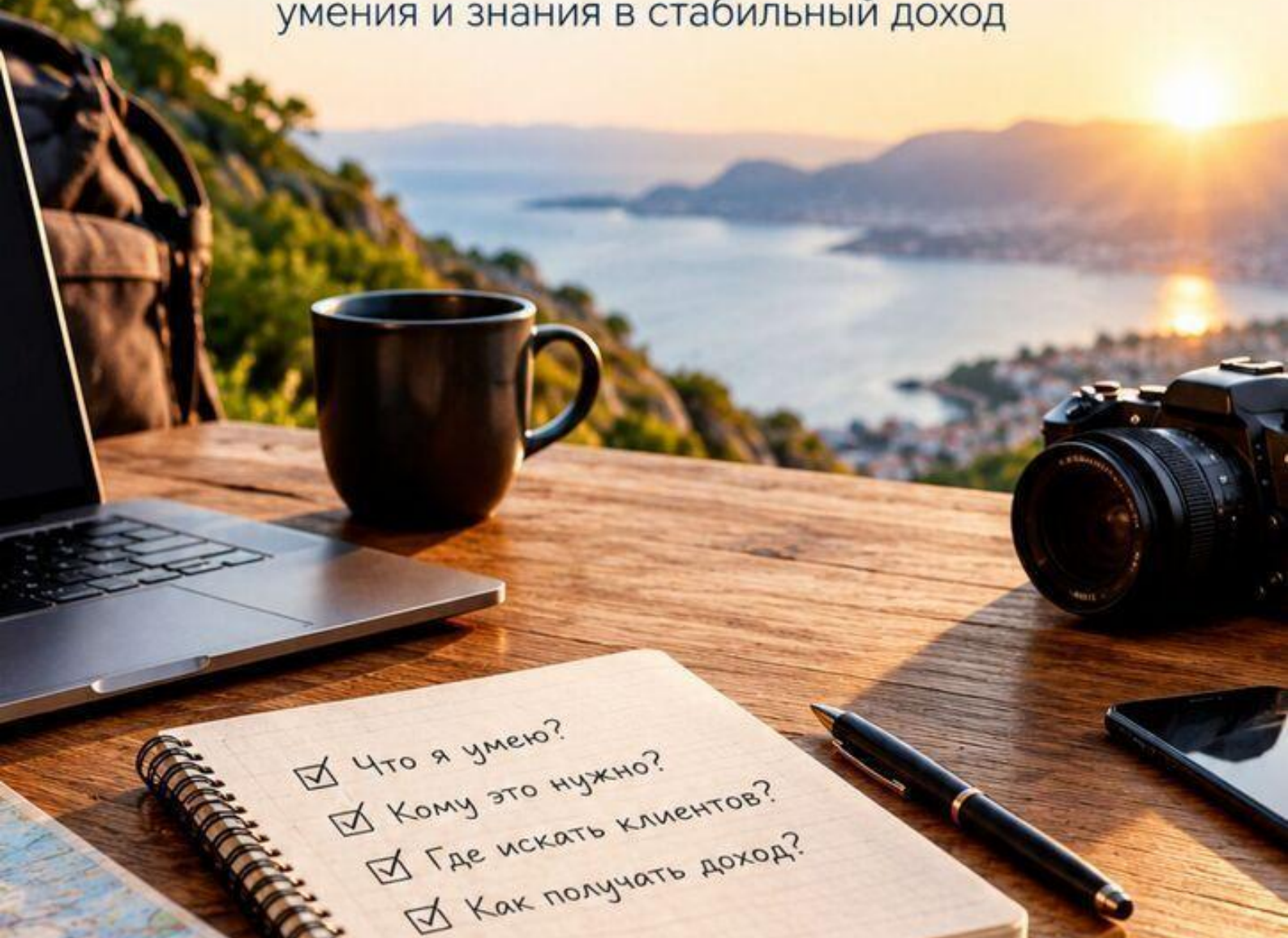


12+

Вячеслав Бакс

Заработок СВОИМИ НАВЫКАМИ

Как превратить свой опыт,
умения и знания в стабильный доход



Вячеслав Бакс

Заработок своими навыками

«Издательские решения»

Бакс В.

Заработок своими навыками / В. Бакс — «Издательские решения»,

У каждого человека есть навыки, опыт и умения, за которые другие люди готовы платить. Проблема в том, что мы часто воспринимаем их как что-то обычное и не замечаем их настоящей ценности. Эта книга поможет посмотреть на свои способности по-другому: понять, что именно можно продавать, кому это нужно, как найти первых клиентов и превратить имеющийся опыт в источник дохода. Без сложных схем и красивых обещаний. Только практический подход к тому, что у вас уже есть.

© Бакс В.

© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Глава 1. У тебя уже может быть то, за что люди готовы платить	8
Глава 2. Навык — это ещё не услуга	11
Глава 3. Не надо продавать всё подряд	13
Глава 4. Не надо сначала становиться идеальным	15
Глава 5. Цена появляется не из воздуха	16
Глава 6. Первые клиенты не обязаны быть идеальными	18
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Заработок своими навыками

Вячеслав Бакс

© Вячеслав Бакс, 2026

ISBN 978-5-0071-4663-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

У тебя уже может быть всё необходимое для того, чтобы начать зарабатывать.

Навык. Опыт. Знания. Умение что-то делать руками или головой. Ты можешь двадцать лет работать электриком, десять лет ремонтировать машины, хорошо фотографировать, писать тексты, настраивать компьютеры, шить, собирать мебель, делать сайты, печь торты или разбираться в документах лучше половины знакомых.

И при этом совершенно не понимать, как превратить всё это в нормальные деньги.

Вот об этом и книга.

Не о том, как открыть миллионный бизнес. Не о том, как стать предпринимателем за тридцать дней. И не о том, как «монетизировать свою экспертность», потому что от одного этого выражения уже хочется закрыть ноутбук.

Здесь всё проще.

Ты умеешь что-то делать. Другому человеку это нужно. Он готов за это заплатить. Осталось разобраться, как встретить этих двух людей — тебя и клиента — и не испортить всё по дороге.

Причём начать можно совершенно без грандиозного плана.

Не обязательно увольняться с работы, снимать офис, брать кредит, покупать оборудование и придумывать красивое название фирмы. Иногда достаточно одного навыка, телефона и нормального объявления.

Главная проблема обычно находится не в самом заработке.

Она начинается раньше.

Человек думает:

«Да кому это нужно?»

«Я не специалист».

«Другие делают лучше».

«Я не умею себя продавать».

«За это никто столько не заплатит».

«Сначала надо ещё поучиться».

И в результате человек годами остаётся с умением, которое приносит ему гораздо меньше денег, чем могло бы.

Эта книга не обещает, что любой навык можно превратить в большой доход. Так не бывает.

Но практически любой полезный навык можно попробовать превратить в услугу, дополнительный заработок или самостоятельный источник денег.

Для начала нужно перестать смотреть на своё умение как на что-то само собой разумеющееся.

Если ты умеешь то, чего не умеет другой человек, это уже имеет ценность.

Вопрос только в том, какую именно проблему твоё умение решает и кто готов за это заплатить.

С этого и начнём.

Глава 1. У тебя уже может быть то, за что люди готовы платить

Самая распространённая ошибка — искать способ заработать раньше, чем человек посмотрит на то, что он уже умеет.

Он открывает интернет и начинает искать:

«Как заработать удалённо?»

«Как заработать без вложений?»

«Какая профессия сейчас востребована?»

«Что изучить, чтобы хорошо зарабатывать?»

И начинает собирать новые знания.

Потом проходит курс.

Потом ещё один.

Потом смотрит ролики.

Потом выясняет, что для новой профессии нужен опыт.

А опыта нет.

И человек снова идёт учиться.

Получается довольно странная картина: человек уже умеет что-то полезное, но пытается сначала стать кем-то другим, чтобы наконец начать зарабатывать.

Иногда это действительно необходимо. Бывают ситуации, когда без новых знаний никак.

Но прежде чем начинать новую жизнь с понедельника, стоит посмотреть на старую.

Возьми лист бумаги и выпиши всё, что ты умеешь делать.

Не только профессию.

Вообще всё.

Например:

умею устанавливать розетки;

умею искать неисправности;

умею разговаривать с клиентами;

умею водить машину;

умею ремонтировать велосипед;

умею фотографировать;

умею объяснять сложное простыми словами;

умею работать с компьютером;

умею находить информацию;

умею писать тексты;

умею делать расчёты;

умею работать с деревом;

умею готовить;

умею организовывать поездки;

умею находить дешёвые билеты;

умею разбираться в автомобилях.

А теперь рядом с каждым умением напиши: какую проблему другого человека оно решает.

Вот здесь начинается самое интересное.

«Я умею пользоваться компьютером» — звучит почти бесполезно.

А вот:

«Я могу настроить человеку компьютер, перенести данные со старого, установить нужные программы и объяснить, как всем этим пользоваться» — уже вполне конкретная услуга.

«Я умею фотографировать» — просто навык.

«Я могу снять квартиру для объявления так, чтобы фотографии нормально показывали помещение» — уже услуга.

«Я умею хорошо писать» — навык.

«Я могу привести в порядок текст объявления, чтобы человек нормально объяснил, что продаёт» — услуга.

Разница вроде небольшая.

Но именно здесь многие и застревают.

Они продают в голове своё умение, хотя клиенту вообще не нужно твоё умение.

Клиенту нужен результат.

Человеку не нужен электрик.

Ему нужен работающий свет.

Не нужен программист.

Нужен работающий сайт.

Не нужен фотограф.

Нужны хорошие фотографии квартиры.

Не нужен мастер по ремонту стиральных машин.

Нужна стиральная машина, которая снова работает.

И чем лучше ты понимаешь эту разницу, тем проще становится объяснить человеку, за что именно он тебе платит.

Поэтому первый вопрос не:

«Что я умею?»

А:

«Какую проблему другого человека я умею решать?»

Глава 2. Навык — это ещё не услуга

Можно прекрасно уметь что-то делать и совершенно не уметь на этом зарабатывать.

Это не противоречие.

Хороший электрик может получать мало, если его никто не знает.

Хороший фотограф может сидеть без заказов, если о нём никто не слышал.

Человек может отлично ремонтировать компьютеры, но получать за это копейки, если он говорит клиенту только: «Ну, я вообще-то компьютерщик».

Навык сам по себе денег не приносит.

Деньги появляются тогда, когда навык превращается в понятное предложение.

Допустим, ты умеешь устанавливать двери.

Можно написать:

«Установка дверей. Опыт работы 15 лет».

А можно:

«Устанавливаю межкомнатную дверь: подгонка, установка коробки, навеска полотна, врезка замка и ручки. После работы дверь нормально закрывается и открывается, без перекосов и щелей».

Во втором случае человек уже понимает, что именно он получит.

И ему гораздо проще принять решение.

Это вообще важный момент.

Клиент не обязан разбираться в твоей профессии.

Он не знает правильных терминов.

Он не знает, сколько времени занимает работа.

Он не знает, какие инструменты тебе нужны.

Он просто хочет решить свою проблему.

Поэтому хорошее предложение должно отвечать хотя бы на три простых вопроса:

Что ты сделаешь?

Для кого ты это делаешь?

Что человек получит в результате?

Не надо писать роман.

Чем понятнее предложение, тем меньше человеку приходится додумывать.

А когда человеку приходится додумывать, он начинает сравнивать не тебя с другим исполнителем, а две непонятные картинки у себя в голове.

И очень часто выбирает того, у кого картинка понятнее.

Глава 3. Не надо продавать всё подряд

Когда человек наконец решает заработать своим умением, у него часто появляется другая проблема.

Он пытается предложить сразу всё.

«Делаю электрику, сантехнику, ремонт, сборку мебели, кондиционеры, интернет, камеры, телевизоры, двери, окна, потолки и вообще всё».

На первый взгляд кажется, что это удобно.

Чем больше умеешь — тем больше клиентов.

На практике получается наоборот.

Человек читает такое объявление и не понимает, кто перед ним.

Специалист?

Универсальный мастер?

Человек, который берётся за всё подряд?

И главное — непонятно, подходит ли он именно для той задачи, которая сейчас нужна.

Поэтому на старте лучше не перечислять все свои способности.

Выбери несколько задач, которые ты действительно умеешь решать хорошо.

Например, не «электрика от А до Я», а:

«Поиск неисправностей в квартире».

Или:

«Замена и установка электрики в квартире».

Или:

«Диагностика проблем с проводкой в частном доме».

Это уже конкретнее.

При этом никто не запрещает тебе выполнять другие работы.

Просто человек сначала должен понять, зачем ему звонить именно тебе.

Есть ещё одна причина не расписывать двадцать услуг.

Когда ты называешь себя специалистом сразу во всём, тебе приходится конкурировать по цене.

А когда ты понятно описываешь конкретную проблему, человек начинает смотреть ещё и на опыт.

Например:

«Нужен мастер».

И рядом:

«Нужен человек, который найдёт причину, почему периодически выбивает автомат, и устранит неисправность».

Второе объявление сразу обращается к человеку с конкретной проблемой.

Это уже не просто «мастер».

Это человек, который умеет решать определённую задачу.

И вот это намного легче продавать.

Глава 4. Не надо сначала становиться идеальным

Есть очень удобная причина ничего не начинать.

«Я пока недостаточно хороший специалист».

Причина удобная потому, что проверить её невозможно.

Всегда можно найти человека, который знает больше.

Всегда можно пройти ещё один курс.

Прочитать ещё одну книгу.

Купить новый инструмент.

Сделать ещё десять работ для себя.

А потом снова решить, что пока рано.

Разумеется, есть навыки, где недостаток знаний действительно опасен.

Если ты собираешься делать сложную электрику, ремонтировать тормозную систему автомобиля или выполнять работу, где ошибка может привести к серьёзным последствиям, нельзя изображать специалиста, которым ты не являешься.

Но в большинстве обычных услуг проблема не в том, что человек недостаточно идеален.

Проблема в том, что он вообще не предлагает свои услуги.

Если ты умеешь делать работу на нормальном уровне — можно начинать с той работы, которую ты действительно умеешь выполнять.

Не надо обещать то, чего не умеешь.

Не надо скрывать ограничения.

Не надо изображать десять лет опыта, если его нет.

Зато не нужно и самому себе рассказывать, что сначала надо стать лучшим в городе.

Клиенту нужен не чемпион мира по твоей профессии.

Ему нужен человек, который нормально решит его конкретную проблему.

Иногда этого более чем достаточно.

Глава 5. Цена появляется не из воздуха

Один из самых неприятных вопросов для начинающего исполнителя:

«Сколько с меня?»

И тут человек начинает метаться.

Назвать мало — обидно.

Назвать много — вдруг уйдёт.

Посмотреть цены конкурентов — у одного тысяча, у другого пять, у третьего вообще «от 300 рублей».

И в результате называется какая-то цифра, взятая практически с потолка.

Так делать не стоит.

Сначала нужно понять, из чего вообще складывается цена.

В ней есть твоё время.

Есть дорога.

Расходные материалы.

Инструмент.

Налоги и комиссии, если они есть.

Риск переделки.

Время на переписку и телефонные разговоры.

Иногда — время на закупку материалов.

И, наконец, твоя квалификация.

Последний пункт люди часто почему-то стесняются учитывать.

Но если один человек делает работу за четыре часа, а другой за два часа благодаря двадцатилетнему опыту, это не означает, что второй должен получать в два раза меньше.

Наоборот.

Клиент платит не только за количество часов.

Он платит за то, что ты знаешь, что делать и как не переделывать потом.

Поэтому цена должна быть связана не только с временем работы.

И ещё важнее другое.

Не нужно начинать с вопроса:

«Сколько берут другие?»

Начни с вопроса:

«Сколько мне должна приносить эта работа, чтобы мне было нормально её выполнять?»

Потом уже сравни эту цифру с рынком.

Если твоя цена значительно выше большинства предложений, нужно понять почему.

Если значительно ниже — тоже.

Может оказаться, что ты просто недооцениваешь себя.

А может оказаться, что рынок действительно не готов платить столько за такую услугу.

И это тоже полезно узнать.

Цена — это не то, что нужно угадать.

Её можно проверять реальными заказами.

Глава 6. Первые клиенты не обязаны быть идеальными

Когда человек начинает искать клиентов, он часто ждёт какого-то красивого старта.

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.