверхзвук при... абсолютной тишине. Небо, самолёт, сверхзвук, тишина... Герой, который смог преодолеть страх с помощью инженерной логики.

Когда я приехал в огромный развлекательный комплекс уровня премиум и увидел ресторан «а ля 90-е» с совершенно невнятным сервисом, меню и т.д., на мой недоуменный вид девелопер заметил, что ему предлагали сделать лучше, но он отказался. Потому что за те деньги пусть уж останется как есть. Он просто не может пересилить себя и заплатить деньги, чтобы изменить ситуацию, выстроенную на его же ошибках. Вот и стоит комплекс, в котором почти никого нет.

Время сейчас трудное. Нужно или преодолевать себя, принимая ошибки и меняясь через серьёзные усилия, или забывать про успех. Развитие всегда идёт через боль, а боль в бизнесе – это или инвестиции, или потеря денег, альтернативы нет.

12.10.2017 г.

Когда мне было двадцать шесть.

Когда мне было двадцать шесть лет, мы с товарищами открыли в Москве пельменное производство и уже через год получали прибыль сто тысяч долларов в месяц, по нынешним деньгам это примерно триста тысяч долларов. Вся контора, которая занималась организацией бизнеса, состояла из четырех учеров и двух бухов. Тогда все бизнесы делались

так. Через два года мы покрыли своим продуктом почти всю Москву и область, штат при этом не изменился, интернета ещё не было, как и сотовых телефонов. Все ручками, ножками и машинками – много работали, чего уж там. И если бы нам тогда сказали, что мы можем увеличить прибыль вдвое, ни во что дополнительно не вкладываясь, то не раздумывая, согласились бы. Но в середине 90-х ещё не было таких людей и услуг.

Недавно был у меня такой случай. Приезжаю к клиентам (людям ещё нет 30 лет), компания связана с продуктами, но не ресторанный бизнес. То-сё, туда-сюда, оборот годовой больше ярда, а прибыль маленькая. Оказалось, что структура раздута, про стратегии никто не слышал, операционного управления, по сути, нет, как и маркетинга, словом, интенсивное развитие весьма проблематично. Почесал я репу, встретился со своими, сделали предложение, суть которого заключается в том, что мы беремся за несколько месяцев полностью систематизировать бизнес, накрыв его стратегией, тактикой, внедрив нужные структурные изменения, после чего и прибыль увеличится минимум вдвое. Было пятнадцать муьтов в месяц, а станет тридцать. Гонорар наш – в половине от увеличенной прибыли. Я бы сказал – офигенное предложение. Жду ответа. Ответ пришёл отрицательный, мол, мы не готовы сейчас систематизироваться, пойдём дальше, как и шли.

На самом деле я вообще не удивился. Работая с молоды-

ми бизнесменами, постоянно слышу, что их главное желание стать а ля Цукербергом, Брином, Джобсом и т.д. Нарисованные кем-то сценарии они принимают за чистую монету и следуют общим постулатам, наивно считая, что Фейсбук родился в комнате общежития, без концепций и стратегий, Гугл также создали студенты и так далее. Всё просто, с наскока и на драйве, без долгосрочного видения и стратегий.

Как получился к нас бизнес тогда, в 90-х? Мы начали не с нуля, уже был рынок и связи с покупателями. В команде был сильный бизнесмен, старше нас и с явным стратегическим видением, он и был лидером. Наше движение было быстрым, поскольку мы четко знали, куда идти, за тактику отвечали мы. Финансами занимался профессионал, тылы были обеспечены. Порой нам хотелось остановиться, потому что в те времена и десять тысяч в месяц сильно грели карман, но Ди-ма (так звали нашего лидера) требовал развиваться дальше, системно двигаясь вперёд.

Прошло время, я давно уже вышел из того бизнеса, а компания из шести человек превратилась в огромный холдинг с сумасшедшим оборотом. Вот она – цена стратегии в начале процесса.

Когда мне нынче молодёжь говорит, что настали другие времена, я им отвечаю, что двадцать лет назад думал точно так же. Время идёт, а времена – без изменений. Всё, как с людьми – кто системен, тот в фаворе, кто с хаосом, тот в тираже.

17.10.2017 г.

Инвестор вам не дядя.

Главный вопрос, который волнует инвестора в первые минуты общения с соискателями, это вовсе не прорывная идея, которая сделает его богаче, он формулируется иначе: почему я не попаду на деньги, которые вложу в чей-то бизнес?

Периодически я сам выступаю в подобной роли, будучи партнёром в агентстве эксклюзивных инвестиций. Скучное же это дело, доложу я вам, слушать всякую муть. Вот сидишь напротив соискателей, уткнувшись в айфон и краем глаза поглядывая на весёлые картинки презентаций, слушаешь, слушаешь, а потом вдруг понимаешь, что время потеряно, а обо мне снова никто не позаботился. Отодвигаешься, встаёшь и криком на весь коридор "Следующий!" зовёшь другого соискателя. Если вы думаете, что я утрирую, то зря, всё именно так и происходит.

В прошлый четверг после того, как я чуть не заснул в ходе общения с соискателями двадцати миллионов на развитие бизнеса, пришлось им объяснять, кто такой инвестор. Мои собеседники с удивлением поняли, что инвестор и банк – почти одно и то же, только банк даёт в аренду деньги под проценты, а инвестор даёт деньги, чтобы потом на этом заработать путём перепродажи бизнеса или выхода из него с продажей доли партнёрам. До встречи со мной они были в полной уверенности, что инвестор – это дядя-идиот, кото-

рый спешит во что бы то ни стало расстаться с деньгами, которых у него океаны и которому заработок до фени. Не шу-чу, понимаете, всё именно так и было.

Итак, главное для меня в роли инвестора или посредника между соискателем и инвестором – безопасность инвестора. У соискателя на ее доказательство есть не более двух минут. За это время он должен дать понять инвестору, что его изначально видят, как партнёра в деле, а не как дойную корову. А если инвестор – партнёр, то о нём принято заботиться в виде адекватного описания, почему и как его вложения застрахованы действиями соискателей от «попандоса». Если соискатель выдерживает этот спринтерский забег, у него есть шанс получить ещё минуты четыре на описание финансовой модели зарабатывания денег. Отмечу, что кроме денег инвестора вообще ничего не интересует. Тренды, идеи, хайпы и т.д. заранее засуньте себе в любое место, инвестор всё это и так знает лучше вас. Если прошли и этот этап, можно рассчитывать на второй раунд переговоров – более углублённый. При этом заранее разбейте требуемый бюджет на пять – десять частей (этапов) проекта, чтобы дать возможность инвестору увидеть в вас тех, кто умеет планировать бизнес и деньги, поскольку одно без другого невозможно, а также чтобы он мог подготовить деньги для своевременных вложений. Ни у кого мешок с деньгами дома не стоит.

Короче, безопасный бизнес сродни безопасному сексу – удовольствие можно получить только с надёжным партнё-

ром, а беспорядочные связи ведут только к ненужным проблемам.

30.10.2017 г.

Закрой «гештальт».

Как вы думаете, сколько проектов вы можете вести одновременно? Пять – десять – пятнадцать? Поверьте, значительно меньше. Все дело в "открытых" незавершенных делах, которые принято называть гештальтом, только не путайте пожалуйста с психологией, тем более, с психиатрией.

Вот пример! К вам обратилась компания за чем-то, вы отправили ей КП (коммерческое предложение), а она замолчала. Вы им и то, и это, а они молчат, и всё тут. Вы занимаетесь другими делами, в голове, как заноза, мысли об этом проекте и о тех, кто молчит. Рядовая ситуация, не правда ли? А если таких "молчунов" пять, то вообще половину времени только о них и думаешь. То есть это время расходуется зря, и реально вы ведете вполсилы дел меньше, чем способны. То же самое и в личной жизни, финансах, долгах и проч.

А что нужно сделать? Всего лишь дать время человеку, а затем закрыть его для себя и не ждать вообще, уведомив, что срок КП истек. В следующий раз при обращении начнём с чистого листа.

Вроде бы ерундовое знание, но на самом деле открытые проекты, которые не двигаются – изматывающая история: встречи, письма, звонки. Нет движения – стоп, и до свидания.

ня. Не закрыв дело, другое не начнёте, ваш мозг просто его не увидит, он работает по своей логике и не сможет сделать больше. Закрыли гештальт, мозг освободился и дал команду увидеть новое дело – вы его увидели.

На прошлой неделе я закрыл два дела, которые стояли на ручнике почти полгода, всё надеялся на чудо, и сразу пришли два новых проекта, которые интенсивно развиваются.

30.10.2017 г.

Друг Володя.

Есть у меня товарищ, знаем друг друга давно, ещё с тех времён, когда он не был никому известен. Сейчас он очень именитый ресторатор с феерической гаммой крутых проектов. Он никогда не был моим клиентом, но до сих пор мы поддерживаем тёплые дружеские отношения.

Проблема настоящего заключается в том, что прошлые периоды никогда не повторятся. Раньше офлайн захват рынка, позиционировании и рост прибыли заключались в расширении географии и увеличении количества ресторанов, магазинов и т.д. Сейчас все ровно наоборот. Мы живём в цифровой эпохе, но видим остовы эпохи постиндустриальной. Видим одно, а живём в другом – такая вот какофония.

Мой товарищ как-то мне сказал прямым текстом: "Проблема сетевиков в постоянном соревновании друг с другом за целевую аудиторию и позиционирование, посредством открытия новых точек. Мотив здесь простой. Если Борис от-

крыл три ресторана в этом году, Александр ещё три, значит, и я должен открыть тоже минимум три ресторана, чтобы стоять вровень с ними". При этом рынку нужно другое, и получается, что рынок идёт в одну сторону, а они в другую, соревнуясь друг с другом. А "спорт" – это ежедневная работа, и о жизни речь уже не идёт, как бы это не выглядело со стороны.

Когда человек решается на сеть, он не думает, к чему на самом деле придёт. Мираж рассеивается, вот он, вот хибара, а перед ним – разбитое корыто, все по сказке Пушкина. Рост сети совсем не говорит о том, что собственная жизнь бизнесмена станет жирнее и полнее, скорее, ровно наоборот.

Каждому коммерсанту хочется стать богатым, но прикол вот в чем: чтобы перейти на другой уровень финансового благосостояния, нужно полностью изменить самого себя, не оставляя ни сантиметра кожи, мышц и костей в том состоянии, когда было принято решение выйти на новый уровень. Человек меняется, а неудовлетворённость растёт, счастья нет и удовольствия от жизни тоже. Вот такая реальность!

02.11.2017 г.

Жизнь – война.

Как-то один юный клиент задал вопрос: "А зачем нужны деньги? Ведь сейчас у меня уже большой «Мерседес», квартира в хорошем районе, загородный дом, путешествую, всё

хорошо. А яхты и т.д. мне не надо". Помню, улыбнулся я тогда и рассказал всё, как есть. Клиент крепко задумался, стоит ли вообще дальше развиваться, хотя планов у него было громадье.

Итак, есть несколько этапов (стадий) бизнеса. Первый – начальный, этап становления, когда радость от первой прибыли превосходит по масштабу саму прибыль. Именно на этом этапе коммерсант покупает себе «мерседесы», дома, квартиры, заводит любовниц и проч. При этом происходит понимание, какой уровень дохода себе любимому оставить. Как правило, именно этот доход на себя сопровождает коммерсанта и дальше, всё остальное идёт на бизнес.

Второй этап – интенсивное развитие, деньги на себя есть, пора и бизнес раскручивать. В этот период начинается масштабирование, планы на триста магазинов или ресторанов приходят как раз в это время, а что, опыта нет, на носу "розовые очки", кураж зашкаливает, ноги не по земле ходят. По моему личному опыту, это лучший этап бизнеса!

Третий этап – защита! Коммерсант уже наел "жирок", по сторонам глядит вяло, не замечает совершенно явных недобрых взглядов со стороны партнёров, конкурентов или тех, кто кормится за чужой счет. В этот момент в компаниях начинаются раздоры, Боливары не выдерживают двоих, троих, четверых. Те, кто могут, начинают защищаться, видя это, конкуренты и те, другие, совершают свои действия – наезды, пробивая коммерсанта на прочность. Если отбил атаки,

значит, жить будет. Вкус первой крови приходит именно тогда. При этом деньги уже тратятся на защиту и порой в таких суммах, в каких на втором этапе шли на развитие. На себя любимого денежка, как на первом этапе.

Четвёртый этап – драка или нападение! Когда получен опыт отражения удара, коммерсант, понимая свою силу, начинает поглядывать по сторонам, активно инвестируя в поиск ликвидных активов тех, кто на втором этапе, отслеживая их, помогая им, растит "хряка на убой". В 1990-х так действовали ОПГ, поверьте на слово, сейчас ничего не изменилось, только "друзья" поменяли малиновые пиджаки и кожаные куртки на более современные модели кежуала. Отжим с применением любой силы – юридической или физической, к чему у кого душа лежит больше – это норма жизни коммерсанта на четвертой стадии. Причем совсем не со зла – просто либо это сделает он, либо это сделают с ним. Вот вы бы что выбрали? То-то же... Денежка на жизнь неизменна, всё остальное идёт на войну.

Пятый этап – выход из бизнеса, оставив вместо себя зиц-председателя. Спокойный контроль организации из виллы на острове или где-то ещё. Финансы копятся, денежка на жизнь неизменна.

Вот обычно, те, кто мечтают о вилле в начале бизнеса, пропускают этапы со второго по четвёртый, а именно этим бизнес и похож на войну. Даже непохож, суть она и есть.

25.11.2017 г.

Социальный бизнес.

Была у меня такая история. Познакомился с ребятами, молодые, еще тридцати нет. Затеяли перспективное дело в сети. Провели в проекте до хрена времени сами, потом набрали персонал... Оборот какой-то есть, а выхлопа нет. Шума много, нужны инвесторы, так и познакомились. Короче, хайп. Один хотел стать "единорогом", другой продать контору, третий, самый старший, вообще ничего не хотел, потому что считал себя уже крутым. Но инвесторы-то нужны. Четкого представления, на чём делать деньги, при этом нет. Вроде канал есть, а что в канале – неизвестно. Провозился я с ними долго, вроде стратегия нужна, но до дела всё как-то не доходит. Закончил я с ними, когда они переманили из известной цифровой структуры специалиста по продажам, при том, что продавать им было нечего. Напоследок они сообщили, что в общем-то ничего особо и не хотели, так как бизнес их был социальным.

По моему опыту, бизнес становится социальным тогда, когда не получился обычный. Я раньше тоже думал, что есть такие сферы, где работа на себя означает получение некой "зарплаты", и на этом всё. На самом же деле всё не так, если есть з/п, а сверху ничего, это означает вовсе не альтруизм и открытые миру сердца, а недостаток серого вещества или неверную картину мира.

Вот примерно это я отцу-основателю того проекта напо-

следок и рассказал. Думал он недолго. Собрался и решил из социального сделать обычный бизнес. Делает. Работает. С его слов, проблема была в том, что в своё время он начитался разных книжек, которые вещали о том, что давай, мол, делай и не думай, и о том, что молодые рулят миром. Начитался, поверил и...

Ну и "где та молодая шпана, что сотрёт нас с лица земли?"

20.02.2018 г.

Серийный бизнесмен.

На днях встретился со старым клиентом, который теперь уже больше партнёр и добрый товарищ. Не виделись долго, он в одном городе, я в другом, общение по интернету и т.д. За несколько лет из начинающего предпринимателя он превратился в лидера мнений отрасли, стал работать с крупными заказчиками, прославился на весь мир.

Сидим в ресторане, пьём вино. Первая бутылка под хорошую еду "улетела" мгновенно. Под вторую наш разговор стал достаточно откровенным.

Товарищ поделился общей неустроенностью, что вроде всё так, а на самом деле не совсем, такого драйва, как раньше, проект не даёт, приходится искать возможности для самореализации в чем-то в другом. И тут я понял, что мой товарищ просто-напросто "серийщик", или серийный предприниматель, который не может остановиться на одном проекте и периодически должен запускать следующий, – посто-

янная занятость одним и тем же начинает разрушать его изнутри. Собственно, именно это я ему и рассказал под последний бокал второй бутылки.

На самом деле, непонимание, кто ты и что можешь, способно привести к весьма печальным последствиям. Если не знаешь, что ты "человек серии", минимум, появится невроз, максимум – потеряешь бизнес. Есть разные люди, но в особенном у социума авторитете почему-то те, кто постоянно занимается одним и тем же и добивается успеха. Хотя на самом деле мир двигают именно серийные предприниматели, запуская раз от раза действительно выдающиеся проекты.

Помните, как нам в детстве говорили родители: "Надо все дела доводить до конца. Кто не доводит до конца, тот не будет успешен". Вот откуда они это взяли? Скорее всего, от своих родителей, а у тех самый цимес успеха – прийти на завод в семнадцать лет и уйти оттуда в шестьдесят. Общий взгляд, и ничего более. А были (и есть) дети, которые одновременно занимались несколькими делами, читали сразу несколько книг, брались за одно, а потом за другое, вырастали и попадали под пресс общественного мнения: если дело, то навсегда! И вдребезги разлетались их таланты. И только тем, кому везло, устраивались туда, где дела не монотонны, а полны новых впечатлений.

Третья бутылка прошла под ошеломленный монолог товарища, который понял, что его так мучило последний год. Он взял телефон, набрал номер и сообщил, что согласен на про-

ект и запускает его срочно. Оказывается, ему давно предлагали новый бизнес, но он всё сомневался. Теперь сомнения исчезли, и полный вперед!

20.02.2018 г.

Ты просто продаёшь масло.

В ноябре ко мне обратилась девушка, которую угораздило открыть магазинчик специй, ЗОЖ и прочих продуктов индивидуального использования на одном из новых фудкортов Москвы. Малюсенькая лавка без надежды на сетевой проект. Отказывать не стал, но цену на работу дал стандартную, ровно такую же, какую даю сетевикам или большому бизнесу.

Девушка настаивала, цена её не испугала, как говорится, охота пуще неволи. Сказано – сделано, договорились и начали. В результате, я понял смысл ЗОЖ, а также почему ему ещё долго быть в руках адептов, и он так и не станет интересным сетям.

Мода – основа данной отрасли, большая часть адептов ЗОЖа являются покупателями не из-за острой необходимости, а потому что так принято в их круге. Мода – обязательный круг действий и товаров в конкретной социальной группе. Со временем и под давлением новых социальных норм и факторов мода изменяется. Веганство, вегетарианство, здоровое питание – всё это форматы моды ЗОЖ, именно поэтому такие магазины внешне выглядят именно так, как этого хотят их целевые аудитории.

Офлайн-точки, интернет-сайты организованы самими

адептами ЗОЖ для друзей и т.п., внятного бизнеса и отрасли в Москве пока нет, поскольку мода переменчива, а основы для длительного потребления тех или иных продуктов пока нет. Поставщиков мало, и они не вкладываются в формирование устойчивого спроса своих продуктов и товаров.

Большинство индустрий основано на вкладывании значительных финансовых средств в своё будущее, в интерес аудиторий к своим продуктам. Малым предприятиям сейчас не до того, а большие пока не видят устойчивого потребления для увеличения своего влияния на рынке. Таким образом, индустрия ЗОЖ представлена и в ближайшее время будет представлена только малыми формами, что даёт большой шанс на успех, учитывая, что малый бизнес не системен на 90%.

В итоге, я посоветовал изменить позиционирование магазина здорового питания на "магазин вкусных удовольствий", чем значительно расширил целевые аудитории и увеличил запас прочности проекта в разы.

В конце я ей написал вот что! Данное руководство к действию я давным-давно отправил своему товарищу, когда тот никак не мог продать оливковое масло. В данном случае девушка страдала тем же непониманием.

«1. Ты должен для себя уяснить, что, продавая масло, ты не делаешь мир лучше, ты просто продаешь масло. Так к этому и относись.

2. Каким бы классным по химии и органолептике не бы-

ло твоё масло, это никого не заботит, кроме тебя. Пока ты не объяснишь покупателю, почему твоё масло сделает его жизнь лучше и он на нём не заработает больше денег, ты своё масло не продашь.

3. Твоего масла нет нигде. Твой сайт не продаёт. Твоё масло имеет даже бутылку одинаковую со всеми хреновыми маслами. Оно ничем не отличается внешне от других. Если ты для себя выбрал целевую аудиторию, которая живёт по принципу "лучшее и полезное моё", значит, нужно залезть этой аудитории в мозг и сердце. Поставь своё масло в "Азбуку вкуса" и "Глобус Гурмэ". Потому что пока его там нет, твоего масла нет нигде.

4. Навсегда забудь втирать покупателям, что они используют плохое масло. Это звучит так, что они, и я в том числе, дураки, а ты умный. А твои стенания говорят о том, что ты непризнанный гений. Прекрати стонать и начинай работать.

5. Больше общайся с закупщиками сетевых компаний. Пои их водкой, дари им вино и масло, вези их к себе на Крит, в общем, превращай знакомства в связи.

6. Запомни, что продажи вина и масла очень похожи. Разница лишь в том, что вина можно выпить сразу бутылку. Начинай работать с винными компаниями. Лучшая закуска к красному вину – багет с оливковым маслом. Иди к горе сам. Не жди обратного.

7. Делай подарки, иди сетям навстречу. Ничего в этом такого нет. Это бизнес, который во всех странах одинаков.

Включи мозги, плати деньги посредникам за эффективный свод. Не жди чуда, его не будет.

8. Прекрати проматывать жизнь на ненужных выставках. Сейчас началась первая волна потребительского кризиса. Сейчас важно остаться при своих, а не потерять всё. Забудь про лишние траты. Вспомни свою военную молодость. Сейчас самое время, потом будет поздно.

9. Если ты считаешь, что твоё масло премиальное, я должен тебе посочувствовать, потому что в этом случае твой маркетинг должен строиться по принципу компаний аналогичного сегмента, например, "Сан Пелегрино". Они тратят немыслимые деньги на это. Тебе это надо? Твоё масло просто качественное, но мешай божий дар с яичницей.

10. Работай с комплексными поставщиками, не трать время на партнеров по монопродуктам. Кроме геморроя в поездке и веселых посиделок, выхлопа больше не будет. Короче, вставай и делай. Если что звони!»

02.03.2018 г.

Сто вёрст не крюк.

Когда речь заходит об инвесторах и инвестициях, мне становится очень интересно. Сажу и жду, когда кто-нибудь из участников встречи начнёт говорить что-нибудь по делу. Минуты идут, а слов нужных всё нет, и дело вовсе не в том, что люди не понимают, зачем пришли, они не понимают, что инвесторы все разные, каждый специализируется в чём-то

одном.

Например, чтобы взять денег на стартap, нужен инвестор, который больше специализируется на проектах, связанных с будущим, точнее, с возможностью их потом продать подороже тем, кто лучше разбирается в уже оперившихся бизнесах, но не умеет ставить проекты на рельсы. Уж кто-кто, а инвесторы разбираются в будущем не хуже директора Гугла – тренды, циклы и многое другое. На халяву взять деньги практически невозможно. Кстати, длительность проекта с инвестором нужно определять на берегу, инвесторы-стартаперы люди быстрые – разместил финансы, нашёл, кому продать, продал, получил деньги, нашёл, куда разместить финансы, разместил и далее по такому же кругу.

Чтобы взять денег для выхода на новый рынок, нужно найти инвестора с этого рынка. Никто другой на "непонятно где" денег не даст. Власти, кланы, ассоциации, содружества, партнёрства – ничто нельзя упустить, поскольку всё важно и имеет цену. Кстати, большинство провалов при выходе на новые рынки связано именно с этим, ну просто не подумали, что это важно.

Для работы в долгую нужно иметь такой проектище, чтобы он заинтересовал какого-нибудь мамонта с видением надолго и вширь. Это как ледокол "Ленин" зафрахтовать практически. Кроме одного желания, нужно ещё много чего. Таких проектов мало, потому что рискнуть своей жизнью и жизнью семьи в далёком плавании к берегам обетованным

без даже надежды на стабильное время мало кто отважится. Кстати, именно поэтому у нас в стране нет своих Масков и Цукербергов. Кишка тонка.

Короче говоря, если нужны деньги, не стоит бегать, сломя голову по рынку, бешеной собаке сто вёрст не крюк, конечно, но лучше раз понять, чем три раза упасть.

05.03.2018 г.

Четыре истины.

Четыре истины, несоблюдение которых ведёт к провалу в бизнесе.

- Люди покупают только то, что у них вызывает доверие
- Доверие вызывает только то, что известно
- То, что неизвестно не пользуется доверием
- То, что не пользуется доверием, то не покупают

10.03.2018 г.

Всё чётко!

Я много раз встречал предприятия, где "всё чётко". Порой становилось не по себе, когда люди ходили по струнке, к директору была запись, а я, можно сказать, открывал его дверь ногой. На меня смотрели, как на врага народа, врага дисциплины и порядка. Когда в компании хаос, это ещё ничего, а вот когда всё по расписанию без возможности его нарушить, это уже беда настоящая для компаний, у которых есть конкуренты.

Что такое бизнес? Существует множество определений, одно (определение моего дяди) гласит, что бизнес – это деньги других. А как у других их взять, если все маршируют строем? Никак. Тотальный порядок отлично работает только там, где глобально все решено, деньги выделены, нужно их освоить. А там, где нужно их добыть, работает творчество, прошу заранее не путать с раздолбайством.

Настоящее творчество тоже системно! Если человек трудится день ото дня, бьётся над проблемой, изыскивая любые возможности, делает это постоянно и регулярно, его действия называются системными. Посмотрите на архитекторов, инженеров, технологов – это всё творческие люди, труд и успех которых под надёжной защитой системы. Они без нее не выживут и дня. Естественно, я веду речь о тех, кто успешен, обо всех остальных писать смысла нет.

Система и плац, с одной стороны, похожи, а с нашей – совершенно разные вещи. Система – это не переписывать паспортные данные на входе (это как раз симптом плохо замаскированного хаоса), а движение согласно плану, судьба которого постоянно меняться. Бизнес-план для того и пишется, чтобы показать составляющему и инвесторам, на сколько градусов можно отклониться от курса, чтобы всё равно прийти к цели другими путями.

Системную компанию можно отличить не по стойке "смирно" и "под козырёк", а по запланированным действиям с явно выраженной причинно-следственной связью. Это,

кстати, сразу бросается в глаза, но только тем, у кого всё хорошо с понимаем понятий причины и следствия. Другим оно недоступно!

Мираж.

Когда мне было тридцать два года, я поставил себе одну невероятную цель, которую в то время с имевшимися у меня ресурсами достичь было невозможно. Но цель так сияла и манила к себе разноцветными огнями, что пройти мимо мне в голову не пришло. Цель, как водится, не была материальной, скорее сродни ощущению и состоянию, внутреннего порядка, нежели внешнего. Мне потребовалось чуть более одиннадцати лет, чтобы прийти к ней и большой жопой (к сорока четырем годам я растолстел) усесться на вожаделенный трон успеха.

Никогда не забуду этот трогательный момент перед тем, как до трона-цели оставался один шаг. Я чувствовал себя героем. Совершить невозможное – такое может знать только тот, кто сам нечто подобное совершал. Трон подразумевает корону и скипетр. Скипетр я получил по ходу движения к трону, а корону мне надела моя свита в следующий же момент. Обычные люди видят трон с их точки зрения – сидишь себе такой крутой, ничего не делаешь, все вокруг исполняется по волшебству, благоухает розами, улыбки, уважение, любовь. Я думал так же. И вот моя жопа соприкасается с треном.

Вы были когда-нибудь на карнавале? А теперь представьте, что в секунду он заканчивается и оказывается, что это был всего лишь мираж, который создало ваше воображение. Вот четкая аллегория – карета превращается в тыкву, а лакеи – в крыс, точнее не придумать. Итак, моя задница прикасается к трону и гаснет свет. Я на вершине. Цель достигнута. Жопа чувствует трон. Вокруг пустота, никого нет, лишь отбросы от тех, кто здесь побывал до меня, запах затхлости. Любовь сменилась завистью, желаемая любовь народа ненавистью, так иллюзии, как волны разбиваются от скалы реальности. Через пару месяцев я отправился в другое место.

Цель – это горизонт, к которому надо идти, но без возможности его достичь. На пути к нему важно останавливаться, чтобы сверить планы, а вдруг цель не место, а само достижение и постижение сути цели. Мне было невероятно кайфово двигаться к ней, процесс был захватывающим, а результат не дал ничего.

Сейчас это важно тем, кто планирует новое дело или ставит цели. Отсюда, из этой точки ничего не видно. Не стоит достигать чего-то во чтобы то ни стало, кроме разочарования это не принесет ничего. Получайте удовольствие в моменте, сейчас, в движении. Не дай вам Бог получить то, что вы хотите сейчас, бойтесь своих желаний, ибо они могут осуществиться.

В тридцать два года я был обычным управляющим кофейни, поставил цель – вести бизнес с великими рестораторами

того времени, способ – консалтинг, ресурс – время жизни, достиг – в сорок четыре года, внутренние ощущения по достижении цели ровно такие же, как и в тридцать два года. Но двенадцать лет жизни куда-то ушли...

13.04.2018 г.

Сказка о богаче без рыбки.

Задумал умный человек дело, собрал все, что нужно, закинул невод, вытащил через пару часов, а там... хрен. Зато окружение его уважать начало, уж больно дело было правильное и хорошее. Ну что хотел, то и получил.

Задумал другой человек деньги сделать, поискал способы разные, выбрал невод, купил его, забросил и поймал золотую рыбку, которая после все его желания исполняла, – умел он договариваться.

Всегда своим клиентам говорю: учитеcь отсекать жизнь и бизнес, это главное, иначе ни там, ни там гешефта не получите. В жизни основное – мораль, нравственный кодекс человека, по которому он существует. В бизнесе основа – выгода. Это компас и кодекс вместе взятые. Допустим, сидим мы с другом, пьем пиво. Пока за жизнь беседа, мы друзья, потом на дела финансовые переходим, и сразу глаз прищуривается, разговор многовариантный становится, ищем выгоду, оп, нашли, поторговались, руки пожали и дальше о жизни. Ну не пересекается здесь ничего. Разное.

Чем отличается парусник от моторной яхты? Ничем прак-

тически, только у моторной яхты есть мотор, поэтому она может идти по морю и когда ветер есть, и когда ветра нет. Хорошее сравнение с бизнесом. Есть люди, а их значительно больше половины, которые идут в бизнес, чтобы заниматься любимым делом, а не за деньгами, для них основа – это уважение социума, то есть мораль, а деньги, это уже как получится. Дует ветер, они работают, клиенты есть – или по сарафану пришли или случайным ветром занесло, нет системного маркетинга. Нет ветра – болтаются посреди океана в полном штиле и клянут всё на свете, в первую очередь, те яхты, которые на полном ходу разрезают волны неподалёку своим мощным мотором. Это не бизнес – это хобби!

Маркетинг приходит тогда и к тем, кто хочет иметь клиентов постоянно, не полагаясь на авось, на псевдоуважение социума и прочие игрушки. Люди

деньги делают. Их дела идут ровно до тех пор, пока ветра попутного нет, а когда и ветер – конъюнктура – появляется, тогда они форменно улетают далеко вперёд, оставляя "уважаемых" далеко позади.

Итак, если вы в бизнесе и у вас много морали, значит, у вас денег мало, и они стремятся покинуть борт, прыгая, как крысы с корабля. Если морали нет, то хоть весь зоопарк на борт берите, никто не разбежится, а уважение само придёт, потому как в этом мире бедный всегда плохой, а богатый – хороший!

21.04.2018 г.

О марлезонском балете.

Буквально на днях ко мне обратился знакомый с просьбой найти ему инвестиции под уже работающий проект. Я глянул и понял, что ему нужно "подлечиться", поскольку пока он ни разу с инвесторами не общался.

Лучшее лечение в любом деле – несколько раз обжечься, тогда мозг получает мощный разряд недоумения и начинает работать эффективно. И вот я состыковываю парня с одним крутым, известным инвестором, а потом с другим. Ответ дают сразу: "Ваше неинтересно!" Парень обижается и уходит. Занавес! Первое действие марлезонского балета закончилось.

Второе действие начинается с того, что я объясняю ему основополагающие принципы бизнеса и сути инвестирования в стартапы. А они таковы:

– Бизнес – это не работа, потому что в бизнесе маркетинга 80%, а работы 20%. То есть берётся чья-то работа и умножается на пять, минимум. При этом хорош тот маркетинг, который достаётся просто так или за недорого. Другими словами, самое главное – умение договариваться.

– Работа – это 100% труда вообще без маркетинга. Неслучайно слово произошло от слова "раб".

– Инвесторы – это игроки. Ровно такие же, как в казино. Их нужно увлечь, а инвесторам главное – увлечься. Если они увлекаются сами, то понимают, что можно увлечь и остальных.

ных, а если увлечь остальных, то со временем они увлекут инвесторов выше, которые у них купят этот стартап, но за другие деньги. Иначе говоря, увлечение – есть мультипликация.

– Если инвестор не "купился", значит, идея не увлекла, что снова означает полное отсутствие маркетинга. Инвестору неинтересна работа, ему интересна прибыль. А прибыль он получит, когда засадит стартап кому-то дальше.

– Чтобы инвестор купился, ему надо показать горы золотые прямо сейчас, разжечь блеск в его глазах и показать в ближайшей перспективе горы бриллиантовые. Познакомить со счастьем образно.

Занавес. Вторая часть марлезонского балета закончилась!

Третий акт начался с того, что буквально вчера ровно такой же стартап привлёк почти три миллиона долларов на развитие. С виду все люди одинаковые, особенно, когда за сто метров смотреть. Приблизись, и всё иначе. Тот успешный стартап про суть инвесторов знал, потому и привлёк деньги. Знание – сила!

24.04.2018 г.

Протухшая идея.

Большинство людей считает – если что сказал, нужно держаться слова во что бы то ни стало. Этому учат с детства, вдавливая в неокрепшие умы вроде бы прописные истины о

хозяине своего слова. Умы взрослеют, переводят эти истины в бизнес, и бизнес с треском проваливается. На самом деле, бизнесмен хотя бы раз в день должен себя спрашивать: "А не хренотенью ли я занимаюсь?".

Если кто-то что-то замыслил, в 90% случаях бежит сразу исполнять. Пишет план, зовёт партнёров, привлекает инвесторов, и, хотя сомнениями уже опутан, как паутиной в старом сарае, всё равно упрямо продолжает делать начатое, невзирая на объективный маразм своих действий. Почему? Да потому, что, если сказал, нужно выполнять.

Лет десять назад, когда я бегал в помощниках у своего нереально успешного и богатого дяди (крупный бизнес не в России), он меня научил отличному способу проверять, нужно тебе это дело или нет.

Допустим, решил я запустить проект (история абсолютно реальная), дело было в конце прошлого года. Мне нужно было подготовить проект, потом привлечь венчурного инвестора (я заранее знал, кто нужен), довести проект до определенной точки, и потом из него выйти со своим набором денежных знаков. Ну что ж... Я собрал команду, начали действовать, роли всем понравились. Через пять встреч я понял, что команда дырявая – один говорил одно, а представлял другое, второй был невероятно безответственен, у третьего – явные проблемы с приоритетами. Поняв, что всё это бессмысленно, что в случае реализации меня, как главного, ожидает невероятный геморрой, я проект закрыл. То есть вытащил мысль

ИЗ ГОЛОВЫ И

начал реализовывать, наблюдая и спрашивая себя: "А оно мне надо вообще?" Два месяца подготовки, и оказалось, что не надо совсем. Пока из головы мысль не вытащишь и не помотришь на нее со стороны, так и не поймешь...

А как случается обычно? Проект затеяли, подготовили, ну – была ни была – запустили, поскольку стыдно себе и другим признаться, что лажу замутил. Лажа через время становится явной, проект протухает, денег нет, долги, геморрой, но зато не стыдно! (Вопрос – перед кем? На самом деле всем на тебя плевать!) Так работают не менее 70% всех стартапов! Хочешь оказаться в 30% успешных, делай, как я!

26.04.2018 г.

Его величество – напильник.

Год назад я познакомился с двумя парнями, которые, по сути, "открыли Америку", тут я совсем без иронии. Открыть-то открыли, да доплыть туда не смогли, на полпути остановились, правда, билеты на осмотр нового континента продавать начали. Вот в разгар этого мероприятия мой фрегат и оказался в их кильватере.

Итак, ребята сделали платформу, объединяющую социальную сеть, мессенджер, рекламную площадку, портал и ещё много чего. Да, почти фейсбук и т.п. Когда я их встретил, один собирался стать "единорогом" и серьёзно об этом

рассуждал. В принципе, из этого всего мог бы получиться толк, если бы они проект хоть напильником обработали, как в известном анекдоте про самолёт.

Купили американцы у русских новый истребитель. Собрали – получился авианосец. Разобрали-собрали – авианосец. Разобрали-собрали – авианосец. Звонят, спрашивают: «Что вы нам продали?». Приехал в США русский специалист, посмотрел инструкцию и собрал истребитель. Американцы в ступоре, а специалист устал:

– Русским языком же написано – после сборки обработать напильником.

Носятся, ребята, носятся. Продают буквально задарма билеты в новый мир, но работа идёт, выхлоп затягивается, а у единорога рог всё меньше. Что-то тут не так. Взяли спеца – продавца из Рамблера, радуются как дети, ещё бы – уже, можно сказать, цифровая компания. Я в шоке им говорю, – «Ребзь, а может, со стратегии начать?» А они отвечают, – «У нас на тебя денег нет. Мы сначала нарубим, в единороги выйдем, а потом у тебя стратегию закажем». Ну ок. Зимой 2018-го главный мне пишет, что инвесторы отказывают, ничего не срастается, хотели взять инвестора на заказ у меня стратегии, да и тот гикнулся, и сейчас вообще неясно, что делать. Ладно. Договорились на разовую консультацию.

Когда я понял суть стартапа, мне понадобился максимум час, чтобы объяснить ему – продавать было нечего, потому что ничего и не было, а сейчас они уже выдохлись, вера ис-

сякла, жены запилили, в рядах разлад и куража нет. Ещё бы, три года непонятно на что жить и чем заниматься.

Сказал ему, что сейчас надо спасать свою шкуру, выдыхать, устраиваться на работу, раздавать долги и спокойно жить какой-то период. Пройдёт время, новое шило вопьётся в задницу, начнёшь новый бизнес. На том и порешили. Идёт человек в Яндекс, а там его ждут с распростёртыми объятиями, всем при этом хорошо.

Мораль сей басни такова: напильник в нашем деле – самый главный инструмент, не допилишь – не поедешь!

27.04.2018 г.

Моя история.

Молодым ребятам кажется, что успешные бизнесмены вылупляются из яиц. Не было и вдруг раз и...появляются! Наверное, было бы очень прикольно, если бы это так оно и было. В реальности всё иначе и за настоящим успехом всегда кроется или "глобальный попандос", или "глобальный кидок". Каждый выбирает для себя. Я не буду здесь пересказывать истории других бизнесменов, расскажу о своей истории.

В 2003 году я открыл свой первый абсолютно самостоятельный бизнес. Это было кафе. Оно шло трудно, поскольку это был первый гастрономический проект в Москве. Тогда, конечно, я о том не знал и многое сделал неправильно, хотя специально ездил учиться во Францию кулинарным премудростям и общался с серьёзными гастронамами. Мне бы по-

общаться с коммерсантами о реальном бизнесе, но я верил в людей и правду.

Короче говоря, в 2005 году у меня уже ничего не было вообще. Ни квартиры, ни машины, ни друзей, ни родных, ни счастливого брака — что-то продалось, а что-то унеслось в пучину неудач, сгорело в плотных слоях атмосферы того времени. Рейдерский захват помещения поставил жирную черную точку на том отрезке жизни. Дальше были годы ада, которые были очень важны для моего дальнейшего становления. Тем более, когда всё плохо люди имеют обыкновение отворачиваться и обвинять, это их защита. Я их не сужу.

Дни превратились в бои. Я, продав за долги квартиру, остался должен двенадцати банкам по потребительским кредитам и пяти частным ростовщикам. Звонки с угрозами трещали непрерывно, я не платил зарплату сотрудникам (консалтинговая компания) вовремя, офис оплачивал с задержками, проектов было мало, из помещения кафе нас вытурили в июле 2005 года, квартира моя была продана в июле 2004 года, квартира жены сгорела в августе 2005 года, машина сломалась без возможности восстановления зимой 2005 года. Жизнь летела в каком-то адском поезде без возможности остановки.

Денег не было совсем. Мы часто жили на зарплату жены и бывало я ложился спать голодным, но продолжал "сохранять лицо"! Ночью садился в машину и ездил "халтурить", чтобы заработать на еду.

Тогда мне казалось, что весь мир встал против меня. Был случай, когда мне показалось, что я сломался. Тогда, приладив веревку к потолку, встал на стул и посмотрел в окно без штор на десятом этаже панельной многоэтажки на востоке Москвы. Что я там увидел? Кроме серости ничего более. Серое небо, взгляд, устремленный вперёд и невероятное облегчение. Оставалось одно, выбить стул из под ног.. Вдруг, в комнате зазвонил телефон. Почти на том свете, а тут этот телефон. Телефон замолчал, а потом зазвонил снова. И так три раза. Я снял веревку с шеи, слез со стула и взял телефон – звонил Ефим (мой первый клиент). Я ему был срочно нужен. Ок! Быстро одевшись, выехал к нему. Знал ли тогда Ефим, что спас мне жизнь?

Несколько лет продолжался подобный треш. Я "вылез" только потому, что не знал, сколько он продлится. Моей задачей было прожить день от рассвета до заката, потом был спасительный сон, когда мне никто не звонил, а потом снова день и снова от рассвета до заката. Задача была одна – прожить один день! Утром наступал новый, всё повторялось заново. Таких дней было больше семиста.

Порой и приходили с угрозами. Помню пришли двое и начали говорить про тюрьму и прочее, я обрадовался, что есть шанс всё быстро закончить, типа сажайте, я согласен. Они посмотрели, как на чумного и уехали.

В 2006 году я увидел свет в конце тоннеля. "Вылез" окончательно я только в 2013 году!

14.05.2014 г.

Бизнес – это война.

«Бизнес – это война» Конусике Мацусита, основатель компании "Панасоник"

"Война – путь обмана." Сунь-Цзы

Подавляющее большинство проблем всех без исключения бизнесменов заключается в непонимании сути бизнеса и, как следствие, в действиях без результата.

Суть бизнеса – в накоплении денег посредством проектов, взаимоотношений людей на этой основе, но никак не наоборот. Сначала желаем деньги, потом ищем то, через что можем их получить. Именно с такой колокольни инвесторы подбирают себе стартапы.

Предлагаю рассмотреть понятие бизнеса через прямые пересечения с военными действиями, поскольку война и бизнес – одного поля ягоды.

Суть войны – в насильственном завоевании свобод, земель, политического влияния и т.д. Ровно то же самое мы можем сказать и про деньги: они именно для этого и нужны, если уж копнуть поглубже. То есть бизнес – это прямой путь к свободе, власти, влиянию. Оглянитесь на свои истинные желания, именно к этому вы и стремитесь.

Начав войну, нужно надеяться только на себя, поскольку здесь все имеет двоякое значение. Например, на войне нет друзей, но есть союзники, которые сегодня могут к нам от-

носиться по-доброму, а завтра уже иначе, как выгоднее будет. Поэтому им всего не рассказывают, они должны знать лишь то, что необходимо. Наёмники стоят дорого, но зачастую проигрывают в качестве регулярным войскам. На войне есть противник, враг он или нет, решают текущая ситуация и обстоятельства – сегодня мы по нему стреляем, но совсем не факт, что завтра не будем обниматься, если конъюнктура изменится. Врагам мы не верим, а стараемся обмануть любыми путями, обвести вокруг пальца, силой или хитростью достичь превосходства в кампании. Порой мы можем показать себя слабыми и проиграть бой, чтобы в другом месте выиграть сражение большее, до этого обманув его. Основная задача войны – получить нужное влияние, забрать необходимые ресурсы, потратив минимум своих. Короче, без хитрости и обмана здесь никак не обойтись.

Начав бизнес, снова нужно надеяться только на себя и свои ресурсы, потому что и здесь всё зыбко. Так же, как на войне, здесь нет друзей, а есть партнёры, у которых свои задачи, нам неизвестные, мы же не должны говорить о своих. Партнёр, как и союзник, хорош на короткое время, потом задача – вновь остаться одному, чтобы партнёр не сделал то же самое с вами, то есть остался один без вас. К слову, основная задача инвестора – вложив деньги, быстро понять суть бизнеса и отжать стартапера, а задача стартапера – быстро решить свои проблемы, пока инвестор его не отжал... Консультанты стоят дорого, раскрашены, как павлины, но в де-

ле порой хуже куриц, хотя чувствуют себя орлами, редко когда можно нанять спецотряд, способный выполнить спецзадачу, потому что сначала таких нужно найти, а это ой как непросто, поскольку такие наёмники совсем не павлины. В бизнесе главное – получить деньги с покупателя, именно для этого бизнес и создаётся, но вести с ним себя надо так, чтобы он впоследствии вас поддерживал. Времена меняются, а деньги неизменны, при этом нужно так виртуозно забирать деньги, чтобы покупатель с радостью их отдавал, так что без хитрости не обойтись и здесь. Основная задача бизнеса – получить нужное влияние, забрать необходимые ресурсы, при этом потратив минимум своих. Нового ничего.

Что имеем в 80% случаев? Явная подмена понятий. Вместо того, чтобы делать деньги, а именно так переводится с английского слово "бизнес", делают проекты и пытаются через них выудить деньги. Но человек всегда получает лишь то, к чему стремится. Если он стремится сделать дело, он его и получает, он может получить известность, одобрение социума и на этом, пожалуй, всё, денег он получит минимум. Дай бог, столько, чтобы бизнес не заглох. А всё потому, что ему деньги не особо и важны, созидание и деньги практически параллельные понятия. К тому же деньги любят тишину, а не чесание языками в проектах.

Итак, прямо сейчас стоит определиться, вы созидатель или бизнесмен, вам нужны проекты или деньги. И если выбрали второе, то следуйте путём войны. Увы, без обмана ни-

куда!

07.05.2018 г.

Счастье без партнёров.

Любимая присказка одного моего приятеля звучит так. "Если бы это было возможно, я бы не имел ни соседей, ни партнёров". Как ни странно, это изречение обнажает суть предпринимательской деятельности.

Давайте вспомним, как появились наши партнёры. За всю мою двадцатипятилетнюю историю бизнеса их у меня было много, большинство из них появилось по дружбе. Пришла в голову идея, давай сделаем. Кто в теме? Ты да я, да мы с тобой. Роли не расписаны, всё по дружбе, ты меня уважаешь, и я тебя уважаю. Заканчивалось всё быстро и ничем. Было несколько партнёрств с понятными ролями, когда каждый занимался своим делом. Денег я там поднимал нормально, но партнёрства все равно заканчивались выходом одного или нескольких партнёров из бизнеса. А всё почему? Да потому что "сердце предпринимателя" стремится к одиночеству. Каждый без исключения бизнесмен хочет остаться на рынке без каких-либо конкурентов, а партнёр, если его роль чётко не обозначена и может быть заменена кем-то из сотрудников, точно такой же конкурент, от которого принято избавляться согласно легендарной фразе "Боливар не выдержит двоих"!

Ровно то же и с соседями! Высокие стены наших загородных участков прямо говорят о стремлении к уедине-

нию. Кстати, хороший тест – если забор высоченный. значит, стремление остаться одному без партнёров будет превалировать, так что стоит задуматься на берегу.

Партнёры хороши тогда, когда каждый чётко понимает ценность другого в специализации. Есть у меня клиенты, которые так уже работают пятнадцать лет. Один инженер, другой коммерсант. Один может то, чего вообще не может другой. Так и работают – не дружат, в гости друг к другу не ходят, терпят друг друга, но зарабатывают серьёзные рублики! Дай бог каждому такую прибыль!

15.05.2018 г.

Говорить про деньги.

На первых переговорах люди обычно тушуются и опасаются спрашивать о финансовых возможностях партнёров. Мол, ну нельзя так сразу, сначала надо познакомиться, ну а потом уже... А потом... потом уже обычно никто ни о чём не говорит, молча подписывают бумаги, проверяя какие-то пункты в лучшем случае, и начинают работать. А уже потом-о-м случаются "чудеса"... Это в жизни не всегда важно, сколько в кармане денег у товарища. В бизнесе прямая зависимость, и если сразу не спросить, то можно не только время потерять, но и кое-что похуже.

Было у меня в начале нулевых пара проектов, где люди как-то туманно говорили про наличие нужной суммы, а в середине проекта приходили с вывернутыми карманами и с

надеждой пристально смотрели в глаза. Деньги я им находил, один раз даже был поручителем, но что ни сделаешь ради клиента по молодости и глупости? Форменно, я шёл на всё. Тогда им повезло, мне повезло и всё закончилось благополучно.

Поэтому сразу говорим про деньги. Какая прибыль нужна в конкретных цифрах, сколько нужно инвестировать, месяцы окупаемости, есть ли живые деньги? Если начинают мяться, повод расстаться. Поверьте, на слово, разговор про деньги всегда полностью раскрывает собеседника, только по тому, как он говорит об этом, можно составить портрет бизнесмена. Чем меньше словоблудия, тем лучше. Вопрос – ответ, вопрос – ответ, вопрос – ответ.

Действительно серьёзные предприниматели говорят про деньги чётко и открыто, без эмоций.

24.05.2018 г.

Ремесленник и бизнесмен.

Знаете в чем основные отличия ремесленника от бизнесмена?

1. Самозанятый приходит и спрашивает, какая ниша свободна, чтобы он ей занялся. Коммерсант спрашивает, как ему заработать денег и вытеснить из нужной ниши всех остальных. Ремесленник думает, что, если ниша пуста, значит в неё не надо вкладывать, все само пойдёт и так. Коммерсант живет в реальном мире. Ремесленник живёт иллю-

зиями.

2. Ремесленники полностью отрицают маркетинг. Бизнесмены в него вкладывают. Первые никогда не платят за такое знание, вторые платят всегда. При этом любая новая ниша – это катастрофа по вложениям на продвижение!

3. Ремесленникам важно дело, бизнесменам – деньги, поэтому первые расстанутся с ними легко, а со вторых их и клещами не вырвать! В клиентах выгодно иметь ремесленников, в партнерах – коммерсантов!

4. В мире 80% – ремесленников, 20% – бизнесменов!

5. Для ремесленников бизнес – это 80% работы и 20% денег. Для бизнесменов – это 80% денег и 20% работы.

6. Ремесленники никогда не обменивают деньги на время, бизнесмены всегда сэкономят время, если его можно обменять на деньги.

7. Ремесленники живут как цветы в поле, как придётся, а бизнесмены вкладывают в здоровье как в бизнес.

8. Большинство ремесленников умирают до семидесяти лет, большинство бизнесменов живут долго.

03.06.2018 г.

Вакцина от неудачи.

В декабре ко мне обратился один несостоявшийся в прошлом клиент с просьбой проконсультировать по бизнесу. А потом, если обеим сторонам будет выгодно, я бы стал его куратором. От денег я никогда не отказываюсь, поэтому назна-

чили встречу, хотя парень был "говоруном", то есть говорил значительно больше, чем делал. Встретились, и оказалось, что тогда он был начинающим говоруном, а сейчас стал профи. Поток сознания лился такой рекой, что за всю встречу мне удалось вставить лишь пару фраз. Но дело не в этом, а в том, что он настолько идеализировал жизнь и бизнес, что мне не на шутку взгрустнулось, я даже вспомнил себя лет двадцать назад. Тогда меня глобально вылечил глобальный «попандос» на деньги. После этого я стал жить в реальном мире и более не изводил себя и близких идеализмом с непременно хорошим концом.

В этот раз всё было точно так же. Паренек не рассчитал сумму инвестиций в свой бизнес, выбрал «лоХацию» вместо локации, доверил деньги другому человеку, продал квартиру и вырученное вложил в дело (это табу для бизнесмена). Он намеревался создать "бирюзовую" компанию и пригласил меня, чтобы я поручился за него и привлёк инвестиции за 25% от всех акций компании. Словом, он сделал всё то, чего делать нельзя ни при каких раскладах и обстоятельствах.

Естественно, я ему отказал и добавил, что имея вот такое мышление, основанное на вселенской любви и доверии к ближнему, никакой бизнес создать нельзя, а чтобы вылечиться раз и навсегда от бредовых идей, разъедающих благополучие, необходимо вколоть себе вакцину, а именно – попасть на деньги. Всё остальное не будет иметь исцеляющего эффекта. Как водится в этом возрасте, он мне не поверил и

обиделся. Ок!

Прошло несколько месяцев. Узнаю, что партнёр, которому он доверился, его кинул, вышел из бизнеса, но просит регулярно высылать долю за то, что он что-то для него делал. Средств, вырученных с продажи квартиры, не хватило. Арендные каникулы закончились, платить стало нечем. Бедолага впал в депрессию и судорожно искал деньги, чтобы хватило на начало, но безрезультатно. При этом сознание начало все-таки просветляться, появился реальный шанс на спасение в будущем.

Своевременный «попандос» на небольшие деньги – действительно лекарство, которое всегда в цене. Я не знаю ни одного предпринимателя, который когда-нибудь этим бы не воспользовался, чаще всего, такое снадобье вливается насильно, но эффект всегда одинаково стабилен.

Лучше вовремя попасть на пару-тройку миллионов, чем влезть в миллиард.

05.06.2018 г.

АгропромМэн.

Как-то ко мне на консультацию пришёл один известный фермер, что само по себе уже в диковинку, поскольку фермеры обычно всё знают сами и за советами не ходят. Ну куда большому бизнесу до них, там люди заранее со стратегиями и любыми решениями рождаются, видимо, воздух деревенский так благотворно влияет. Но удивляться мне пришлось

несколько раз, поскольку то, что произошло дальше, можно записать в анналы хрестоматий по бизнесу.

Встретились в ТЦ "Ереван" прямо на фудкорте. Человек начал рассказывать свою историю, прямо со святая святых бизнеса, а именно о том, как в России можно заработать. Ничего нового я, конечно, не узнал, но многое для меня лично прояснилось. Признаюсь, эта встреча предопределила моё дальнейшее отношение к сути успешного бизнеса без правил. Разговор шёл начистоту. Предельная откровенность с обеих сторон. Иногда я выплывал на поверхность, задавал вопросы и снова нырял на глубину повествования, а глубина там была океаническая. Где-то через полчаса я его спросил, почему товарищ всё ещё не миллиардер, поскольку суть и форма его речей на 100% соответствует речам персонажей из первой сотни (общаюсь порой, вот школа-то где). Настал черёд удивиться фермеру. На этой доброй минуте мы перешли в "Гудман", где продолжили общение.

Вкратце я ему объяснил, что рановато на сеновал уходить, сорок с небольшим в жизни – это как двадцать с большим в бизнесе, самое начало великих и славных дел. А мышление его отличное, аккуратно для того, чтобы ярдами ворочать, пора уже от миллионов к серьёзным делам переходить. Парой фраз поставил ему мозги на место, а потом перешли к деталям. Консультация у меня – всегда начало какого-то нового бизнеса. Решили кое-что вместе проверить, тем более что на тот момент у меня был запрос от одного богатенького Бу-

ратины. Договорились встретиться через шесть дней.

В назначенное время пересеклись за обедом в "Рыбе моей", что на Цветном. Сидим, общаемся, вдруг фермеру звонок, снимает трубу и через двадцать секунд его глаза становятся, как пятаки, и он тихо мне шепчет: "Как ты это делаешь?" Потом я узнал, что в тот самый момент ему предложили бизнес на несколько миллиардов. Естественно, он не отказался, потому что был готов. Деньги вообще приходят только к готовым людям, не был готов – не звонили, мозг перестроился – бабло полилось. Я ему так всё и объяснил.

Прошла ещё неделя. Работает он с новым проектом на шесть ярдов, причём согласно своей квалификации, а вчера, когда я его познакомил с человеком, который сомневался в моих способностях менять жизнь людей к лучшему, написал вот что: "Просто до консультации с Денисом меня семья убедила, что нам уже на все хватает и лезть в большее не стоит. А мне стало скучно. Денис вставил мои и жены мозги парой нужных фраз на место. На консультации настояла жена и уговорила меня на встречу. Я просто пошел у нее на поводу, и очень теперь ей и Денису благодарен..."

15.06.2018 г.

Блог вместо книги.

Часто слышу вопрос, почему не пишу книг? Казалось бы, столько историй, клиентов, потянуло бы на несколько томов захватывающего чтения. Отвечаю.

Во-первых, у меня довольно необычная профессия, я не только решаю задачи компаний, в первую очередь, я решаю проблемы людей, а они уже потом сами или мы вместе решаем задачи бизнеса, то есть сначала люди, а потом всё остальное. А если люди, значит, тайны. А если тайна, то между людьми, поэтому писать об этом невозможно, практически тайна исповеди, а то и похлеще.

Во-вторых, нужно отчётливо понимать, зачем пишутся книги. Нет, я не говорю о тех, кто пишет книгу, чтобы продвинуть себя или свой бизнес, в этих случаях суть в обложке, но не в её наполнении. Такие книги у многих стоят на полках, как новые, потому что никто и никогда их не читал. Тут дело в другом – когда автор пишет книгу, он решает какой-то свой вопрос, который его мучает и решение которого он найдет в процессе написания. Ровно так же и я пишу свои посты, согласно контент-плану, который сейчас уже расписан до сентября – каждая тема мне интересна, важна, и в процессе написания поста я её раскалываю, как орех, вынимая ядро и оставляя его себе, чтобы потом поделиться со своими клиентами. Да! Всё, что вы читаете в моих постах, это скорлупа с небольшими осколками ореха, самая суть остаётся со мной. Что делать, это бизнес, хочешь орех – купи мои услуги. Ровно для этого пишутся и книги. Орех себе, а публике скорлупа, за которую ещё и хорошо платят.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.