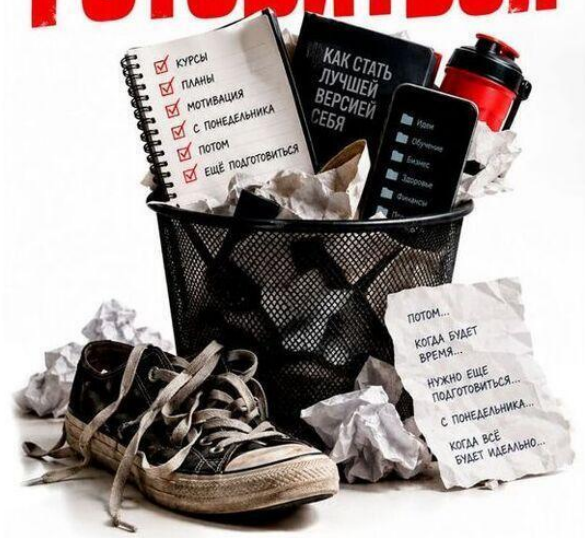
12+

ХВАТИТ ГОТОВИТЬСЯ



ГЕРАСИМОВ СТЕПАН ОЛЕГОВИЧ

Степан Герасимов
Хватит готовиться

https://litres.ru/74928837
ISBN 9785007173582

Аннотация

Сколько раз вы готовились начать новую жизнь, но так и не начали? Проходили курсы, смотрели мотивационные видео, составляли планы и ждали подходящего момента? Эта книга о ловушке бесконечной подготовки, индустрии мотивации и страхе настоящего действия. Вы узнаете, почему одни годами изучают успех, а другие просто делают и получают результат. Хватит искать волшебную формулу. Пора выйти из режима ожидания и начать действовать.

Содержание

Вступление. Почему у меня сгорело 5
Часть 1. Ловушка: почему мы застреваем 9
Глава 1. Ошибка выжившего: правда и манипуляция 9
Глава 2. Индустрия мотивации 15
Глава 3. Имитация деятельности 22
Глава 4. Почему проигравшие на самом деле проиграли 28
Конец ознакомительного фрагмента. 32

Хватит готовиться

Степан Олегович Герасимов

Дизайнер обложки Dall-E

© Степан Олегович Герасимов, 2026
© Dall-E, дизайн обложки, 2026

ISBN 978-5-0071-7358-2
Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступление. Почему у меня сгорело

Признайся честно.

У тебя в закладках лежит хотя бы один курс, который ты так и не досмотрел. В телефоне — скриншоты «полезных советов», к которым ты ни разу не вернулся. А где-то в голове живёт план: «Вот разберусь получше — и начну».

Если это про тебя — эта книга для тебя. И она тебя разозлит. Меня, например, разозлила одна женщина из интернета.

Видео, после которого у меня сгорело

Поздний вечер. Лента. Палец листает ролики на автомате. И вдруг — она.

Спокойная, уверенная, с лицом человека, который сейчас раскроет миру страшную тайну. И она её раскрывает:

«Похудеть невозможно. Все эти диеты и тренировки бесполезны. Просто вы видите только тех, у кого получилось. А миллионы тех, у кого не получилось, вы не видите. Они не снимают видео „до и после“. Они молча сдаются».

И добивает:

«Посмотрите, сколько сейчас марафонов „Как стать миллионером“. Их тысячи. А миллионеров больше не стало».

Комментарии — сотни сердечек. «Наконец-то кто-то сказал правду». «Я так и знала». «Спасибо, теперь мне не стыдно».

А у меня внутри всё закипело.

Не потому, что она врёт. А потому, что она права **ровно наполовину**. И именно эта половина делает её слова ядом. Потому что тысячи людей посмотрят это видео, выдохнут с облегчением — и окончательно перестанут пытаться.

Половина правды

Да, ошибка выжившего существует. Мы видим только победителей. Никто не берёт интервью у человека, чей бизнес закрылся через полгода. Никто не пишет книгу «Как я десять лет пытался и ничего не вышло».

И да, марафонов стало больше, а миллионеров — нет. Тут не поспоришь.

Но вывод она делает неправильный.

Она говорит: «Миллионеров не стало больше — значит, разбогатеть невозможно».

А я говорю: «Миллионеров не стало больше — значит, *марафоны не работают*».

Чувствуешь разницу? Это как если бы тысяча человек купила абонемент в спортзал, ни разу туда не пришла — а потом кто-то сделал вывод, что спорт не работает.

Марафон миллионера — это не путь к деньгам. Это путь к деньгам *автора марафона*. Участник выходит из него не богаче, а беднее: на стоимость участия и на несколько недель жизни.

Вопрос, который никто не задал

Она посмотрела на проигравших и решила, что игра

нечестная. Но не задала единственный вопрос, который имеет значение:

А что именно делали эти проигравшие?

Когда начинаешь честно отвечать, картина переворачивается. Огромная часть «проигравших» вообще не играла. Они готовились играть. Смотрели, как играют другие. Покупали курсы о том, как играть. Ждали подходящего момента. А потом говорили: «Я пробовал — не работает».

Правда, которую никто не продаёт

Если хочешь денег — делай то, что приносит деньги.

Всё. Это вся философия.

Деньги не появляются от мотивации, аффирмаций и правильного мышления. Не появляются от пятого пройденного марафона. Они появляются, когда ты даёшь людям то, за что они готовы платить: товар, услугу, решение их проблемы.

Это скучно. Это страшно. Здесь нет красивых эфиров и чата, где все пишут друг другу «ты сможешь!». Именно поэтому это никто не продаёт. Но только это и работает.

С похудением то же самое. Никакой магии, но и никакой обречённости. Не марафон на 21 день, после которого всё возвращается, а маленькие изменения, которые ты способен держать годами.

Почему мы всё равно выбираем марафоны

Потому что готовиться приятно.

Когда ты проходишь курс, ты чувствуешь, что движешься. Ты занят, ты «в процессе». И главное — ты ничем не риску-

ешь. Никто не откажет. Никто не оценит. Ты не провалишься, потому что ещё ничего не начал.

А настоящее действие пугает. Предложить свою услугу незнакомому человеку — страшно. Услышать «нет» — больно. Потратить месяц и не заработать ничего — обидно.

Поэтому мы выбираем имитацию. Она ощущается как работа, но не требует смелости.

Чего не будет в этой книге

Здесь не будет обещаний миллиона за 30 дней. Не будет секретных техник, энергии денег и волшебных формул. И не будет утешения в духе «всё бесполезно, можешь не стараться».

Зато будет:

— почему «всё бесполезно» — такая же ложь, как «стань богатым за месяц»;

— как отличить настоящее действие от его имитации;

— кто на самом деле зарабатывает на твоём желании разбогатеть;

— как сделать первый шаг, который реально может принести деньги, — и не сдаться после первого «нет».

Я не обещаю, что будет легко. Я обещаю, что будет честно.

Да, мы не видим проигравших. Но в каком списке окажешься ты — решаешь только ты. И решается это не тогда, когда ты покупаешь очередной курс.

А тогда, когда ты его закрываешь и идёшь делать.

Часть 1. Ловушка: почему мы застреваем

Глава 1. Ошибка выжившего: правда и манипуляция

Представь ангар.

В нём стоят десятки бомбардировщиков, только что вернувшихся с задания. Обшивка изрешечена пулями. Дыры в крыльях, в хвосте, в фюзеляже. Вокруг ходят военные инженеры с блокнотами и отмечают каждую пробоину.

У них одна задача: решить, куда поставить броню. Ошибутся — и завтра из боя не вернутся новые экипажи.

Ответ кажется очевидным. Но он смертельно неправильный.

Самолёты, которых не было в ангаре

Это реальная история времён Второй мировой войны. Американские бомбардировщики слишком часто не возвращались с вылетов. Их нужно было укрепить. Но броня тяжёлая — обшить ею весь корпус нельзя, самолёт просто не взлетит.

Военные рассуждали логично: смотрим, где на вернувшихся самолётах больше всего пробоин, и укрепляем эти ме-

ста. Крылья в дырах, хвост в дырах — туда и броню.

И тут вмешался математик Абрахам Вальд. Он сказал: стоп. Вы смотрите не на те самолёты.

Пробоины на вернувшихся машинах показывают, куда можно получить попадание *и всё равно долететь домой*. А броню нужно ставить туда, где на вернувшихся самолётах дыр почти нет, — на двигатели, на кабину.

Не потому, что туда не стреляли. А потому, что самолёты, получившие туда попадание, просто не вернулись. Их не было в ангаре. Они лежали на дне моря и в полях.

Так появилось понятие, которое сегодня знает каждый: **ошибка выжившего**. Мы делаем выводы по тем, кто «дожил» до момента наблюдения, и не замечаем тех, кто выбыл раньше.

Запомни этот ангар. Ты стоишь в нём каждый день.

Твоя лента — это ангар

Каждый раз, когда ты открываешь соцсети, ты смотришь на вернувшиеся самолёты.

Бизнесмен, который бросил университет и построил компанию. Но не тысячи людей, которые тоже бросили университет — и ничего не построили.

Блогер, который «просто начал снимать» и через год купил квартиру. Но не те, кто снимает годами и сидит с сотней подписчиков.

Фото «до и после» человека, который скинул тридцать килограммов. Но не тех, кто скинул пять и набрал обратно де-

сять.

Истории успеха громкие. Истории провала молчат. Никто не продаёт курс «Как я три года пытался и ничего не вышло». Поэтому мозг получает искажённую картинку: кажется, что успех — это норма. Что он случается со всеми, кто достаточно сильно хочет.

А когда у тебя не получается, вывод напрашивается сам: со мной что-то не так.

И на этом выводе кто-то очень хорошо зарабатывает.

Как тебе продают пробоины

Автор марафона рассказывает, как его ученица за месяц вышла на доход в полмиллиона. Звучит как доказательство.

Но он не говорит, сколько всего было учеников. Если две тысячи — и получилось у одной, это не результат курса. Это статистический шум. Скорее всего, у неё уже были навык, клиенты или опыт, и она добилась бы своего и без марафона.

Скриншоты отзывов, кейсы, «истории трансформации» — это пробоины на вернувшихся самолётах. Тебе показывают тех, кто долетел, и говорят: «Смотри, наш метод работает». А тех, кто разбился, просто не включают в презентацию.

В этом смысле женщина из видео дала правильное предупреждение. Если оценивать шансы по историям успеха, ты всегда будешь их переоценивать.

Но дальше она делает ход, который превращает полезную мысль в отраву.

Ошибка невыжившего

Она говорит: раз проигравших большинство — пытаться бесполезно.

Посмотри внимательно на эту логику. Это та же самая ошибка, только вывернутая наизнанку. Один смотрит только на победителей и думает, что победить легко. Другой смотрит только на количество проигравших и решает, что победить невозможно.

Назовём это **ошибкой невыжившего**.

Вернёмся в ангар. Вальд не сказал: «Раз столько самолётов не вернулось, давайте вообще перестанем летать». Он сказал: «Давайте поймём, *почему* они не вернулись, и укрепим именно это место».

Ошибка выжившего — это не приговор. Это инструкция. Она говорит не «всё бесполезно», а «ты ищешь причину не там».

Когда человек говорит «миллионеров не стало больше — значит, разбогатеть невозможно», он считает сбитые самолёты, но не спрашивает, куда в них попали.

Куда попали проигравшие

Вот он, главный вопрос книги: **что именно делали проигравшие?**

Не «сколько их было», а «чем они занимались». Начни разбирать эти истории — и картина резко поменяется.

Кто-то вообще не начинал. Прошёл три курса, сохранил двести полезных постов, составил бизнес-план — и не сделал ни одной продажи.

Кто-то начал, получил первый отказ и бросил.

Кто-то делал не то: месяцами рисовал логотип и выбирал название вместо того, чтобы найти первого клиента.

Кто-то ждал денег через месяц, а когда они не пришли, решил, что «это не работает».

И да, кто-то честно пытался, делал всё правильно — и всё равно проиграл. Так бывает. Риск реален, и я не буду делать вид, что его нет.

Но посмотри на этот список. Подавляющее большинство «проигравших» проиграли не потому, что победить невозможно. Они так и не вышли на поле. Или ушли с него после первого пропущенного удара.

Проигравшие в марафонах миллионеров — это в основном не люди, которые построили бизнес и прогорели. Это люди, которые прошли марафон. И всё.

Два урока одного ангара

Ошибка выжившего говорит две вещи одновременно. Важно услышать обе.

Первое: не верь красивым историям. Успех реже, дольше и тяжелее, чем показывают в ленте. Тот, кто обещает миллион за тридцать дней, показывает тебе пробоины на вернувшихся самолётах.

Второе: не верь тем, кто говорит «всё бесполезно». Много проигравших не значит, что победить нельзя. Это значит, что большинство делает что-то не то. Твоя задача — понять что, и не повторить.

Победители и проигравшие — это не два разных вида людей. Часто это одни и те же люди на разных этапах. Почти каждый, кого ты видишь в списке успешных, когда-то был в списке проигравших. Просто не остался там.

Остаётся вопрос: если марафоны не делают людей богатыми, то кого они делают богатыми? Ответ тебе не понравится. Но ты, скорее всего, уже догадываешься.

Глава 2. Индустрия мотивации

Есть один человек, который гарантированно разбогатеет на марафоне миллионера.

Это не ты.

Восемь вечера, пятница

Представь два экрана одновременно.

На первом — ты. Сидишь с ноутбуком на кухне, рядом остывает чай. Идёт бесплатный эфир «Первый миллион за 90 дней». Спикер говорит уверенно и спокойно. В чате летят огоньки. Ты записываешь в блокнот фразу «деньги любят смелых» и чувствуешь, как внутри что-то поднимается. Вот оно. Наконец-то.

На втором экране — ассистент спикера. Перед ним таблица оплат. Она обновляется каждые несколько секунд. Он смотрит не на спикера и не на чат. Он смотрит на одну-единственную цифру — конверсию из эфира в покупку. И пишет спикеру в мессенджер: «Дави на дедлайн, продажи просели».

Через минуту спикер говорит: «Ребята, места заканчиваются. Цена действует ещё час».

На первом экране человек мечтает о деньгах. На втором — деньги уже зарабатываются. Прямо сейчас. На тебе.

Лопаты для золотоискателей

Во времена золотой лихорадки тысячи людей бросали всё и ехали искать золото. Большинство вернулись ни с чем.

Некоторые не вернулись вовсе.

Но были люди, которые зарабатывали почти гарантированно. Они продавали золотоискателям лопаты, кирки, палатки, еду и джинсы.

Им было всё равно, найдёт покупатель золото или нет. Деньги они получали в тот момент, когда лопата переходила из рук в руки.

А теперь вернись к двум экранам. Кто там ищет золото, а кто продаёт лопаты?

Участник платит, тратит недели, слушает эфиры, делает домашние задания — и чаще всего остаётся там же, где был. Автор зарабатывает в секунду, когда ты нажал «Оплатить». Его доход не зависит от того, разбогатеешь ли ты. Он зависит только от того, поверишь ли ты, что разбогатеешь.

Вот почему марафонов становится больше, а миллионеров — нет. Миллионерами становятся организаторы.

Если честно, единственный надёжный способ заработать на марафоне миллионера — это его провести.

Ты покупаешь не то, что тебе продают

Если бы марафон продавал результат, его было бы легко проверить. Сколько участников начало. Сколько заработало. Сколько именно.

Попробуй найти такие цифры хоть у одного автора. Я подожду.

Не нашёл? Потому что продаётся не результат.

Продаётся ощущение.

Ощущение, что ты наконец взялся за себя. Что ты не такой, как все эти люди на диванах. Что ты «в движении», «в потоке», «в окружении сильных». Что вот-вот всё изменится.

И это ощущение правда приятное. Вечером ты ложишься спать с мыслью, что сегодня сделал что-то важное для своего будущего.

А теперь три вопроса. Отвечай честно.

После того вечера у тебя появился хоть один клиент?

Ты продал хоть что-нибудь?

У тебя стало больше денег?

Ты купил эмоцию. Как билет в кино. Только в кино хотя бы не обещают, что после сеанса ты станешь героем фильма.

Воронка: пять шагов к твоим деньгам

Почти все такие продукты устроены одинаково. Прочитай этот раздел — и ты уже никогда не сможешь её «развидеть».

Шаг 1. Бесплатная приманка. Вебинар, гайд, чек-лист, «бесплатный интенсив». Немного пользы и много обещаний. Задача не научить, а показать, как много ты ещё не знаешь.

Шаг 2. История с нуля. Автор был никем: долги, нелюбимая работа, никаких перспектив. А потом нашёл «систему». Теперь у него машина, путешествия и свобода. Ты смотришь и видишь себя до — и себя после.

Шаг 3. Давление. «Осталось три места». «Цена вырастет через час». «Это последний поток». Тебе не дают подумать. Потому что тот, кто подумает, часто не покупает.

Шаг 4. Основной продукт. Марафон, курс, клуб. Много контента, много мотивации, много общения. Очень мало того, что реально приносит деньги.

Шаг 5. Следующая ступень. Марафон закончился, результата нет. И тут тебе предлагают «продвинутый уровень», «наставничество», «закрытый клуб». Ведь проблема не в методе. Просто тебе нужно больше.

Круг замыкается. Человек может годами ходить по этому кругу — и всё время чувствовать, что он почти у цели.

Самый хитрый трюк: виноват всегда ты

У большинства участников результата не будет. Автор это знает заранее. Поэтому объяснение провала встроено в продукт с самого начала.

И это объяснение всегда одно: **проблема в тебе.**

Ты недостаточно старался. У тебя «мышление бедности». Ты не проработал внутренние блоки. Ты окружён не теми людьми. Ты не до конца поверил.

Заметь: метод никогда не виноват. Метод идеален. Это ты сломан. А раз ты сломан — тебе нужно чиниться. За деньги. Следующим курсом.

Это гениальная бизнес-модель. В обычном бизнесе недовольный клиент — это проблема. Здесь недовольный клиент — это следующая продажа.

Две стороны одной ловушки

А теперь вспомни видео, с которого началась эта книга.

Женщина говорит: «Всё бесполезно. Никто не побежда-

ет».

Авторы марафонов говорят: «Всё работает. Просто ты недостаточно стараешься».

Кажется, это противоположности. Но посмотри, чем заканчивается каждая из них. Первая говорит: не пытайся. Вторая говорит: плати и пытайся вечно.

И в обоих случаях ты остаёшься ни с чем.

Ни одна из них не говорит простого: иди и делай то, что приносит деньги.

Честности ради: не все курсы — зло

Учиться — нормально. Есть курсы, после которых ты реально что-то умеешь. Писать код. Вести учёт. Делать маникюр и брать за это деньги.

Разница в одной фразе:

Хороший курс учит делать. Пустой курс учит говорить об успехе.

После первого у тебя появляется навык, который можно продать. После второго — словарь из «мышления миллионера», «нового уровня» и «внутренней опоры».

Когда и как учиться правильно, разберём в главе 8.

Тест на лопату

Прогони любой курс через этот список. Три совпадения и больше — тебе продают лопату, а не золото.

— Обещают результат, а не навык. «Выйдешь на миллион» вместо «научишься делать сайты».

— Огромные цифры, короткие сроки. «Сто тысяч за

месяц без опыта».

— Много про мышление, мало про действия. Блоки, установки, энергия денег, визуализация.

— Автор зарабатывает в основном на обучении. Спроси: какой у него бизнес, кроме продажи курсов?

— Искусственная срочность. Таймеры, «последние места», «завтра дороже».

— Нет честной статистики. Только истории успеха — и ни слова о том, сколько всего было участников.

— В неудаче виноват ученик. «Ты просто не до конца старался».

— После курса — ещё один курс. Вместо того, чтобы отпустить тебя работать.

А если нужен совсем короткий тест — вот один вопрос:

После этого я смогу продать что-то конкретное конкретному человеку?

Если «да» — возможно, он стоит своих денег. Если «ну, я стану увереннее, пойму себя, прокачаю мышление» — закрывай вкладку. Ты только что сэкономил деньги. И, что гораздо важнее, время.

Но это ещё не вся правда

Было бы удобно свалить всё на инфоцыган. Плохие люди продают пустышку, хорошие люди покупают. Убери плохих — и всё наладится.

Не наладится.

Потому что марафоны — это не причина. Это ответ на

спрос. А спрос создаём мы сами. Если завтра исчезнут все марафоны на свете, большинство людей за неделю найдут, чем их заменить. Лишь бы не делать то единственное, что реально работает.

И самое неприятное: ты, скорее всего, делаешь это прямо сейчас. И даже не замечаешь.

Об этом — следующая глава.

Глава 3. Имитация деятельности

Вспомни свой вчерашний день.

Ты, скорее всего, не сидел сложа руки. Ты что-то читал, что-то смотрел, что-то планировал. Может, составил список дел. Может, досмотрел урок. Может, посмотрел интервью успешного предпринимателя и подумал: «Надо бы тоже».

К вечеру ты устал. И честно считаешь, что день прошёл не зря.

А теперь один вопрос: что из этого могло принести тебе деньги?

Не «когда-нибудь, косвенно, в будущем». А прямо.

Если ответ «ничего» — поздравляю. Ты провёл день, имитируя деятельность. И ты такой не один. Так живёт большинство людей, которые «хотят своё дело».

Два соседа

Жили в одном подъезде два парня. Обоим надоела работа «на дядю», оба решили зарабатывать сами.

Первый подошёл к делу серьёзно. Прошёл два курса по предпринимательству. Прочитал десять книг о бизнесе. Три месяца выбирал нишу. Заказал логотип, потом ещё один, потому что первый «не отражал философию бренда». Сделал красивый сайт. Написал бизнес-план на тридцать страниц с графиками.

Через год у него было всё. Кроме клиентов.

Второй умел чинить стиральные машины. Он сфотографировал свои инструменты на телефон, разместил объявление и расклеил листовки в соседних домах. На второй день ему позвонили. На пятый — ещё два раза. Через месяц он зарабатывал столько же, сколько на старой работе. Через год — вдвое больше.

У него до сих пор нет логотипа.

Кто из них больше работал? Первый. Он тратил на свой «бизнес» каждый вечер и каждые выходные. Кто заработал? Второй.

Разница не в таланте, не в удаче и не в старании. Первый год **готовился** делать бизнес. Второй с первого дня **делал** его.

Три маски имитации

Имитация деятельности почти никогда не выглядит как лень. В этом её коварство. Она выглядит как работа. И у неё есть три любимые маски.

Маска первая: «Я учусь»

«Мне пока рано начинать, я ещё не всё знаю».

Звучит разумно. Но знаний никогда не будет достаточно. После каждого курса ты узнаёшь, что есть ещё одна тема, которую «надо бы подтянуть». Маркетинг. Психология продаж. Налоги. Тайм-менеджмент. Личный бренд.

Учёба без действия — это как изучать плавание по видео, сидя на диване. Можно знать наизусть технику кроля. Но в воде всё равно будешь барахтаться, как в первый раз.

Маска вторая: «Я планирую»

«Сначала надо всё продумать».

Бизнес-планы, стратегии, таблицы, карты целей, красивые ежедневники. Само по себе планирование не зло. Зло — когда оно занимает месяцы и заменяет запуск.

Любой план разваливается при первом контакте с реальным клиентом. Он хочет не то, что ты придумал. Платит не за то, за что ты ждал. И находит тебя не там, где ты его искал. Тридцать страниц бизнес-плана превращаются в макулатуру после первого же разговора с покупателем.

Маска третья: «Я заряжаюсь»

«Мне нужна мотивация».

Интервью миллиардеров под завтрак. Подкасты про успех в метро. Цитаты на заставке телефона. Всё это даёт заряд на пару часов. Потом заряд заканчивается, и ты идёшь за новой дозой.

Мотивация — это топливо. Но если ты только заправляешься и никуда не едешь, ты просто стоишь на заправке. Дорого и бессмысленно.

Почему мозг обожает имитацию

Каждый из нас знает, что нужно делать. И всё равно делает что-то другое. Почему?

Потому что настоящее действие всегда связано с риском. А имитация — никогда.

Когда ты смотришь курс, никто не скажет тебе «нет». Когда ты пишешь бизнес-план, никто не откажется покупать.

Когда ты выбираешь логотип, тебя никто не осудит. Ты в полной безопасности.

А теперь представь, что нужно позвонить незнакомому человеку и предложить ему свою услугу. Прямо сейчас. Чувствуешь, как внутри сжалось? Вот оно. Это и есть то место, от которого ты годами прячешься за курсами и планами.

Мозг устроен просто: он избегает боли и ищет удовольствие. Отказ — это боль. Ощущение прогресса — это удовольствие. Имитация даёт второе без первого. Идеальная сделка. За одним исключением: она не приносит денег.

И есть ещё одна ловушка. Пока ты готовишься, ты можешь верить, что у тебя всё получится. Стоит начать — и появится шанс узнать, что нет. Поэтому многие готовятся всю жизнь. Не из-за лени. Из-за страха потерять мечту.

Мечта, которую никогда не проверяли, не может разбиться. Но и сбыться она тоже не может.

Тест одного вопроса

Как отличить настоящее действие от имитации? Для этого хватит одного вопроса. Задавай его перед каждым делом:

Может ли этот шаг принести мне деньги в ближайший месяц?

Давай проверим.

Имитация	Действие
Пройти курс по продажам	Предложить услугу десяти людям
Придумать название и логотип	Разместить объявление с ценой
Написать бизнес-план	Спросить пять потенциальных клиентов, заплатят ли они
Смотреть интервью предпринимателей	Сделать первый заказ, даже за копейки
Вести блог «путь к первому миллиону»	Позвонить тому, кому может пригодиться твоя услуга
Идеально оформить профиль	Попросить знакомых порекомендовать тебя

Заметь, что объединяет правую колонку. В каждом пункте есть другой человек, который может сказать «нет». И каждый пункт чуть-чуть пугает.

Вот простое правило: **если дело не пугает совсем — скорее всего, это имитация.**

Но ведь готовиться тоже нужно?

Нужно. Но ровно столько, сколько нужно для следующего реального шага. Не больше.

Если ты хочешь чинить стиральные машины, но не умеешь — тебе надо научиться их чинить. Но не надо заодно изучать маркетинг, финансовую грамотность и лидерство. Это понадобится потом. Может быть. Когда у тебя появятся клиенты.

Правило такое: готовиться можно только к тому, что ты собираешься сделать на этой неделе. Всё остальное — не подготовка. Это отсрочка в красивой обёртке.

Что из этого следует

Имитация — самый опасный враг, потому что она не похожа на врага. Лень можно заметить и побороть. А имитация ходит в костюме трудолюбия. Она даёт тебе усталость, занятость и чувство выполненного долга. И ни копейки денег.

Хорошая новость в том, что как только ты научишься её распознавать, она потеряет половину своей силы. Ты уже не сможешь спокойно смотреть очередной вебинар и думать, что «работаешь над бизнесом».

Но тут ты можешь возразить: «А я ведь начинал. По-настоящему. И у меня ничего не вышло».

Хорошо. Давай разберёмся, что на самом деле происходит с теми, кто начал и проиграл. Об этом — следующая глава.

Глава 4. Почему проигравшие на самом деле проиграли

«Я пробовал. Не работает».

Ты наверняка слышал эту фразу сотни раз. Может, говорил её сам.

Мой знакомый решил зарабатывать на фотографии. Купил хорошую камеру, завёл страницу, выложил двенадцать снимков. Три недели ждал заказов. Пришло одно сообщение: спросили цену и пропали.

Через месяц камера лежала в шкафу, а он рассказывал всем: «Фотография — это мёртвый рынок. Там все уже заняты. Я пробовал».

Он правда пробовал. Целых три недели.

В прошлой главе мы говорили о тех, кто так и не начал. Эта глава — о тех, кто начал. Кто вышел на поле, получил по лицу и ушёл. Именно их потом и считают в статистике «проигравших». Именно на них ссылается женщина из того видео.

Давай посмотрим, что на самом деле с ними произошло.

Что значит «я пробовал»

Задай человеку, который «пробовал», три простых вопроса.

Сколько людям ты предложил свою услугу?

Сколько времени ты на это потратил?

Что ты поменял после первых отказов?

Чаще всего ответы звучат так: «ну, человекам десяти», «месяц-полтора», «ничего, я понял, что это не моё».

Десять предложений. Полтора месяца. Ноль изменений.

Это не попытка. Это разминка перед попыткой. Представь, что спортсмен сделал три подхода в зале, посмотрел в зеркало и сказал: «Мышц нет. Спорт не работает».

Большинство людей, которые говорят «я пробовал», бросили на том самом этапе, где результата ещё и не должно было быть.

Причина первая. Сдались на девяноста девяти градусах

Вода не кипит на девяноста девяти градусах. Ты греешь её, греешь, а внешне ничего не происходит. Ни пузырей, ни пара. Кажется, что всё зря.

Но если ты снимешь кастрюлю с огня на девяноста девяти, ты никогда не узнаешь, что до кипения оставался один градус.

Любое дело в начале выглядит именно так. Ты вкладываешь силы, а снаружи ничего не меняется. Первые клиенты не приходят. Первые продажи не случаются. Первые посты никто не читает. Это не значит, что не работает. Это значит, что вода ещё греется.

Проблема в том, что никто не знает, на скольких градусах закипит именно его дело. Может, через месяц. Может, через полгода. Поэтому самые нетерпеливые снимают кастрюлю с

огня как раз в тот момент, когда до результата оставалось совсем чуть-чуть.

И потом говорят: «Вода не кипит. Я проверял».

Причина вторая. Делали не то

Вторая группа проигравших работала много. Честно. Каждый день. Но не над тем.

Один полгода совершенствовал продукт — и ни разу не показал его покупателю.

Другой каждый день выкладывал контент — и ни разу не написал в нём, что именно продаёт и сколько это стоит.

Третий предлагал свою услугу всем подряд — и никому конкретно.

Четвёртый сделал то, что нравилось ему, — и не спросил, нужно ли это кому-то ещё.

Все четверо очень старались. Но старание — это не валюта. Деньги платят не за то, сколько ты работал, а за то, решил ли ты чью-то проблему.

Если ты полгода копаешь колодец в месте, где нет воды, глубина ямы не имеет значения. Можно копать хоть всю жизнь.

Человек, который проиграл, потому что делал не то, на самом деле не доказал, что «это не работает». Он доказал, что не работает *то, что делал он*. Это очень разные выводы. Первый заставляет бросить. Второй заставляет попробовать по-другому.

Причина третья. Ждали результата через месяц

Помнишь марафоны из второй главы? «Первый миллион за 90 дней». «Выход на доход за 30 дней».

Даже если человек ни разу не покупал такой марафон, эти цифры сидят у него в голове. Он видел их сотни раз в рекламе и в историях успеха. И теперь искренне считает, что месяц — это нормальный срок для результата.

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.