100 КНИГ ПО БИЗНЕСУ, КОТОРЫЕ НАДО ПРОЧИТАТЬ

ТЕРРИ ГОЛДМАН

ТОТ САМЫЙ ИНТЕРНЕТ-БЕСТСЕЛЛЕР

ВРЕМЕНА

Звезда Рунета. Бизнес

Терри Голдман

100 книг по бизнесу, которые надо прочитать

«АСТ»

2018

УДК 331.44
ББК 65.24

Голдман Т.

100 книг по бизнесу, которые надо прочитать / Т. Голдман — «АСТ», 2018 — (Звезда Рунета. Бизнес)

ISBN 978-5-17-106101-2

С чего начинается бизнес? Принято считать, что с идеи. На самом деле – нет. Сама по себе идея ничего не стоит. Идея – это мысль, продукт сложных химических процессов, происходящих в нашем мозге. Она обретает стоимость и значение лишь тогда, когда воплощается в дело, становится толчком к действию. И вот тут-то перед человеком, решившим (или наконец-то решившимся) открыть свое дело, встает множество преград и вечный вопрос – что делать? 100 книг дадут ответы на вопросы, касающиеся создания и ведения бизнеса, заложат основы предпринимательства и послужат мощным стимулом к действию для тех, кто пока еще колеблется – стоит ли начинать свой бизнес? Конечно же, стоит! Возможно, лет через двадцать вы тоже напишете книгу из разряда «Как я основал свою империю». Почему бы и нет? А пока мы предлагаем окунуться в мир бизнеса с помощью наших подборок из книг по маркетингу, менеджменту, экономике, психологии, саморазвитию и многому другому. Полезного вам чтения!

УДК 331.44
ББК 65.24

ISBN 978-5-17-106101-2

© Голдман Т., 2018
© АСТ, 2018

Содержание

Глава I. Книги по основам предпринимательства 6
Михаил Дашкиев и Петр Осипов 7
Ричард Брэнсон 8
Авинаш Диксит и Барри Нейлбафф 10
Роберт Кийосаки и Шэрон Лектер 12
Джордж Клейсон 14
Максим Котин 16
Эрик Рис 18
Дмитрий Потапенко 20
Чан Ким и Рене Моборн 22
Питер Тиль и Блейк Мастерс 24
Дональд Трамп 26
Кейт Ферраццци и Тал Рэз 28
Джейсон Фрайд и Дэвид Хайнемайер 30
Глава II 31
Ха-Джун Чанг 32
Карл Маркс 34
Томас Пикетти 35
Дарон аджемоглу и Джеймс Робинсон 37
Бенджамин Грэм 38
Глава III 39
Филип Котлер 40
Светлана Иванова 41
Максим Ильяхов, Людмила Сарычева 43
Джим Кэмп 45
Дэвид Огилви 47
Николай Соболев, Роман Назарчук, Кирилл Жуковский 49
Любовь Соболева 50
Карл Сьюэлл и Пол Браун 52
Конец ознакомительного фрагмента. 54

Терри Голдман
100 книг по бизнесу, которые надо прочитать

© Голдман Т.
© ООО «Издательство АСТ»

* * *

С чего начинается бизнес? Принято считать, что с идеи.

На самом деле – нет. Сама по себе идея ничего не стоит. Идея – это мысль, продукт сложных химических процессов, происходящих в нашем мозге. Она обретает стоимость и значение лишь тогда, когда воплощается в дело, становится толчком к действию. И вот тут-то перед человеком, решившим (или наконец-то решившимся) открыть свое дело, встает множество преград и вечный вопрос – что делать?

100 книг дадут ответы на вопросы, касающиеся создания и ведения бизнеса, заложат основы предпринимательства и послужат мощным стимулом к действию для тех, кто пока еще колеблется – стоит ли начинать свой бизнес? Конечно же, стоит! Возможно, лет через двадцать вы тоже напишете книгу из разряда «Как я основал свою империю». Почему бы и нет? А пока мы предлагаем окунуться в мир бизнеса с помощью наших подборок из книг по маркетингу, менеджменту, экономике, психологии, саморазвитию и многому другому. Полезного вам чтения!

Глава I. Книги по основам предпринимательства

С чего начинается бизнес?

Принято считать, что с идеи.

На самом деле – нет. Сама по себе идея ничего не стоит. Идея это – мысль, продукт сложных химических процессов, происходящих в нашем мозге. Она обретает стоимость и значение лишь тогда, когда воплощается в дело, становится толчком к действию. И вот тут-то перед человеком, решившим (или наконец-то решившимся) открыть свое дело, встает множество преград и вечный вопрос – что делать?

Все знают и понимают, что прежде всего нужно иметь бизнес-план, то есть – воплощение своей замечательной идеи на бумаге с предварительными расчетами. Если это первый в вашей жизни бизнес-план, то расчеты будут самые оптимистичные… Хорошо, бизнес-план у вас есть, а что дальше? И как?

13 книг этого раздела, наша «чертова дюжина» предпринимателя, дадут вам ответы на ваши вопросы, касающиеся создания и ведения бизнеса, заложат основы предпринимательства и послужат мощным стимулом к действию для тех, кто пока еще колеблется – стоит или не стоит начинать свой бизнес? Стоит! Конечно же, стоит! Возможно, лет через двадцать вы тоже напишете книгу из разряда «Как я основал свою империю».

Почему бы и нет? Полезного вам чтения!

Михаил Дашкиев и Петр Осипов
Бизнес. Молодость. Начни свой бизнес

#менеджмент #стратегия_успеха

Основатели обучающего проекта «Бизнес-молодость», который помогает предпринимателям развивать бизнес, Михаил Дашкиев и Петр Осипов написали книгу, в которой соединили свой личный опыт с опытом многих других предпринимателей. Получилась интересная и весьма полезная книга, которая помогает осторожным перешагнуть через свои страхи и наконец-то начать, а тем, кто уже начал, может послужить чем-то вроде компаса, ну и стимула тоже. Начало – это еще не все, часто бывает так, что дело бросают, едва начав.

Дашкиев и Осипов знают, что правила ведения бизнеса и способы начать его просты и доступны каждому. Знают и убеждают в этом других. «Начни свой бизнес» – очень убедительная книга. И победительная. Красной нитью через весь текст проходит мысль о том, что у вас все получится, что вы непременно должны начать свой бизнес. Если задаться целью охарактеризовать эту книгу одним словом, то лучше всего подойдет слово «Вдохновляющая!!!». Да, именно так, с большой буквы и тремя восклицательными знаками. Если вам нужно вдохновение для открытия своего дела, то вам сюда.

Вторая характеристика вытекает из первой – польза. Вдохновляют только полезные книги, все остальные морочат голову. Эта книга буквально напичкана полезными мыслями, каждая из которых может воплотиться у вас в Идею. Авторы дают вам правила, принципы, установки, но не конкретные бизнес-идеи для стартапов. Идея у вас должна быть своя. Эта книга предназначена для тех, кто имеет идею, но пока еще не представляет (или весьма смутно представляет) как можно ее реализовать. Тем, у кого нет идеи, а есть только мысль «Эх, чем бы мне в принципе заняться?», лучше не тратиться на покупку этой довольно дорогой книги, а приобрести на эти деньги что-то из серии «Сто гениальных идей для вашего бизнеса». Только учтите, что если бы у авторов подобных книг была бы хотя бы одна толковая, потенциально прибыльная идея, то они бы занялись ее реализацией, а не писали бы бесполезные книжки.

Почему «довольно дорогой»? Из-за оформления, цветных картинок и качества бумаги, на которой книга напечатана. Оформлена книга оригинально, стильно и круто. Ее приятно взять в руки. Можно сказать, что она вдохновляет одним своим видом. Материал подается лаконично в форме: «мысль плюс примеры», упор делается на практику, подача информации осуществляется по принципу «от простого к сложному». По сути, эта книга представляет собой пошаговый алгоритм по выстраиванию собственного бизнеса. Разумеется, одной этой книгой вы не ограничитесь. Но она станет для вас отличным стимулом и крепким фундаментом, на котором вы будете строить свое бизнес-образование. Очень важно, чтобы в нужный момент человеку попала в руки нужная книга. Если в самом начале своего пути вместо «Начни свой бизнес» вы попробуете читать какое-нибудь серьезное и сложное в восприятии руководство по управлению проектами, то, скорее всего, испугаетесь и никакого бизнеса не создадите. Почему? Потому что серьезное руководство вряд ли вас вдохновит.

Читать всем, кто собирается начать свой бизнес. Это из названия ясно.

Ричард Брэнсон
К черту все! Берись и делай

#менеджмент #стратегия_успеха

В нашем списке две книги британского миллиардера Ричарда Брэнсона. Редкому автору выпадает такая честь – дважды отметиться в списке самых полезных книг для бизнесменов и менеджеров. Но Брэнсон ее заслужил. В разделе биографических книг есть автобиография Брэнсона «Теряя невинность. Как я построил бизнес делая все по-своему…». В ней Брэнсон рассказывает о своей жизни, о том, как он стал тем, кем он стал. «К черту все! Берись и делай» по сути дела тоже автобиографическая книга, но, если можно так выразиться, с другим акцентом. Акцент в ней сделан на том, что вынесено в заголовок – пошли к черту все сомнения вместе со страхами и делай то, что хочется сделать! В этой книге Брэнсон делится с читателями своей личной философией, подкрепляя ее примерами из богатого собственного опыта. Весьма ценного опыта. Руководством по стартапу эта книга вряд ли может считаться, скорее это бизнес-практикум и стимул к действию от успешного человека. Помимо бизнес-примеров в книге много примеров спортивного характера, которые здесь весьма к месту. Не потому что Брэнтон спортсмен, а потому что у бизнеса и спорта есть много общего.

В предисловии Брэнтон напоминает читателям о том, что путь длиной в тысячу миль начинается с первого шага и призывает сделать этот первый шаг.

Каждая глава (а всего в этой небольшой книге 9 глав) является изложением одного из ключевых правил Ричарда Брэнсона, которые сам он называет «усвоенными уроками»:

1. *Берись и делай.*
2. *Живи весело.*
3. *Будь отважен.*
4. *Бросай вызов самому себе.*
5. *Твердо стой на собственных ногах.*
6. *Цени мгновение.*
7. *Дорожи семьей и друзьями.*
8. *Уважай людей.*
9. *Твори добро.*

Брэнсон не поучает, а ведет с читателем дружескую беседу – рассказывает, иногда что-то советует. Но советы эти облечены в «мягкую» форму, вроде: «я всегда стремился ставить планку как можно выше и старался ее преодолеть», а не «ты должен всегда стремиться к тому…». Никто ничего, кроме самого себя, никому не должен.

Если взять главные мысли этой книги и выразить их в виде обращения к читателям, то получится такая вот «золотая десятка» от Ричарда Брэнсона:

– не позволяйте убогому слову «нельзя» останавливать вас;

– готовьтесь как следует, верьте в себя, помогайте другим и никогда не сдавайтесь;

– радость – это та основа, на которой нужно строить свой бизнес;

– успех – это нечто большее, нежели просто удача, если вы верите в себя и воплощаете ваши идеи в жизнь, то и другие начинают в вас верить;

– вызов – это причина и движущая сила всех человеческих свершений;

– будьте капитанами своих кораблей и хозяевами своих судеб;

– постоянно жить будущим так же непродуктивно, как и постоянно оглядываться назад, учитесь жить сегодняшним днем;

– талант должен быть вознагражден;

– ваша репутация – это самый главный ваш капитал, будьте порядочными, никогда не жульничайте;

– все, что вы видите и слышите, может стать искрой для новой идеи.

В завершение, Брэнсон говорит читателям, что все его правила подходят для любого человека. Каждый может добиться своей цели. Главное – сделать первый шаг.

Прочитай и делай!

Авинаш Диксит и Барри Нейлбафф Теория игр. Искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни

#менеджмент #стратегия_успеха

Теория игр – это раздел науки, изучающий принятие стратегических решений. Вы подумали, что сейчас будет про преферанс? Преферансом теория игр тоже занимается, но мы сейчас говорим о более серьезных вещах. Книгу, которая предлагается вашему вниманию, написали два уважаемых профессора – Авинаш Диксит (Принстонский университет) и Барри Нейлбафф (Йельская школа менеджмента). Оба они являются признанными экспертами в области теории игр и стратегического мышления.

Что представляет собой теория игр применительно к бизнесу? Если попытаться выразить суть одной фразой, то можно сказать, что это умение (или, если хотите – искусство) предугадывать следующие ходы конкурентов. Не существует бизнеса, у которого не было бы конкурентов, так же, как не существует людей, у которых не было бы каких-нибудь соперников. Любая компания и любой человек, вовлечены в «игру», законы и правила которой описываются теорией игр.

Стратегии бывают разными – интуитивными, осмысленными, научно доказанными. «Теория игр» Диксита и Нейлбаффа знакомит вас с научными стратегиями. Эта книга настолько познавательна, что может в корне изменить не только ваше отношение к бизнесу, но и все ваше мировоззрение в целом. Знание теории игр ключ к успехам в бизнесе и жизни, поэтому читать эту книгу нужно всем, без исключения.

В предисловии авторы говорят о том, что несмотря на бытующие сомнения относительно того, можно ли применять логику и науку к нашему якобы иррациональному миру, в хаосе мира существует своя система. Книга написана с использованием наиболее ценных достижений поведенческой теории игр, учитывающей как человеческую психологию, так и человеческую необъективность. В результате научные выкладки авторов получились максимально достоверными.

Еще раз уточним, что теория игр это не игра, а строгое и логичное стратегическое мышление и, между прочим, одна из самых сложных отраслей экономической науки. Но не нужно пугаться. Авторы приложили все старания для того, чтобы упростить подачу информации и сделать ее легкоусвояемой. Это у них получилось. В книге много игр и примеров, которые служат прекрасной иллюстрацией и очень уместным дополнением к материалу. Диксит и Нейлбафф смогли сделать невозможное. Они сумели избавить своих читателей от сложной математической составляющей теории игр, не уменьшив при этом практического значения своей книги. Упор сделан на логику, но и математика в умеренных дозах тоже присутствует, без нее никак не обойтись.

Первая часть книги посвящена анализу традиционных задач теории игр. Затем идут советы по выбору стратегий. После теоретической подготовки авторы переходят к практике и рассматривают примеры применения теории игр к решению практических задач. Пожалуй, третья часть книги – самая интересная, можно сказать – захватывающая, но не пытайтесь сразу же хвататься за практику. Без теоретической подготовки вы ничего толком не поймете.

Вот ключевые правила стратегии от Диксита и Нейлбаффа.

Правило N 1: *смотрите вперед и рассуждайте в обратном порядке.*

Правило N 2: *если у вас имеется доминирующая стратегия, то примените ее.*

Правило N 3: *исключайте одну за другой все доминируемые стратегии, если вы при этом обнаружите доминирующую стратегию, то примените ее.*

Правило N 4: *исчерпав все простые решения, найдите равновесие или же пару таких стратегий, при которых действия каждого игрока станут оптимальным ответным ходом на действия другого.*

Если принять за основу утверждение: «все, что делает нас успешнее, делает нас счастливее», то можно сказать, что «Теория игр» – книга о достижении счастья.

Роберт Кийосаки и Шэрон Лектер
Руководство богатого папы по инвестированию

#менеджмент #стратегия_успеха #инвестирование

Книга американского бизнесмена Роберта Кийосаки «Богатый папа, бедный папа» находится в разделе, посвященном книгам по саморазвитию. Ее нужно прочесть в первую очередь, а затем уже переходить к «Руководству Богатого папы по инвестированию».

Кредо Богатого папы, его девиз: «Заставь деньги работать на себя!». Инвестирование – один из наилучших способов реализации этого кредо.

На вопрос: «Какой совет вы бы могли дать среднему инвестору?», Богатый папа отвечает: «Не быть средним». Этот совет – ключевая идея «Руководства по инвестированию». Оно не просто для тех, кто намерен инвестировать, а для тех, кто хочет стать выдающимся инвестором, возможно – инвестором № 1.

«Руководство Богатого папы по инвестированию» – это не пошаговый алгоритм, а изложение правильной стратегии плюс ценные советы. Богатый папа не дает готовых шаблонов. Это не его стиль, он слишком занят для того, чтобы разжевывать все за читателей. Он дает читателям пищу для ума, некий полезный материал, а разжевывать приходится самостоятельно.

Опытным инвесторам эту книгу можно не читать. Она предназначена для тех, кто только собирается заняться инвестированием. Богатый папа знакомит читателей с основными правилами инвестирования и объясняет, какие риски связаны с тем или иным действием. Бизнес вообще дело рискованное, но инвестирование рискованно втройне. Известно же, что у каждой монеты или медали есть две стороны. С одной стороны, при инвестировании ваши деньги работают на вас без вашего участия (красота!), с другой – вы отдаете свои кровные денежки в управление незнакомым людям (мрак!). И не успокаивайте себя пошлой фразочкой о риске и шампанском. Лучше лишний раз все продумайте.

Думать! Вот чему учит Богатый папа в первую очередь. Думать, думать и еще раз думать! Безмозглый инвестор все равно что безногий бегун. Если вы не привыкли думать, то положите ваши деньги в самый надежный банк под небольшой процент, а не суйтесь на рынок ценных бумаг… Впрочем, самый надежный банк тоже надо выбирать с умом.

Вот несколько советов Богатого папы.

Деньги – всего лишь средство обмена, которое само по себе имеет весьма незначительную ценность. Старайтесь обменивать деньги на что-то ценное.

Плохие инвестиции учат большему, чем хорошие.

Умный инвестор должен знать не только, как войти в инвестицию, но и как выйти из нее.

Когда дело касается инвестирования, простое всегда лучше сложного.

Дурак инвестирует, надеясь получить деньги для того, чтобы оплатить счета, купить дом и т. п. Умный инвестирует для того, чтобы приобрести актив, который конвертирует заработанный доход. Такое преобразование одной формы дохода в другую является основной и единственной целью настоящего инвестора.

Инвестирование представляет собой командный вид спорта.

Настоящий инвестор готов к любым неожиданностям, а тот, кто только считает себя инвестором пытается заниматься прогнозами.

Лучше упражняться в создании активов, нежели покупать их.

От инвестиции, суть и смысл которой невозможно объяснить менее чем за 2 минуты, лучше отказаться.

Лень – ключ к успеху. Чем человек трудолюбивее, тем меньше денег он зарабатывает. Вместо того, чтобы работать, нужно искать новые пути получения денег ценой все меньших и меньших усилий.

Существует множество книг по инвестированию, в которых рассказывается о том, как нужно покупать активы. Богатый папа учит создавать активы, которые покупают активы. В этом и заключается главная ценность его «Руководства по инвестированию».

PS. Мы ничего не сказали о Шерон Лэктер, соавторе Роберта Кийосаки. Шэрон – писательница, бухгалтер, предприниматель, инвестор и мотивационный оратор. Она является постоянным соавтором Кийосаки.

Джордж Клейсон
Самый богатый человек в Вавилоне

#менеджмент #стратегия_успеха #саморазвитие

В далеком 1926 году американский издатель-картограф Джордж Самюэль Клейсон написал книгу «Самый богатый человек в Вавилоне», ставшую классикой экономической литературы. Древний Вавилон стал всего лишь фоном для описания стратегических принципов финансового успеха, «обезличенной» средой, герои которой не могли напрямую ассоциироваться с кем-то из современников Клейсона. Да, «Самый богатый человек в Вавилоне» – это памфлет, злободневная сатира, но эта сатира весьма познавательна и остается актуальной по сей день. Книгу нужно прочесть всем, для кого слово «экономика» звучит как непонятное заклинание. Клейсон даст вам основу для дальнейшего развития, расскажет в легкой форме о серьезных вещах, лишит страха перед экономической премудростью и даст толчок к дальнейшему углублению в экономику. При чтении книги возникает впечатление, будто она обрывается на самом интересном месте, несмотря на то, что она дописана до конца, как и было задумано. Неужели это все?! Нет, не все. Читайте другие книги.

Эта книга попала в раздел, посвященный основам предпринимательства, поскольку она учит тому, как нужно делать бизнес. «Самый богатый человек в Вавилоне» – это своеобразная «книга для внеклассного чтения», произведение, которое служит хорошим дополнением к другим книгам о бизнесе.

Почему Клейсон перенес действие именно в Древний Вавилон объясняется просто. Вавилон считается местом появления первых финансовых законов, колыбелью мировой экономики. Как говорится: «если уж припадать, то к истокам».

Правила достижения успеха (богатства), Клейсон облек в форму коротких притч, благодаря чему его книга читается как увлекательный роман. Но не забываем, что сказка – ложь, да в ней намек, добрым молодцам урок. Каждая притча дает нам один или несколько полезных практических советов. Экономическая информация вплетена в канву, иногда автор считает нужным выделить что-то.

Давайте ознакомимся кое с чем из того, на что Джордж Клейсон обращает особое внимание:

– из каждых десяти монет, положенных в кошелек, следует тратить только девять;

– каждая монета должна работать и приносить вам доход;

– надо совершенствовать свои способности и навыки;

– золото не любит, когда его заставляют работать в той области, в которой человек не сведущ;

– маленькая осторожность лучше большого разочарования;

– если есть решимость, всегда достигнешь цели;

– удача благоволит к людям дела.

Ненавязчивая и совершенно «неакадемичная» в своей простоте форма подачи информации приводит к тому, что информация откладывается не только в нашем сознании, но и проникает в сферу бессознательного, то есть – в подсознание, вытесняя оттуда страх перед экономикой и бизнесом. Так что можно считать, что кроме познавательно-стимулирующего, «Самый богатый человек в Вавилоне» обладает еще и терапевтическим действием.

«Пыль веков покрыла гордые стены его храмов, но мудрость Вавилона жива». Этими словами Джордж Клейсон закончил свою книгу и напомнил читателям о том, что базовые экономические законы вечны, актуальны во все времена.

Эта книга из числа тех, которые время от времени хочется перечитывать.

Максим Котин
И ботаники делают бизнес

#менеджмент #стратегия_успеха #тайм-менеджмент, #управление_персоналом

Журналист, автор ряда «деловых» книг Максим Котин написал бизнес-роман о том, как в середине нулевых обыкновенный человек Федор Овчинников живущий в обыкновенном российском городе решил начать собственное дело. Что из этого получилось вы узнаете, прочитав книгу «И ботаники делают бизнес» или, хотя бы, наш краткий обзор. Но обзор даст вам только информацию о книге, пользы от него никакой не ждите. Вся польза – в первоисточнике.

Федор – ботаник, интеллигент, представитель нового поколения отечественных бизнесменов, сменивших бандито-авантюристов с олигархическими замашками. А еще Федор – идеалист. Дао его – Путь Прозрачной Честности. Погодите понимающе усмехаться! Герой-идеалист – превосходный «инструмент» для подачи неоднозначного материала, такого как описание нашего уникального и неповторимого отечественного бизнеса.

Если одной фразой, то это книга о подводных камнях и капканах. Розовые очки годятся только для просмотра черно-белых фильмов. Перед началом реальных дел их лучше снимать. Если сами вы это сделать не в состоянии, Котин вам поможет.

Да – и ботаники делают бизнес. Например – открывают первый в городе магазин интеллектуальной литературы. Да – не всегда этот бизнес оказывается успешным. Но на фоне целой шеренги рассказов о богатых и успешных, будет полезно прочесть историю предпринимателя, который в результате четырехлетнего пути вернулся к тому, с чего начал. В финансовом смысле вернулся, в смысле опыта и знаний, конечно же, стал несоизмеримо богаче, чем был. Отчего бы нам не поучиться на чужих ошибках и не нанести на наши воображаемые карты местонахождение реальных рифов? Пригодится.

Максим Котин ничего не преувеличивает, не преуменьшает, не обеляет и не очерняет. Он отражает действительность такой, какая она есть.

Магазин Федора аллегорично называется «Сила ума». Силой своего отнюдь не слабого ума Федор пытается преодолеть преграды, встающие на его пути. Нередко он ошибается. А чего вы хотите? Очередной истории о подъеме к сияющей вершине по хрустальной лестнице, покрытой ковровой дорожкой? Купите себе сборник сказок и наслаждайтесь ими сколько угодно. А мы продолжим разговор о реальной жизни.

Через два месяца после открытия магазина крупнейшая сеть продуктовых супермаркетов «Ассорти» предложила Федору поставлять книги на своих стойках во все их магазины. Та-да-да-дам! (фоном звучат фанфары, литавры и там-тамы). Вот он – тот самый шанс, который судьба посылает активным и настойчивым… И т. д. Но давайте посмотрим, что было дальше.

А дальше Федору пришлось взять в дело партнера, который дал средства на закупку книг для «Ассорти», и пройти через все мытарства, которые сопутствуют сотрудничеству с крупными розничными сетями. Интересно, кто из читателей в курсе этого? Для работы с «Ассорти» Федору нужно было перейти с упрощенной системы налогообложения на обычную, т. е. перерегистрировать свою фирму в налоговой инспекции, чего он по неопытности своевременно не сделал и потерял на этом 40 000 рублей, огромные деньги для маленького «новорожденного» бизнеса.

Это всего лишь один пример, один случай из жизни бизнесмена Федора Овчинникова. Здесь он приведен для того, чтобы вы смогли оценить практическую полезность и жизненную актуальность книги Максима Котина. Мы намеренно включили ее в этот раздел, а не отнесли к художественным книгам, поскольку никакая это не художественная книга, а учебник, точнее

– сборник практических задач с решениями. Тем, кто уже прошел через это, будет приятно вспомнить свое прошлое. Тем, кто только готовится стартовать или только что стартовал эта книга принесет огромную пользу и на долгое время станет настольной книгой.

А за Федора не волнуйтесь. У него все хорошо. Главное, что он не сломался. Работает в сфере общепита, изучает дело, чтобы открыть собственную ресторанную компанию. Правда, «Силой ума» он ее вряд ли назовет.

Эрик Рис
Бизнес с нуля. Метод lean startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели

#менеджмент #стратегия_успеха #тайм-менеджмент #управление_персоналом

Бережливый стартап (Lean Startup) – концепция предпринимательства, сформулированная американским предпринимателем Эриком Рисом. В своей книге «Бизнес с нуля. Метод Lean Startup» Эрик объясняет суть этой концепции и дает советы относительно того, как надо начинать и вести бизнес таким образом, чтобы впоследствии не было бы мучительно жаль бесцельно потраченных ресурсов – сил, времени, денег.

Основная идея книги отчасти парадоксальна. Она заключается в отрицании традиционного подхода к развитию бизнеса, который, по мнению Эрика и его единомышленников, совершенно не годится для стартапов.

«Стартующие» должны работать по своим законам!», утверждает Эрик.

Давайте вникнем в то, что он предлагает.

Беда и ключевая проблема стартапов заключается в двух крайностях. Вначале все делается «согласно канону», то есть на основании традиционной стратегии развития. Эта стратегия может быть результативной, если у нее есть какая-то «точка опоры», некая определенность, из которой можно исходить в расчетах и прогнозах. Но загвоздка в том, что стартапы приходится работать в условиях полной неопределенности и потому традиционная стратегия для них не подходит.

Что делает человек, который обжегся на молоке? Дует на воду, то есть кидается из одной крайности в другую. «Обжегшись» на традиционной стратегии менеджмента, начинающие предприниматели отказываются от стратегии вообще и работают по принципу «просто сделай это». Логика их проста – при неразрешимых проблемах управления лучше пустить дело на самотек. О том, чтобы выбрать другую систему, они не задумываются, поскольку не знают о ее существовании.

Но такая система есть! Она называется Lean Startup – бережливый стартап.

Бережливый стартап это в первую очередь гибкий стартап, оперативно реагирующий на изменение ситуации. В первую очередь эта гибкость выражается в способности очень быстро понимать, что нужно рынку, чего хотят потребители и давать им это.

«Успех – не случайность, а следствие правильных действий, – утверждает Эрик. – Успех можно спланировать, успеху можно научиться».

Метод Lean startup основан на сочетании бережливого производства с гибким менеджментом и дизайн-мышлением, то есть ориентированием в первую очередь на интересы потребителя. Этот метод не теория, а практический инструмент. Эрик подробно объясняет, как им пользоваться. Многие его идеи могут оказаться полезными и для тех, чей бизнес давно миновал стартовый этап. Всегда полезно взглянуть на привычное дело с новой точки зрения, свежим взглядом.

Базовых принципов «Бережливого стартапа» пять.

Принцип N 1 – *предприниматели есть повсюду.*

Принцип N 2 – *предпринимательство – это менеджмент, стартапам нужен менеджмент нового типа, который может работать в условиях чрезвычайной неопределенности.*

Принцип N 3 – *подтверждение гипотез фактами.*

Принцип N 4 – *цикл обратной связи «создать-оценить-научиться», вначале создается минимально работоспособная версия продукта, на которой оценивается реакция потребителей, исходя из которой затем принимается решение о дальнейших действиях.*

Принцип N 5 – *учет инноваций, без которого невозможно оценивать успешность стартапа.*

«Наука – это не формулы и не отсутствие человечности, а одно из самых творческих занятий в мире», говорит в конце книги Эрик Рис.

«Бизнес с нуля. Метод Lean Startup» – это крайне полезное руководство по нестандартному менеджменту. Читать всем и не просто читать, а вдумчиво прорабатывать, делать выписки, искать недостающую информацию самостоятельно. Можете с полным правом приравнивать проработку этой книги к прохождению университетского курса по руководству стартапами.

Дмитрий Потапенко
Честная книга о том, как делать бизнес в России

#менеджмент #стратегия_успеха #тайм-менеджмент #управление_персоналом

После книги Максима Котина «И ботаники делают бизнес» очень уместно будет прочесть «Честную книгу о том, как делать бизнес в России», написанную известным бизнесменом Дмитрием Потапенко, который, скорее всего, знаком вам в качестве ведущего авторских программ на радиостанциях «Эхо Москвы» и «Комсомольская правда».

Книга на самом деле честная, то есть – искренняя. О многих вещах Потапенко говорит с откровенностью, которая удивляет, а порой и шокирует. Так, например, слова «корпоративная культура» и «мотивация» он советует оставить для выступлений на форумах на тему «человек человеку друг, товарищ и волк». В жизни, то есть в работе, следует исходить из того, что человек глуп, ленив и безынициативен. Человеком следует управлять как биороботом. Потапенко считает, что зарплата стимулирует работника только на 30 %, оставшиеся 70 % приходятся на страх потерять зарплату. Предприниматель должен уметь заставить работать людей «за орешки», как выражается Потапенко. Эксплуатация человека человеком – норма, ведь каждый из нас так или иначе эксплуатирует другого, так устроен мир.

Для снижения расходов по заработной плате Потапенко рекомендует такие способы, как отсроченные годовые бонусы (с уточнением: чем дольше отсрочиваешь, тем лучше), наем гастарбайтеров и сокращение персонала с совмещением функциональных обязанностей. Работа есть работа, ничего личного.

Потапенко рассказывает обо всем, начиная с проблемы раздутых штатов и заканчивая особенностями ведения дел с представителями разных наций. Подобной откровенности вы не встретите больше нигде, поверьте. Бóльшая часть книги посвящена практическим советам, которые даются в предельно лаконичной форме. Во многих случаях автор не считает нужным обосновывать свою точку зрения, считая, что читателю и так все должно быть ясно.

Наверное, если бы герой книги Максима Котина Федор Овчинников прочел книгу Дмитрия Потапенко, книжный магазин «Сила ума» работал бы до сих пор и, возможно, развернулся бы в сеть. Если бы, да кабы… Но, тем не менее.

Таким вопросам, организация бизнеса и работа с персоналом Потапенко посвящает целые главы, в которых дает подробный алгоритм действий. Разумеется, в одной книге невозможно дать алгоритмы на все случаи жизни, но в ходе чтения этой книги вы получите четкое понимание сути и в любой ситуации будете знать, в каком направлении вам следует действовать, что непременно нужно сделать, а чего нельзя делать ни в коем случае. В последней главе Потапенко отвечает на вопросы слушателей своих семинаров по вопросам организации бизнеса, то есть после проработки всех основных вопросов в предыдущих главах, разбирает наиболее интересные практические, разноплановые вопросы. В результате у читателя, который прежде не имел представления о том, как делать бизнес в России, по завершении чтения формируется целостное представление, на основе которого можно начинать работать, избежав при этом множества ошибок.

Многие ведущие бизнес-тренингов, семинаров и курсов, в своих книгах не раскрывают полностью всех секретов, недоговаривают о чем-то важном, чтобы заманить читателей на свои тренинги-семинары, где все будет досказано до конца. Несмотря на то что Потапенко тоже ведет обучающие семинары, он ничего не оставляет «за рамками». Если затрагивает какую-то тему, то договаривает до конца. Такой честный подход в «Честной книге» не может не радовать.

Обобщим сказанное. «Честная книга о том, как делать бизнес в России» – это уникальная, очень правдивая и достоверная, очень полезная и очень актуальная книга, которой так не хватало всем, кто хотел создать бизнес в родных пенатах. Раньше приходилось собирать информацию по крупицам из разных мест, тратя на это кучу времени и сил, а теперь у нас есть книга, написанная опытным, матерым бизнесменом Дмитрием Потапенко. И это замечательно.

Читать всем, кроме тех, кто делает бизнес за пределами России. Впрочем, и им будет полезно, но не в той степени, как отечественным бизнесменам.

Чан Ким и Рене Моборн
Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков

#менеджмент #стратегия_успеха

Стратегия голубого океана, созданная двумя профессорами кафедры стратегии и менеджмента Европейского института управления бизнесом Чаном Кимом и Рене Моборн, помогает компаниям вырваться из алого океана конкуренции в голубой океан, где можно не бояться конкурентов. Как? Да очень просто – путем создания для себя отдельной рыночной ниши. Создавая нечто новое, вы уходите от изматывающего соперничества. Суть стратегии в том, чтобы создавать для себя голубые океаны, а не находить их.

Сказать легко, а вот сделать трудно. Но возможно.

«Стратегия голубого океана» представляет собой итог пятнадцатилетней работы авторов, в ходе которых были изучены данные за прошедшие сто с лишним лет. Книга начинается с рассказа о главе известного канадского Cirque du Soleil Ги Лалиберте, которому менее чем за двадцать лет удалось поднять группу уличных актеров до уровня таких гигантов цирковой индустрии, как Ringling Bros. и Barnum & Bailey. Причем, произошел такой «скачок» не в прогрессирующей, а в увядающей индустрии, где возможности роста были весьма и весьма ограничены. Согласитесь, что цирк в наше время переживает не лучшие времена.

Cirque du Soleil не стал переманивать клиентов у конкурентов, которые исторически ориентировались на детей. Вместо этого Лалиберте создал не имевший аналогов цирк для взрослых. Один из первых проектов Cirque du Soleil назывался: «Мы изобретаем цирк заново».

После такого «вкусного» примера книга читается не только с интересом, но и с воодушевлением.

Ключевая мысль этой книги озвучивается в самом начале: единственный способ победить конкуренцию – это перестать пытаться победить. Так оно, в сущности, и есть. Пытаясь выиграть в ожесточенной конкурентной борьбе, многие компании сначала опускаются до уровня: «работаем без прибыли, чтобы иметь возможность продолжать работу», а затем до: «работаем себе в убыток для того, чтобы «дожать» (разорить, вытеснить с рынка) конкурентов». От последнего уровня до банкротства – всего полшага. Стоит ли убивать свой бизнес таким путем? Навряд ли.

Принципы создания голубого океана:

– реконструкция границ рынка;

– сосредоточение внимания не на цифрах, а на общей картине;

– выход за пределы существующего спроса;

– соблюдение правильной стратегической последовательности;

– преодоление основных организационных препятствий, таких как возникновение внутреннего диссонанса у сотрудников, ограниченность ресурсов, недостаточная мотивация ключевых действующих лиц и внутренние интриги);

– необходимо изначально встроить в стратегию процесс воплощения для того, чтобы заручиться лояльностью сотрудников и вдохновить их на добровольное сотрудничество.

Для реконструкции границ рынка авторы рекомендуют сделать следующее:

– рассмотреть альтернативные отрасли; альтернатив всегда больше, чем заменителей, т. е. товаров или услуг, имеющих разный внешний вид, но выполняющих схожие функции;

– рассмотреть стратегические группы и отрасли (стратегические группы – это компании, работающие в одной отрасли и имеющие схожие стратегии);

– посмотреть на цепочку покупателей; отрасль обычно бывает нацелена на одну группу покупателей (например, фармацевтическая промышленность – на врачей), возможно вам стоит «прицелиться» в другую группу?

– рассмотреть дополнительные продукты и услуги, в которых зачастую скрывается неиспользованная ценность;

– проанализировать функциональную и эмоциональную привлекательность товара для покупателей; изменение функционально-эмоциональной ориентации может дать новое рыночное пространство;

– всмотреться в завтрашний день (пример – онлайновый музыкальный магазин iTunes, созданный компанией Apple).

Трудность создания голубого океана заключается в том, чтобы правильно выделить из массы имеющихся возможностей коммерчески выгодные.

Как видите, все не так уж и просто, но очень ясно и логично. Книга написана понятным языком, никакой «воды» не содержит. 300 страниц полезной, очень полезной информации, которая не только учит, но и побуждает думать, развиваться. Помимо прочего, это еще и очень добрая, гуманная книга, поскольку в ней рассказывается не о конкурентной борьбе, а о поисках новых перспектив от открытия которых всем становится хорошо.

Обязательно читать всем, у кого есть хотя бы один конкурент.

Питер Тиль и Блейк Мастерс
От нуля к единице. Как создать стартап, который изменит будущее

#менеджмент #стратегия_успеха #тайм-менеджмент #управление_персоналом

Известный предприниматель, один из основателей и бывший генеральный директор платежной системы PayPal, а также инвестор других крупных онлайн-проектов (Facebook, LinkedIn, Yelp) Питер Тиль написал очень нестандартное руководство по работе со стартапами. Соавтором Питера Тиля стал его ученик Блейк Мастерс, один из основателей Judicata, стартапа, разрабатывающего технологии для анализа и систематизации юридической информации.

«От нуля до единицы» – это книга о новых путях в бизнесе. Скопировать великую идею проще, чем создать что-то новое, но это бесперспективный путь, считает Питер. Если вы копируете великих людей, то это означает, что вы ничему у них не научились. Тем, кто хочет добиться успеха, следует искать новые пути и создавать новые технологии.

«От 0 до 1» – это тот путь, который мы проходим, когда создаем нечто новое. Не было ничего – и вдруг появилось. Новое нестандартно, необычно и непредсказуемо. Нельзя вывести законы, которые приводят к появлению нового продукта. Но можно вывести определенные закономерности, которые помогают настроиться на создание нового, а не на копирование старого.

Тиль делит прогресс на горизонтальный, или экстенсивный, который подразумевает копирование эффективных моделей, иначе говоря – продвижение от единицы к N, и вертикальный, или интенсивный, приводящий к созданию новых сущностей, переходу от нуля к единице. Собрав сотню пишущих машинок на основе одной, вы обеспечиваете горизонтальный прогресс. Если же на основе пишущей машинки вы создаете текстовый процессор, то это – вертикальный прогресс, то самое, к чему нужно стремиться в бизнесе. Чаще всего новые технологии рождаются в недрах новых компаний (стартапов). Главная сила новой компании заключается в способности мыслить по-новому, а небольшой размер фирмы и отсутствие догм позволяет сотрудникам мыслить свободно.

«Если вы хотите сделать первый шаг к ясным представлениям о реальности, то сначала задумайтесь, что вам известно о прошлом», говорит читателям Питер в начале книги и затем переходит к истории 90-х годов, акцентируя внимание на так называемом «пузыре доткомов», возникшем в результате интернет-бума второй половины девяностых (поищите в сети информацию об этом «пузыре», она интересна и полезна). Из краха пузыря доткомов было извлечено несколько уроков, которые легли в основу современного бизнес-мышления.

Вот эти уроки:

1. *Будьте осторожны в прогнозах.*

2. *Действуйте гибко, приспосабливайтесь к реальности.*

3. *Развивайтесь в ходе конкуренции (т. е. не пытайтесь раньше времени создавать новые рынки).*

4. *Думайте о продукте, а не о продажах.*

В мире стартапов эти уроки стали догмой, которая вместо пользы приносит вред. Возможно, предпочтительнее действовать наоборот:

1. *Лучше рискнуть, чем быть банальным.*

2. *Плохой план все же лучше, чем его отсутствие.*

3. *Высококонкурентные рынки убивают надежду на прибыльность (вспомните стратегию голубого океана).*

4. *Продажи не менее важны, чем продукт.*

Обозначив проблему, Питер начинает рассуждать. Его книга не сборник алгоритмов и не энциклопедия стартапов, а сборник мыслей и концепций. Питер анализирует на конкретных примерах успехи и неудачи стартапов, делится собственными выводами, описывает варианты своего видения будущего и говорит о том, что если мы желаем лучшего будущего, то нам следует работать ради него уже сегодня. Сам Питер называет свою книгу «упражнением, тренирующим способность мыслить».

Эта книга для тех, кто привык сначала думать, а потом действовать. Она будет полезна и думающему бизнесмену, и думающему менеджеру, и думающему продавцу.

Дональд Трамп
Как стать богатым

#менеджмент #стратегия_успеха, #руководство_персоналом

Дональд Трамп был просто успешным человеком – миллиардером и владельцем ряда крупных бизнесов, а в 2016 году стал суперуспешным, был избран президентом США. Трампа можно назвать «универсальным бизнесменом», поскольку сфера его деятельности весьма широка – строительство, игорный и гостиничный бизнес, масс-медиа и, даже, проведение конкурсов красоты. Его советы насчет того, как стать богатым, определенно чего-то стоят. Книга Трампа – это учебник менеджмента, финансов и маркетинга, написанный на основе личного опыта автора.

Каких-нибудь секретов успеха вы в этой книге не найдете, потому что у Трампа их нет. Есть правила жизни успешного человека, которыми Трамп делится с читателями.

Первое правило гласит: «если вы не будете рассказывать людям о своем успехе, то они, возможно, так и не узнают о нем». Оно служит объяснением того, почему автор решил рассказать о себе и, заодно, подчеркивает важность рекламы. Да, у Трампа почти все правила такие – с подтекстом. Помимо правил книга содержит советы, выраженные порой в довольно-таки оригинальной форме. Взять хотя бы совет ухаживать за своими волосами. Шевелюра Трампа давно стала темой для обсуждения во всех Соединенных Штатах. Волосы это не просто волосы. Это имидж, впечатление, которое вы производите на окружающих, тот сигнал, который вы ежесекундно посылаете окружающему миру… Как можно относиться к нему без должного внимания? Этот совет подкрепляется более прямым: «одевайтесь в соответствии со своим социальным и культурным статусом, наша одежда способно рассказать о нас многое еще до того, как мы откроем рот».

Но не подумайте, что Трамп рассказывает только о том, как нужно производить впечатление. Он рассказывает о том, как правильно управлять бизнесом, как делать успешные инвестиции, как организовывать работу с персоналом, как продвигать свои продукты и раскручивать свою торговую марку, как вести переговоры, как вообще думать по-крупному, масштабно, потому что только масштабное мышление может помочь вам нажить огромное состояние легальным путем.

Главное правило успеха Трамп называет в середине книги, причем делает это как бы мимоходом: «строите ли вы роскошный дом или проводите конкурс красоты, в любом случае вам необходимо дать людям то, чего им хочется». Правило вроде бы простое и, кажется, все его знают. Но все ли его соблюдают? Если бы соблюдали, то не было бы неуспешных бизнесов, ведь бизнес, который дает людям то, чего им хочется, просто обречен на успех (под «хочется» подразумевается продукт удовлетворяющий всем желаниям потребителя, в том числе и стоящий столько, сколько потребитель готов за него заплатить). Другое очень важное правило Трампа: «будь своим собственным финансовым экспертом». Трамп сам не нанимает финансовых консультантов и другим не советует. Много состояний было потеряно и много бизнесов рухнуло по вине нанятых консультантов. Своими деньгами следует управлять самостоятельно.

А вот довольно-таки оригинальное правило (или – совет, как вам будет угодно), которое помогает понять некоторые особенности поведения Дональда Трампа: «нужно провоцировать людей для того, чтобы понять, что они собой представляют». Эту тактику Трамп применяет не только за столом переговоров.

«Селф-мейд-меном» в полном смысле слова Трампа назвать нельзя, поскольку он родился в богатой семье и продолжил династию крупных бизнесменов, но он смог подняться

гораздо выше той ступеньки, с которой начал, и сделал это благодаря своему мировоззрению, своим правилам. Так что учитесь у Трампа, обязательно.

Книга рекомендуется всем, без исключения. Что-то полезное для себя лично вы в ней непременно найдете.

Кейт Феррацци и Тал Рэз «Никогда не ешьте в одиночку» и другие правила нетворкинга

#менеджмент #стратегия_успеха, #нетворкинг

Нетворкингом (английское «networking» переводится как «плетение сети») называют решение различных проблем посредством своих связей. Полезное дело, вне всяких сомнений. Любому бизнесмену связи приносят пользу, это аксиома. Так что давайте учиться нетворкингу.

Нашим учителем станет Кейт Феррацци, один из самых общительных людей в мире, нетворкер № 1, основатель и генеральный директор консалтинговой компании Greenlight. Кейт превратил нетворкинг из полезного социального явления в настоящее искусство. Его система выстраивания отношений с целью взаимовыручки стала примером для всего мира. Писать эту книгу Кейту помогал журналист и писатель Тал Рэз. Вместе их свел, как нетрудно догадаться, нетворкинг.

Кейт признается в том, что поначалу не придавал своей стратегии общения и взаимовыручки первостепенного значения, считая, что это не самое важное для бизнесмена. Но жизнь расставила все по своим местам и теперь нетворкинг в списке приоритетов Кейта Ферраци стоит на первом месте.

Эту книгу надо прочесть каждому. Даже тем, кто далек от бизнеса. Умение налаживать отношения с людьми никому не помешает. Учебник (а это, по сути, полноценный учебник нетворкинга) написан толково и понятно – берите и пользуйтесь, плетите свою сеть. Только учитывайте при этом два обстоятельства. Первое – на одних лишь связях бизнес не создать и не развить и карьеру не построить. Связи – это всего лишь один из инструментов, правда, весьма полезный и эффективный. Второе – ожидая помощи от людей, будьте готовы помогать им в свою очередь, причем предлагайте помощь сами, не дожидаясь, пока вас об этом попросят. Угол падения равен углу отражения. Помните этот закон оптики?

На мысль о полезности связей Кейта навело наблюдение за игроками в гольф, которые решали таким путем множество проблем. Сам Кейт, будучи в то время подростком, в гольф не играл, а таскал за игроками по полю сумки с клюшками. Делайте выводы – даже детские впечатления могут принести огромную пользу, если человек умеет наблюдать и думать. На сегодняшний день в электронной записной книжке Кейта содержатся контакты свыше 5 000 человек, которым он может позвонить в любое время и на помощь которых может твердо рассчитывать.

Главная мысль книги «Никогда не ешьте в одиночку» и другие правила нетворкинга», ключевой совет Кейта Феррацци: «будьте смелыми!». Смелость – вот то, что в первую очередь требуется для знакомства с нужными людьми. Вы не должны бояться идти на контакт, не должны бояться того, что вас сочтут нахальным, недостойным знакомства и т. п. К смелости, разумеется, должны быть приложены уверенность в себе и инициативность, без этого никак.

Правила нетворкинга Кейт иллюстрирует примерами из жизни. Такая подача информации оптимальна для ее усвоения и запоминания. Разумеется, вся премудрость нетворкинга не стоит ничего до тех пор, пока вы не примените ее на деле.

Если попытаться выразить содержание книги одной фразой, то можно сказать так: будьте открытыми, активными, доброжелательными, помогайте другим людям и у вас будет много полезных знакомств.

Почему нельзя есть в одиночку? Да потому что это нерационально. Раз вам приходится тратить время на еду, получите дополнительную пользу – наладьте или углубите отношения с кем-нибудь.

Связи – это ключ, который открывает любые двери. Если у вас пока еще нет этого универсального ключа, то это не означает, что его нет у ваших конкурентов.

Джейсон Фрайд и Дэвид Хайнемайер
Rework. Бизнес без предрассудков

#менеджмент, #стратегия_успеха, #тайм-менеджмент, #управление_персоналом

Бизнес без предрассудков – это бизнес, свободный от устоявшихся догматических взглядов, свободный полет. «Rework» переводится с английского как «переделывать» или «дорабатывать». Успешные предприниматели Джейсон Фрайд и Дэвид Хайнемайер Ханссон, основатели известной в мире разработчиков прикладного программного обеспечения компании Basecamp, рассказывают в своей книге о правилах и принципах свободного полета.

Компания Basecamp отвергает такие «незыблемые» правила бизнеса, как непрерывный рост, производственные совещания, утвержденные бюджеты, регулярные заседания совета директоров, проведение рекламных кампаний, необходимость содержания штата продавцов и многое другое, что ее руководители (авторы этой книги) считают предрассудками. Компании полагалось бы обанкротиться при таком подходе, а она процветает.

Парадокс?

«Закономерность!», отвечают Фрайд и Хайнемайер.

«Парадоксов» с точки зрения традиционного подхода к ведению дел в книге множество. Вот, для примера, такой: «работайте меньше!». По мнению авторов, те, кто остается в офисе до ночи, никакой пользы своим «трудоголизмом» компании не приносят, только проблемы создают. Своим показным «героизмом» такие сотрудники стремятся хотя бы отчасти компенсировать свою интеллектуальную лень. Они не стараются работать эффективно, потому что любят работать сверхурочно и чувствовать себя героями. В результате можно наблюдать падение духа в коллективе и возникновение у нормальных сотрудников чувства вины.

Вот еще несколько «необычных» правил Фрайда и Хайнемайера:

Не уделяйте много внимания конкурентам.

Не создавайте внутреннее правило только потому, что один сотрудник однажды сделал что-то не так.

Избегайте жаргона и корпоративного сленга, называйте вещи своими именами.

Не стремитесь к росту, потому что вместе с бизнесом будет расти и ваша головная боль.

«Rework. Бизнес без предрассудков» – самая необычная книга из всей нашей сотни. Мы намеренно поместили ее в конце раздела, чтобы при чтении вам было с чем сравнивать. Эта книга в первую очередь предназначенная для бизнесменов и топ-менеджеров, будет полезна и рядовым менеджерам, и тем, у кого пока еще нет собственного бизнеса. Нестандартный взгляд на бизнес – это опыт, ценность и пользу которого невозможно преувеличить. Так что читать всем. И наслаждаться, потому что это невероятно интересная книга.

Глава II
Книги по экономике

Экономика – это деятельность, направленная на достижение необходимых потребностей. То же самое, что и бизнес в глобальном масштабе. Можно ли создать успешный бизнес, совершенно не разбираясь в экономике? Конечно же нельзя. Даже если ваш бизнес состоит из лотка с зеленью вы должны знать основные экономические законы для того, чтобы вести его правильно. Поверьте, экономика – это немного больше, то есть – много больше, чем принцип: «дешево купить – дорого продать».

В этом разделе всего пять книг, но их достаточно для того, чтобы получить базовые представления об экономике. Читать их нужно по порядку, начиная с книги Ха-джун Чанга «Как устроена экономика» и заканчивая книгой Дарона Аджемоглу и Джеймса Робинсона, «Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты».

Не удивляйтесь тому, что под номером 2 в списке стоит «Капитал» Карла Маркса. Эта, во многом спорная в политическом отношении книга, до сих пор не утратила своей экономической значимости.

Читайте вдумчиво, добиваясь полного понимания того, о чем идет речь. Возможно, некоторые читатели решат, что им совершенно не нужна работа Бенджамина Грэма «Разумный инвестор. Полное руководство по стоимостному инвестированию». Что ж, до тех пор пока вы не захотите увеличить свои доходы посредством вложения средств в ценные бумаги и активы, эта книга вам не понадобится. Но рано или поздно вас посетит подобная мысль (если уже не посетила) и тогда вы будете знать, с чего вам следует начинать.

На пяти книгах, разумеется, изучить экономику невозможно. Вы получите только базовое представление о ней. Кому-то этого будет достаточно, а кому-то захочется узнать больше, ведь знания, как и деньги, лишними не бывают.

Полезного вам чтения!

Ха-Джун Чанг
Как устроена экономика

#экономика

Книга профессора Кембриджского университета Ха-Джун Чанга (его фамилия в некоторых источниках пишется как «Чхан») – настоящая энциклопедия экономики. Научно-популярная энциклопедия, поскольку написана она в доступной форме и предназначена тем, кто ничего не знает об экономике.

Это – универсальная энциклопедия экономики, поскольку в ней рассматривается множество экономических теорий. Чанг сравнивает теории, демонстрирует преимущества и недостатки каждой, чтобы доказать, что единой универсальной и исчерпывающей теории, объясняющей все аспекты функционирования экономики не существует. По мнению Чанга, экономике нужно давать определение не с точки зрения ее методологии или теоретического подхода, а с точки зрения ее сути. Предмет экономики – экономическая деятельность, включающая в себя деньги, работу, технологии, международную торговлю, налоги и другие аспекты. Книга Чанга максимально «привязана» к практической стороне экономики. Вопрос «как это работает?» стоит у Чанга на первом месте, а «почему это работает именно так?» – на втором. Чанг объясняет, что существует множество различных подходов к экономике, каждый из которых имеет свои сильные и слабые стороны. «Мы хотим получить от экономической теории самое оптимальное из возможных объяснений различных экономических явлений, а не попытку доказать то, что определенная экономическая концепция может объяснить не только экономику, но и все остальное во Вселенной», говорит Чанг. В отличие от многих ведущих экономистов, Чанг предлагает своим читателям пользоваться не какой-то «единственно верной» экономической теорией, а совокупностью знаний, представляющей собой условный «набор инструментов», который помогает понять, как работает современная экономика, глобальная экономика в глобальном мире.

Чанг утверждает, что 95 % экономической теории составляет здравый смысл, который усложнили при помощи специальной терминологии и математики, и убеждает читателей в том, что не надо бояться экономической премудрости. Не настолько она сложна, как утверждают некоторые. При желании все можно понять.

Вместе с автором вы пройдете весь путь развития капитализма «от булавки до PIN-кода», как выражается Чанг, то есть с 1776 года до наших дней. Почему именно с 1776 года и при чем тут булавки? Дело в том, что производству булавок была посвящена вводная глава написанного в 1776 году трактата шотландского экономиста Адама Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», которую принято (пусть и ошибочно) считать первой в мире книгой по экономике. К слову заметим, что несмотря на то, что трактат Смита был написан почти два с половиной века назад, читать его интересно и познавательно и в наши дни. Можете прочесть для общего развития и лучшего понимания того, с чего началась экономика, как наука. До Смита все сводилось к уже упоминавшемуся принципу: «дешево купить – дорого продать».

Интерес к экономике Чанг считает естественным и необходимым для каждого современного человека. Он пишет, что многие люди не проявляют интереса к экономике, не говоря уже о наличии собственной точки зрения на экономические события. Мало кто из неэкономистов способен обсуждать с друзьями имущественное расслоение в Китае или перспективы обрабатывающей промышленности в США. Но эти вопросы очень важны и могут повлиять на любого жителя планеты, сказавшись на перспективах трудоустройства, оплате труда и т. п.

Прочитав эту книгу, вы не только поймете, как устроена экономика, но и станете лучше понимать причины всего, что происходит в мире, ведь политика, по выражению Карла фон Клаузевица, есть ни что иное, как концентрированное выражение экономики.

Карл Маркс
Капитал. Критика политической экономии

#экономика

Еще недавно, каких-то 30 лет назад, во времена СССР, «Капитал» Карла Маркса считался обязательным к прочтению для каждого образованного человека, независимо от направленности образования и конкретной профессии. «Капитал» читали все – и гуманитарии, и естественники. Собственно, без знакомства с этой книгой невозможно было получить диплом о высшем образовании, так как она входила в курс политической экономии, который изучали во всех вузах. Правда вот применить полученные знания в условиях социализма было практически негде, разве что только организовать какой-нибудь подпольный бизнес. Зато сейчас перед вами открыт невероятный простор для действий.

Читать «Капитал» надо умеючи. Политическую составляющую игнорируйте. Собственно, Маркс своим «Капиталом» хотел доказать, что капитализм не вечен и обречен на гибель в огне пролетарской революции. Сто лет назад, в 1917 году, в одной стране капитализм и впрямь погиб, но ненадолго. Спустя 70 с небольшим лет он возродился подобно сказочному фениксу.

Экономическую составляющую «Капитала» нужно не читать, а прорабатывать – делать выписки самого важного, чтобы возвращаться к ним в ходе дальнейшего чтения. Книга содержит очень большой объем информации, исчерпывающий анализ капиталистического рынка и способа производства. Возможно, что ее изучение растянется у вас на несколько месяцев. Учтите, что не так важно все запомнить (вам же не экзамен сдавать, да и записи всегда под рукой), сколько все понять. Объясняет Маркс хорошо – доходчиво и полно.

С точки зрения экономической составляющей «Капитал» за полтора века не устарел. Так, например, в октябре 2008 года, в разгар очередного всемирного финансового кризиса, министр финансов Германии Пер Штайнбрюк заявил, что «определенные части теории Маркса действительно не так уж плохи». Говоря это, Штайнбрюк имел в виду внутренние противоречия капитализма, описанные Марксом. В 2013 «Капитал» был включен в реестр ЮНЕСКО «Память мира», как одна из наиболее важных публикаций XIX века, сохранившая свое влияние и по сей день.

Дать краткий обзор «Капитала» невозможно. Это все равно, что попытаться пересказать Библию при помощи дюжины фраз. Поэтому скажем только, что это фундаментальный труд, обязательный к прочтению для каждого, кто хочет разбираться в экономике и производстве.

Под руководством нашего с вами современника профессора Ха-джун Чанга вы совершили обзорную экскурсию в мир экономики. Теперь пришла пора набираться фундаментальных знаний.

Томас Пикетти
Капитал в XXI Веке

#экономика

Профессор Высшей школы социальных наук и Парижской экономической школы, историк экономики и экономист Томас Пикетти написал труд, во многом созвучный «Капиталу» Карла Маркса и назвал его «Капиталом в XXI веке».

Как ясно из названия, Пикетти исследует капитал, то есть – распределение богатства, иначе говоря – проблему неравенства в современном обществе. Пикетти утверждает, что при прочих равных условиях быстрые темпы экономического роста уменьшает роль капитала и его концентрацию в частных руках и приводит к сокращению неравенства, а замедление темпов роста приводит к возрастанию значения капитала и увеличению неравенства. Увеличение неравенства может привести к тяжелым социально-политическим последствиям. Пикетти пытается найти меры, которые могли бы приостановить рост неравенства и уберечь мировую экономику и все человечество от потрясений. В этом концептуальная разница между Марксом и Пикетти. «Капитал» Пикетти можно назвать проекцией «Капитала» Маркса на современность, но Маркс был могильщиком капитализма, предрекал его скорую гибель, а Пикетти выступает в роли лечащего врача капитализма.

Главную идею «Капитала в XXI веке» вы уже знаете. Может возникнуть вопрос – стоит ли читать этот объемный 600-страничный труд, в котором Пикетти обосновывает свою идею и рассматривает ее с разных сторон?

Ответ однозначный – стоит. Обязательно. Для понимания современных реалий экономики. Для углубления своих знаний. Для того, чтобы иметь возможность судить о происходящем в современной экономике на уровне «продвинутого пользователя».

В своей книге Пикетти рассматривает следующие темы:

1. *Меритократию в современном обществе.*

Принято считать, что современном демократическом обществе, провозглашающем равенство прав всех граждан, выраженное неравенство условий жизни проистекает из разницы в индивидуальных способностях и прилагаемых усилиях, то есть основано на принципах справедливости и разума. Пикетти размышляет – так ли это?

2. *Динамику имущественного неравенства.*

3. *Имущественное неравенство в исторической перспективе, начиная с XVIII века.*

4. *Появление среднего класса в результате снижения имущественного неравенства в Европе после Второй мировой войны.*

Тогда казалось капитализм изжил себя, что имущественное неравенство кануло в Лету, но, тем не менее, общее распределение богатства продолжало оставаться крайне неравномерным, а с 70-ых годов XX века мы наблюдаем новый рост имущественного неравенства.

5. *Структуру имущественного неравенства.*

6. *Возможные пути предотвращения социальных конфликтов, вызванных неравенством имущественного положения разных слоев населения.*

По прогнозам Томаса Пикетти во второй половине XXI века глобальный рост экономики составит приблизительно 1,5 % в год при уровне сбережений приблизительно 10 %. Исходя из этих данных, он выводит, что размер глобального капитала превысит размер глобального

дохода примерно в 7 раз и с точки зрения концентрации капитала скоро наш мир будет выглядеть как Европа в период с XVIII века до начала Первой мировой войны. «Если капитализм не будет реформирован, то он погубит саму демократию», утверждает Пикетти. Для того чтобы изменить положение дел, Пикетти предлагает значительно повысить роль государства в регулировании экономики. Как вариант, можно ввести глобальный налог на богатство. Правда, сам Пикетти признает, что в настоящее время подобный налог ввести невозможно, так же, как и усилить государственное регулирование экономики.

После прочтения «Капитала в XXI веке» переходите к четвертой книге этого раздела, которая завершит ваше базовое экономическое самообразование.

Дарон аджемоглу и Джеймс Робинсон Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты

#экономика

Книга американских экономистов Дарона Аджемоглу и Джеймса Робинсона «Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты» продолжает исследование имущественного неравенства в современном обществе. Книга посвящена исследованию причин огромного разрыва в доходах и уровне жизни, разделяющего самые богатые и самые бедные страны мира. Основываясь на новой институциональной теории, рассматривающей влияние социальных институтов (государство, право, традиции и пр.), на принятие экономических решений и роль эволюционного процесса, Робинсон и Аджемоглу объясняют причины различий в экономическом и социальном развитии различных государств. Также они анализируют факторы, влияющие на темпы экономического роста. Эту книгу можно было назвать «Сравнительной политэкономией», каковой она по сути и является.

Робинсон и Аджемоглу рассматривают следующие вопросы:

– аспекты теории мирового неравенства;

– какие экономические теории работают, а какие нет;

– как возникают богатство и бедность и почему политиками не всегда делается выбор в сторону процветания;

– как незначительные институциональные различия могут приводить к значительным последствиям;

– какие моменты в развитии общества (государства) становятся поворотными?

– какие барьеры встают на пути развития;

– что поворачивает развитие вспять;

– что будет дальше со всеми нами.

Причины процветания и бедности анализируются авторами обстоятельно, с использованием трех «инструментов» – истории, политики и экономики. Опорной точкой для Аджемоглу и Робинсона является сопоставление экстрактивных и инклюзивных социально-экономических институтов. Экстрактивные институты позволяют элитам управлять государственной экономикой так, как им выгодно. Элита узурпирует право извлекать выгоду из участия в экономических отношениях. Инклюзивные экономические позволяют если не всем, то во всяком случае, большому числу людей участвовать в экономических отношениях с возможностью получения прибыли. Неприкосновенность собственности гарантируется, отчуждение собственности либо доходов не допускается.

Вывод таков: плюрализм политических институтов приводит к экономическому росту, а чрезмерная концентрация власти в руках элиты (заведомо небольшой части общества) его замедляет. Но дело не столько в выводе, сколько в том, как обстоятельно идут к нему Аджемоглу и Робинсон.

Если вы хотите быть владельцем успешного прогрессирующего бизнеса, то эта книга для вас. Она у вас станет настольной.

Бенджамин Грэм
Разумный инвестор. Полное руководство по стоимостному инвестированию

#экономика #инвестирование

Как уже было сказано в предисловии к этому разделу, книгу Грэма можно пропустить тем, кто не собирается в ближайшее время заниматься инвестированием. Хотя, на самом деле, лучше все равно прочесть. Вдруг уже завтра вам захочется купить какие-нибудь высокодоходные акции?

Известный американский экономист и профессиональный инвестор Бенджамин Грэм, которого называют «отцом стоимостного инвестирования», написал «Разумного инвестора» в конце 40-ых годов прошлого века, но эта книга актуальна и по сей день. Ее считают лучшей из когда-либо написанных книгой по инвестированию. Соваться на рынок ценных бумаг, не ознакомившись с руководством Грэма, это все равно что пытаться прочесть книгу, не зная алфавита.

Новички любят книги и статьи в которых анализируются конкретные ценные бумаги: «В эти стоит вкладываться, в эти – не спешите, а от этих держитесь подальше». Они не знают, еще не поняли на горьком опыте, что на рынке нельзя жить чужим умом – только своим. Если бы авторы «умных» обзоров были бы уверены в правоте своих заключений, то они не стали бы тратить время на создание текста, а поспешили бы приобрести те бумаги, которые так хвалят. Вы согласны?

Бенджамин Грэм дает вам условную удочку и учит ловить рыбу, то есть – прибыль. Он рассказывает об правилах инвестирования и учит правильно смотреть на рынок ценных бумаг.

Грэм советует вести себя не как спекулянт, а как бизнесмен, то есть ориентироваться не на изменение цен на акции, а на компанию, выпустившую акции.

При спекуляциях вы пытаетесь отобрать деньги у других участников рынка, то есть пытаетесь сделать деньги из воздуха, что является крайне ненадежным занятием. При инвестировании вы вкладываетесь в реальное дело и получаете реальный доход, что гораздо надежнее. В первую очередь следует задаться вопросом – можно ли вкладывать деньги в эту конкретную компанию? Рынок крайне непостоянен, а вот деятельность компании и ее финансовые показатели относительно постоянны. Относительно колебания цен на рынке ценных бумаг, конечно. Стратегия инвестирования, основанная на оценке реальной стоимости акций компании (т. е. на реальных финансовых показателях компании) по мнению Грэма является единственной, способной обеспечить относительную безопасность инвестиций наряду с их доходностью.

Но и тому, как извлекать выгоду из непостоянства рынка ценных бумаг, Грэм тоже объясняет. Заодно объясняя и то, что при всей своей гениальности и при всех своих стараниях, в долгосрочной перспективе вы рынок никогда не переиграете.

Как лучше вложить деньги?

На что следует обращать внимание при инвестировании?

Каковы особенности рынка ценных бумаг, отличающие его от других рынков?

Что происходит с различными видами ценных бумаг при колебаниях рынка?

Ответ на эти и многие другие вопросы вы найдете у Грэма.

Так инвестировать или не инвестировать?

Выбор за вами, но учтите, что богатые и успешные выбирают инвестирование.

Глава III
Книги по маркетингу и рекламе

Спросите у десяти знатоков «Что такое маркетинг?» и получите десять разных ответов. Каждый, кто всерьез занимается маркетингом, как наукой, считает нужным и должным дать ему свое собственное определение. Но стоит ли усложнять? Ведь как маркетинг не назови, суть его от этого не изменится – это совокупность процессов по созданию и сбыту продукта.

Если представить маркетинг в виде условного автомобиля, то его «топливом» будет реклама. Никто не узнает о вас и вашем продукте, пока вы не расскажете миру об этом. Реклама неотделимая часть маркетинга, поэтому книги по маркетингу и книги по рекламе объединены в одном разделе.

Нельзя объять необъятное, а маркетинг именно таким и является. Да хоть сто книг о нем прочитайте, все равно будет мало. Книги этого раздела подобраны так, чтобы дать вам общее представление о маркетинге, познакомить с его составляющими, показать, по каким направлениям в наше время лучше осуществлять продвижение продукта, ознакомить с основами рекламной деятельности. А дальше вы сами сообразите, какие именно пробелы в познаниях вам следует восполнить. Любой бизнесмен учится маркетингу всю жизнь и никогда не сможет сказать (если он, конечно, не дурак), что он знает о маркетинге все.

Маркетинг – относительно новый, можно сказать, что молодой, раздел экономической науки, ему чуть больше ста лет. Первые курсы маркетинга начали читать в американских университетах в начале прошлого века. Но за эти сто с небольшим лет маркетинг невероятно прогрессировал и развивался по разным направлениям. Но не пугайтесь, не думайте, что вам будет сложно разобраться в этой премудрости. Если получилось у других, то почему не получится у вас? Помните, что любая дорога, пускай и очень длинная, начинается с первого шага.

Книги этого раздела – ваши первые шаги в различных направлениях маркетинга, введение в специальность.

Полезного вам чтения! И не забудьте завести для изучения книг этого раздела отдельную толстую тетрадь – она вам непременно пригодится.

Филип Котлер
Маркетинг от «А» до «Я». 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер

#маркетинг #менеджмент #реклама

Театр, как известно, начинается с вешалки, а ваше знакомство с маркетингом с книги одного из ведущих маркетологов современности Филипа Котлера, автора многих книг и статей по маркетингу и менеджменту. Именно Котлер обобщил и систематизировал все знания о маркетинге, выделив тем самым маркетинг в отдельную специальность. Книгу Котлера «Основы маркетинга», часто называют считается «Библией маркетинга». Мы предлагаем вам начать знакомство с маркетингом не с «Основ», а с другой книги Котлера – «Маркетинг от «а» до «я». 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер». Эта книга излагает примерно то же самое, но на более простом и доступном уровне. Но если после ее прочтения вам захочется углубить свои знания, то читайте «Основы маркетинга». У вас уже будет определенная база знаний для того чтобы понять и усвоить все, что в «Основах» написано.

А пока что – «Маркетинг от «а» до «я».

На вопрос: «Трудно ли научиться маркетингу?», Филип Котлер отвечает: «Хорошая новость: его можно изучить за один день. Плохая новость: его можно изучать всю жизнь». Первая часть ответа – шутка, а вторая – истинная правда.

В этой книге, как ясно из названия, Котлер рассматривает 80 понятий, или концепций, наиболее важных для современного маркетинга. Рассматривает от «а» до «я», т. е. – в алфавитном порядке, начиная с активов и ресурсов и заканчивая яркостью. Под яркостью подразумевается энтузиазм, умение искренне радоваться жизни. Котлер уверен, что невозможно стать хорошим маркетологом, не будучи яркой личностью.

Эту книгу следует не просто читать, а конспектировать. Конспект станет вам хорошим подспорьем при дальнейшем изучении маркетинга. От Котлера вы получите представление об основных понятиях и инструментах маркетинга, которое станет основой ваших знаний. «Маркетинг от «а» до «я» будет полезен не только тем, кому захотелось разобраться в основах маркетинга, но и тем, кто хорошо с ним знаком. Маркетинг постоянно развивается, а в книге Котлера содержится много нового.

По Котлеру маркетинг представляет собой способность «попасть в яблочко», угадывая потребности покупателей. Задача маркетинга состоит в преобразовании постоянно изменяющихся потребностей общества в возможности для получения прибыли. Девизы маркетинга: «качество, сервис и ценность». Котлер уточняет, что маркетинг не следует рассматривать как искусство нахождения ловких путей избавления от того, что вы произвели. Цель маркетинга гораздо значительнее и, если хотите, гуманистичнее – дать потребителю нечто действительно ценное для него, помочь ему улучшить качество своей жизни». Ставку нужно делать на потребителя и его нужды. Только так и никак иначе, ведь главная проблема современного бизнеса заключается в дефиците потребителей, а не в дефиците товаров. «Выигрывает тот, кто знает повадки рыб лучше, чем привычки других рыбаков», говорит Котлер.

Интересен взгляд Котлера на конкуренцию. Хороших конкурентов Котлер считает благом, потому что они выполняют роль наших наставников, которые указывают нам на наши недостатки и помогают совершенствоваться. Средние конкуренты это просто помеха и ничего более, а вот скверные конкуренты – просто беда для любого порядочного бизнесмена.

К остальным книгам этого раздела можно переходить только после основательной проработки (а не просто чтения) книги Котлера. И не забудьте про его «Основы маркетинга».

Светлана Иванова
Продажи на 100 %. Эффективные техники продвижения товаров и услуг

#маркетинг #реклама

Светлана Иванова – менеджер по персоналу с большим опытом работы в рекрутинговых компаниях и тренинг-центрах, автор книг и статей по личностному развитию, работе с персоналом и маркетингу. Ее книга-тренинг «Продажи на 100 %» очень популярна, выдержала несколько переизданий. Иванова предлагает читателям уникальную технологию эффективных продаж, вобравшую в себя все лучшее, что мы имеем на сегодняшний день в этой сфере. В этой книге дается подробный анализ множества примеров оптовых и розничных продаж различных товаров, на основании которого Иванова убедительно доказывает, что для успешного продвижения своего продукта мы должны обладать разносторонними знаниями и уметь эффективно применять их на практике. Интересные задачи служат яркими примерами к сказанному и позволяют читателям закрепить полученные знания.

Эта книга предназначена в первую очередь для тех, кто ничего не знает о правильном продвижении товара и тех, кто сознает, что его знаний недостаточно. Но и тем, кто считают себя «гениями продвижения» будет полезно прочитать «Продажи на 100 %». Они откроют для себя что-то новое или взглянут на свою деятельность свежим взглядом, что всегда полезно. У руководителей и тренеров эта книга рискует стать настольной, поскольку с ее помощью очень легко и удобно организовывать обучение сотрудников. Даже если вы совсем не интересуетесь маркетингом, но интересуетесь вопросами влияния и убеждения, эта книга будет вам полезна.

Как понять, что нужно потребителю?

Как правильно донести до потребителя информацию о том, что у вас есть то, что ему нужно?

Как убедить потребителя в том, что ваш продукт является лучшим на рынке?

Как эффективно влиять на людей?

Иванова не дает общих советов, над которыми читателям пришлось бы ломать голову – вроде все ясно, но непонятно, как можно использовать эти знания на практике? Ее книгу можно назвать «универсальным сборником готовых рецептов». Бери – и делай! Прочитай – и применяй! «Продажи на 100 %» – книга для тех, кто ценит свое время и не любит забивать голову ненужными сведениями, она написана профессионально и предельно конкретно.

Иванова объединила свой более чем десятилетний опыт работы в сфере продаж с опытом ряда успешных компаний, как отечественных, так и зарубежных. Отбросила все, что не работает или работает недостаточно эффективно и оставила самое-самое.

Основной акцент в этой книге сделан на развитии коммуникативных навыков и борьбе с возражениями. Это не случайно, ведь любое продвижение любого продукта начинается с установления контакта с потенциальными потребителями. А успешность этого продвижения в первую очередь зависит от того, насколько грамотно вы способны справляться с «преградами» на вашем пути – сомнениями и возражениями потребителей (потенциальных потребителей). Обратите внимание на то, что «Продажи на 100 %» не учат продавать то, что хочется продать вам. Вообще, если вы начинаете продвижение товара с желания навязать его потребителю, то лучше не начинайте совсем – толку не будет. «Продажи на 100 %» учат продавать потребителю то, что он хочет купить, продавать нужный ему товар. Эта книга не столько о том, как продавать, сколько о том, как сделать так, чтобы продукт покупали бы именно у вас, а не у ваших конкурентов. Почувствовали разницу?

«Продажи на 100 %» – не просто полезное руководство по продвижению продуктов, но и стимул к саморазвитию. По мере работы с этой книгой вам будет хотеться углубить свои знания в том или ином направлении, прочесть литературу по психологии, по рекламе, по мерчендайзингу, по бренд-менеджменту и т. п. Сами не заметите, как станете настоящей акулой маркетинга.

«Согласитесь, всегда следует сравнивать, чтобы выбрать лучшее», – говорит Светлана Иванова. Сравнение показывает, что «Продажи на 100 %» – одна из лучших книг в своей нише.

Максим Ильяхов, Людмила Сарычева
Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст…

#маркетинг #реклама

Итак, вы изучили основные принципы и правила маркетинга, поработали над собой (и своим продуктом тоже), и теперь вам хочется рассказать миру о том, каким образом и при помощи чего вы собрались его осчастливить. Переполненные энтузиазма, вы начинаете писать рекламное объявление или еще что-то в этом роде и увязаете в словах, потому что не можете выразить свою мысль в простой и доходчивой форме.

Сделать это, научиться создавать сильные тексты вам поможет уникальная, можно сказать – единственная в своем роде, в своей нише книга «Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст…». Ее написали два профессионала-редактора – основатель сервиса проверки текста «Главред» и автор курса «Информационный стиль и редактура текста» Максим Ильяхов и его соавтор Людмила Сарычева.

В этой книге на конкретных примерах учат писать хорошие, убедительные, действенные, то есть – сильные тексты. Рекламные, информационные, публицистические, а также письма. Учат излагать свои мысли кратко и доходчиво. Учат с первых же слов брать читателя «в плен», то есть – всецело завладевать его вниманием. Учат избавляться от словесного мусора и штампов.

Одно уточнение – про то, как писать романы и сценарии в этой книге ничего прямо не говорится. Но многие правила и приемы, описанные в ней, будут полезны как писателям, так и сценаристам. Всем, кому так или иначе в процессе работы приходится создавать тексты (хотя бы – вести переписку), нужно обязательно прочесть «Пиши. Сокращай». Польза будет огромной.

Во-первых, вы научитесь составлять тексты высшего качества, отвечающие всем требованиям, которые только можно предъявить к тексту.

Во-вторых, вы сэкономите кучу времени, потому что после недолгой тренировки, тексты у вас будут создаваться в мгновение ока. Вам не придется напряженно раздумывать над каждой фразой. У вас выработается условный рефлекс четкого и внятного изложения ваших мыслей на бумаге. Вы начнете мыслить так, что просто бери да записывай.

В-третьих, любой вид самоорганизации (в том числе и обучение созданию сильных текстов) способствует вашему профессиональному росту.

Вот десять правил сильного текста от Максима Ильяхова и Людмилы Сарычевой:

1. *Сила – в правде.*
2. *Смысл важнее формы.*
3. *Чем проще – тем лучше.*
4. *Пишите, как для себя.*
5. *Читайте вслух.*
6. *Приводите примеры.*
7. *От простого к сложному.*
8. *Пользу – вперед.*
9. *Поставьте заголовок.*
10. *Уважение и забота.*

Главная мысль «Пиши. Сокращай» – смысл важнее формы. Но форма тоже имеет значение, причем довольно большое.

В книге много упражнений (да, это тоже не просто книга, а книга-тренинг), выполняя которые, вы станете продвигаться вперед, к поставленной цели – мастерству написания сильных текстов. Без преувеличения – если вы прочтете всю книгу и добросовестно выполните все упражнения, то сможете считать себя Мастером.

Для того чтобы убедиться в этом, можете сделать следующее.

Перед началом работы с книгой напишите какое-нибудь рекламное объявление и свое собственное резюме.

Затем уберите написанное в ящик или еще куда подальше и забудьте о нем на время.

По завершении работы с книгой напишите то же самое еще раз.

Сравните тексты, написанные до и после работы с этой книгой. Результат вас приятно порадует, а, возможно, что и ошеломит.

«Текст может казаться не самой важной частью вашей жизни, – говорят авторы, – но от того, как вы формулируете мысли на письме, очень многое зависит. Можно сказать, что везде о нас судят по нашим текстам».

Научившись создавать сильные тексты, вы получите в качестве бонуса еще одно умение – просто, ясно и убедительно выражать свои мысли в устной форме. Кто хорошо пишет, тот и говорит хорошо, не мямлит.

Если вы Большой Босс и тексты за вас (для вас) пишут другие люди, то все равно прочитайте эту замечательную во всех отношениях книгу, чтобы понимать, насколько компетентны ваши составители текстов.

Джим Кэмп
Сначала скажите «Нет». Секреты профессиональных переговорщиков

#маркетинг

Джим Кэмп – создатель обучающей системы переговоров Coach2100 и автор двух бестселлеров «Сначала скажите «нет» и «Нет. Лучшая стратегия ведения переговоров». В наш список вошла первая книга, но при желании вы можете следом за ней прочесть и вторую. Вреда от этого не будет, только польза.

Система переговоров Кэмпа – нестандартна. Она противоречит широко распространенной стратегии взаимовыгодных переговоров, в основе которой лежит утверждение о том, что результативными могут быть только те переговоры, в ходе которых выгоду получают обе стороны. Вроде бы логично, ведь если одна из сторон никакой выгоды для себя не получит, то переговоры будут сорваны.

«Ничего подобного!», утверждает Джим Кэмп.

Он критикует современное общество за то, что взаимная выгода стала в нем единственно допустимой парадигмой любого межличностного взаимодействия. «Мы свято верим в то, что возможно достичь общего процветания, действуя по модели «выиграть-выиграть» с учетом интересов каждой из сторон, – говорит Кэмп. – Но я на собственном опыте убедился, что это не так. Модели «выиграть-выиграть» не работает ни в бизнесе, ни в личной жизни, ни в любой другой области». Кэмп объясняет, что «выиграть-выиграть» – химера, миф. В результате переговоров стороны так или иначе сойдутся на варианте «выиграть-проиграть», если более сильная сторона подавит более слабую или на варианте «проиграть-проиграть», если обе стороны пойдут на уступки ради того, чтобы заключить эту сделку. Ситуация, в которой обе стороны окажутся в выигрыше может существовать лишь в теории, но не на практике.

Подход Джона Кэмпа – сначала скажите «нет»! Кэмп начинает свою книгу с разбора недостатков модели «выиграть-выиграть». Затем он переходит к советам.

Первый совет Кэмпа: «нужда – ваш самый большой враг». Кэмп советует забыть о нужде, заменив слово «нужен» на слово «хочу». В таком случае никто не сможет «выкручивать вам руки», пользуясь вашей нуждой. Кэмп предупреждает о том, что асы переговоров умеют не только пользоваться нуждой другой стороны, но и искусственно создавать ее. Заманив вас умопомрачительными перспективами, они в нужный момент «врубят задний ход» и вынудят вас заключить сделку на их условиях.

Когда вы не нуждаетесь в этой сделке, а просто хотите ее заключить, вы не боитесь отказа и другая сторона это чувствует.

Второй совет Кэмпа: «придерживайтесь позиции «не в порядке», то есть будьте менее совершенны, нежели ваш противник (другая сторона). Забудьте что-нибудь, переспросите, уроните на пол блокнот, кривовато повяжите галстук… Существует множество способов создания у противника чувства собственного превосходства. Пускай он этим чувством упивается! Мы же знаем, что хорошо смеется только тот, кто смеется последним.

Третий и главный совет Кэмпа: «говорите «нет», потому что наилучшее «да» в ходе переговоров достигается при помощи «нет». Это волшебное слово добавляет рациональности в переговоры.

Четвертый совет: «определяйте не только миссию вашей компании, но и миссию конкретных переговоров для того, чтобы оценивать в соответствии с ней любые вопросы. Миссия станет вашим эталоном на время переговоров…

В книге Джима Кэмпа 14 ключевых советов, каждый из которых сопровождается еще дюжиной советов второго, если так можно выразиться, уровня. Завершает книгу свод из 33 правил переговоров. Первое правило гласит: «Любые переговоры являются соглашением между двумя или более сторонами, в котором каждая из сторон имеет право сказать «нет».

Эта книга обязательна к прочтению. Она вошла бы в наш список и в том случае, если бы он состоял не из ста, а всего из десяти книг. Пожалуй, это самая полезная книга по технике ведения переговоров из существующих на сегодняшний день.

Учитесь говорить «нет», старайтесь говорить «нет», а сказать «да» вы всегда успеете.

Дэвид Огилви
Огилви о рекламе

#маркетинг #реклама

Дэвид Огилви – один из столпов рекламной индустрии, основатель рекламного агентства Ogilvy & Mather с годовым оборотом свыше 10 миллиардов долларов, классик теории рекламы, признанный лучшим копирайтером мира.

«Огилви о рекламе» в первую очередь предназначена для специалистов, но ее будет полезно прочесть и тем, кто не имеет прямого отношения к рекламному бизнесу. Если вам хоть раз приходилось заказывать рекламу своего продукта или если вы собираетесь делать это в будущем, то вы должны хоть немного разбираться в рекламном деле, иметь о нем хотя бы общее представление для того, чтобы уметь отличить хороший продукт от плохого. История знает множества примеров того, как плохо продуманная реклама или целая рекламная компания губила брэнд вместо того, чтобы вознести его к небесам.

Пугаться профессиональной направленности этой книги не стоит. Она написана простым и понятным языком, а множество интересных примеров превращают ее в сборник коротких очерков о рекламном бизнесе. Читаем, получаем удовольствие, расширяем кругозор, учимся. Всегда полезно заглянуть «за кулисы» любого бизнеса, особенно если вашим гидом при этом будет Профессионал № 1.

Практически любой совет Огилви, обращенный к профессионалам рекламного дела, может оказаться полезным для любого бизнесмена. Вот пример. Огилви начинает книгу с того, что говорит коллегам: «вы никогда не научитесь производить эффективную рекламу, если не будете досконально изучать продукт, который вы собираетесь рекламировать, не выясните, что похожего и с каким успехом делают ваши конкуренты и не станет исследовать потребительскую среду. Опираясь на этот совет, вы всегда сможете выбрать из нескольких рекламных агентств наиболее профессиональное.

Большинство современных пособий и руководств по рекламному делу, созданы на основе того, чему учил Огилви. Так лучше и полезнее для вас будет обратиться к первоисточнику, к «Библии рекламы», верно?

Помимо профессиональных «рекламных» советов, Огилви дает и универсальные, которые подходят для любого бизнеса. Никогда не позволяйте двоим людям делать работу, с которой мог бы справиться один. Если хотите добиться результата, то общайтесь лично. И так далее.

Эта книга заставит вас взглянуть на многие привычные вещи под другим, неожиданным для вас углом. Огилви умеет удивить.

Среди не очень умных людей бытует мнение о том, что реклама – процесс сугубо творческий, и в нем важны не знания, а вдохновение и интуиция. Огилви разбивает это при помощи одного-единственного вопроса. Если вы вывихнете ногу, то к какому врачу обратитесь за помощью – к тому, который полагается на свои знания или к тому, который полагается на свою интуицию? А специалистов по рекламе, игнорирующих важность научных исследований, Огилви сравнивает с военачальниками, пренебрегающими дешифровкой переговоров противника.

Огилви учит оценивать рекламу исключительно по ее эффективности. Реклама должна продавать продукт или товар. Все остальное неважно. Совет простой, но очень важный. Вспоминайте его всякий раз, когда рекламные деятели будут морочить вам голову «креативностью», «уникальностью», «утонченностью», «эстетичностью» и прочими качествами своей рекламы.

Вот несколько правил Дэвида Огилви:

– вы не можете принудить людей покупать рекламируемый товар, вы можете только заинтересовать их в покупке этого товара;

– люди не купят новое моющее средство только потому, что его производитель засветился в вечернем телешоу, они купят его, только в том случае, если увидят в нем какие-то достоинства;

– никогда не создавайте такую рекламу, которую вам не хотелось бы показать вашим близким;

– не состязайтесь с вашим рекламным агентством в творчестве, это все равно что держать собаку и лаять самому;

– когда говорят о рекламе, то это плохая реклама, а когда говорят о товаре, то это хорошая реклама.

В завершение своей книги Огилви предсказал 13 перемен, которые, по его мнению, должны произойти в рекламном бизнесе в будущем. Прогноз был сделан в 80-ые годы прошлого века. Что-то уже сбылось, что-то пока нет. Огилви предсказывал, что наступит ренессанс печатной рекламы. Интересно, можно ли считать рекламу в Интернете исполнением этого прогноза? Ведь много сетевой рекламы делается по тем же правилам, что и печатная.

Николай Соболев, Роман Назарчук, Кирилл Жуковский Youtube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег

#маркетинг #реклама #продвижение_в_социальных сетях

Вы никогда не задумывались о том, чтобы завести свой канал на YouTube, снимать сногсшибательные видеоролики, прославиться и заработать кучу денег? Точнее – тонны денег и фуры лайков в качестве бонуса к ним?

Если не задумывались, то сейчас самое время задуматься. YouTube уже завоевал весь мир, следовательно, вы должны завоевать YouTube.

Что вам это даст?

См. выше – тонны денег и фуры лайков.

YouTube хорош не только для тех, кто хочет поразить мир своим артистизмом или своими вокальными данными. YouTube – это прекрасный инструмент для продвижения всего, чего угодно. Научитесь пользоваться им как можно скорее для того, чтобы быть в тренде и опережать конкурентов.

О том, как пользоваться YouTube вам расскажут Николай Соболев, создатель каналов «Rakamakafo», «Ready Steady Go» и «Жизнь Ютуб», суммарная аудитория которых перевалила за 3 000 000 подписчиков, Роман Назарчук и Кирилл Жуковский.

Книга написана в предельно лаконичной и доступной форме. Ее можно назвать «инструкцией по пользованию YouTube». Соболев и его соавторы делятся опытом, раскрывают секреты успеха, учат тому, что снимать, как снимать, как выступать, как выбирать нишу, как следить за тенденциями, как и откуда набирать аудиторию и как ее удерживать, как спрогнозировать свои будущие заработки… Без малого 400 страниц обстоятельного разбора YouTube. Информация подается так четко, что сразу же, сама собой, раскладывается по условным полочкам в головах читателей.

Знаете, какие книги самые полезные? Те, в основу которых положен собственный опыт авторов. «YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег» – как раз тот самый случай.

Эта книга охватывает все возможные аспекты работы с YouTube. Она разбивает неверные стереотипы (например такой – «доход канала определяется количеством подписчиков») и предостерегает от стереотипов вообще, ведь в YouTube, как и в жизни, каждый идет своим уникальным неповторимым путем. Книга не только знакомит с универсальными приемами, но и учит тому, как применять их на деле. Важное достоинство, а то ведь, бывает, получишь какое-то знание, но не понимаешь, как именно его использовать.

Если у вас еще нет канала на YouTube, то после прочтения этой книги он у вас появится.

Если у вас уже есть канал на YouTube, то после прочтения этой книги вы сделаете его лучше.

Если вы твердо уверены в том, что вам не нужен канал на YouTube, то все равно читайте «YouTube. Путь к успеху». Должны же вы понять, что сильно заблуждаетесь.

И всегда помните, что случайный зритель заходит на ваш канал в среднем на 10 секунд. Если вы сможете заинтересовать его за это время, то будут у вас и фуры лайков, и тонны денег, и всемирная слава.

Любовь Соболева Феномен «Инстаграма». Как раскрутить свой аккаунт и заработать

#маркетинг #реклама #продвижение_в_социальных_сетях

«Феномен “Инстаграма”: как раскрутить свой аккаунт и заработать» – алгоритм по созданию, раскрутке и монетизации аккаунта, который написала Любовь Соболева – профессионал в области пиара, совладелица агентства «PR-Cafe», которое специализируется на продвижении в «Инстаграме» и популярный инстаграм-блогер, имеющий более полумиллиона подписчиков.

Уже во введении к своей книге Соболева ловит читателя на «крючок» при помощи нескольких примеров того, что может дать «Инстаграм» в смысле заработка.

17 000 000 ежемесячной чистой прибыли у медицинской клиники, которая работает всего полтора года.

60 000 000 чистой прибыли за один обучающий курс по инфобизнесу.

4 000 000 ежемесячной чистой прибыли от размещения рекламы в аккаунте в «Инстаграме» у известного блогера.

Впечатляет?

Однозначно.

Теперь «Феномен “Инстаграма”», уже невозможно отложить в сторону, не дочитав до конца.

Небольшое уточнение. Эта книга не для любителей выкладывать фотографии со вчерашней вечеринки, а для серьезных людей, имеющих на «Инстаграм» серьезные виды. И не забывайте серьезно относиться к выполнению заданий, которые приводятся в конце большинства глав. Иначе вы не поймете, усвоили вы материал или нет.

Как можно заработать в «Инстаграме»?

Прежде всего определитесь, на чем вы собираетесь зарабатывать. На своем аккаунте? На чужих аккаунте? Или и на том, и на этом разом?

На своем аккаунте можно заработать посредством:

– рекламы;

– курсов, вебинаров и консультаций («инфобизнес»); дело хорошее, только учтите, что для этого вам нужно быть экспертом в какой-либо сфере, а то и гуру;

– продажи товаров или услуг.

На чужих аккаунтах вы можете зарабатывать:

– копирайтингом;

– в качестве ассистента известного блогера;

– продажей рекламы;

– разработкой сервисов, приложений и всего прочего, что дополняет функционал «Инстаграма».

Первое ваше задание будет таким: определитесь, каким образом вы планируете зарабатывать в «Инстаграме», какой доход вы желаете получать и за какое время вам бы хотелось достичь этой цели…

Любовь Соболева учит не только способам эффективной раскрутки аккаунта, но и способам его монетизации, а также дает много полезных советов технического характера. В ее книге нет никакой «воды», то есть – отвлеченных рассуждений. Все конкретно, все по делу, все

понятно даже тем, кто узнал об «Инстаграме», увидев обложку этой книги. Через объяснения некоторых знатоков приходится продираться, как через джунгли. У Соболевой все иначе. Ее текст буквально «проглатывается». Только вот через упражнения перескакивать не надо.

Отдельная глава отведена этическим аспектам работы блогера. Это приятно удивляет, ибо в наше время в Интернете далеко не каждый задумывается об этике. Любовь Соболева вывела для себя кодекс чести блогера, которым делится с читателями. Вот этот кодекс:

> *– не воруй ничего – ни чужого контента, ни чужих подписчиков, ни чужой рекламы;*
>
> *– не унижай и не оскорбляй других блогеров, помимо всего прочего подобное поведение наносит ущерб авторитету всех блогеров в глазах общества;*
>
> *– не рекламируй заведомо некачественные товары и услуги;*
>
> *– не занимайся черным пиаром;*
>
> *– не разжигай рознь в своем аккаунте и вообще не позволяй себе некорректных высказываний.*

«Феномен “Инстаграма”» разбит на много небольших глав, некоторые из которых, в свою очередь, делятся на главки, состоящие из нескольких предложений. Такая подача материала способствует быстрому усвоению и, кроме того, дают возможность пользоваться этой книгой, как справочником по «Инстаграму». Ее удобно и полезно держать под рукой, чтобы при необходимости за несколько секунд найти ответ на возникший вопрос.

Соболева не просто объясняет что и как нужно делать, но и говорит о том, что вы можете получить в каждом конкретном случае. Например, объяснив, как стать рекомендованным пользователем, она освещает пользу этого шага: рост охвата для публикации плюс дополнительный бесплатный прирост подписчиков. Читаешь и сразу понимаешь, ради чего нужно стараться. Или не нужно, это уж кому как.

В конце книги читателей ждет тест, проверяющий их готовность к продажам и мощный мотивационный стимул в виде интервью с популярными блогерами «Инстаграма». Пример успешных людей побуждает к собственному развитию.

«Феномен “Инстаграма”» – полезная книга о работе в перспективном сетевом сервисе.

Карл Сьюэлл и Пол Браун
Клиенты на всю жизнь

#маркетинг #менеджмент #реклама #стратегия_успеха

Бизнесмен Карл Сьюэлл, владелец одной из самых прибыльных компаний по продаже автомобилей в США, с помощью писателя Пола Брауна написал книгу о том, как «привязать» к себе клиента навсегда. Компания Сьюэлла добилась успеха не только благодаря привлечению покупателей, но и удержанию. «Клиенты на всю жизнь» – книга о том, как заставить клиентов возвращаться к вам, именно к вам и ни к кому, кроме вас.

Ставка на постоянных клиентов – беспроигрышная ставка, которая делает ваш бизнес стабильным и прибыльным. Умный бизнесмен смотрит вперед и учитывает перспективы, не очень умный думает только о разовой сиюминутной выгоде.

Эта книга в первую очередь предназначена для руководителей – владельцев бизнеса и топ-менеджеров, а также для тех, кто занимается обучением персонала. Но в целом она будет полезна всем, кто работает с клиентами или имеет хотя бы косвенное отношение к этой работе. Сьюэлл объясняет, что клиента привлекает не только вежливая улыбка и бесплатный кофе. Для того чтобы клиент захотел вернуться к вам, нужно сделать очень многое. В разных направлениях.

Карл Сьюэлл – деловой человек и пишет о том, что хорошо знает. Его книга основана на личном опыте ведения успешного бизнеса. Доказывая читателям, что ставка на долгосрочные отношения с клиентурой приносит большую выгоду, Сьюэлл не ударяется в пространные теоретические рассуждения, а говорит строго по делу. Объясняя, как выстроить такие отношения и что для этого необходимо сделать, Сьюэлл не оперирует банальными тезисами вроде призывов возлюбить клиента больше, чем самого себя, а дает конкретные практические советы. То, что клиента надо любить и знать, известно всем, но далеко не все понимают, что клиента надо еще и уважать.

Сьюэлл выделяет четыре проблемы современного бизнеса (книга вышла в 1990 году):

> **1.** *Мы (то есть – бизнесмены и их сотрудники) любим обещать клиенту слишком много, обещать то, что выходит за рамки наших возможностей. В результате клиенты разочаровываются в нас.*
>
> **2.** *Нельзя ограничиться частичными улучшениями сервиса, нельзя выступать в роли «середнячков», потому что наихудшее место в бизнесе находится в середине. Нельзя обслуживать клиентов на уровне «сойдет и так», нужно добиваться высокого уровня обслуживания… Или закрывать фирму.*
>
> **3.** *Люди все больше и больше ценят свое время и ждут от нас не только более качественных продуктов и услуг, но и возможности получать их быстрее, проще.*
>
> **4.** *Конкурентное преимущество могут создать только наши сотрудники и сервис, который они предоставляют. Технологии, инвестиции и прочие ресурсы стоят на втором месте после людей (Как тут не вспомнить знаменитое «Кадры решают все!»).*

А вот десять заповедей обслуживания клиентов от Сьюэлла:

> **1.** *Заставляйте их возвращаться, спрашивайте, чего они хотят, и давайте им это снова и снова.*

2. *Системы, а не улыбки, ведь только системный подход является гарантией того, что вы делаете работу правильно.*

3. *Обещайте меньше, делайте больше, превосходите ожидания ваших клиентов.*

4. *Когда клиент о чем-то просит, вы всегда отвечаете «да». В тот момент, когда клиент произносит: «А не смогли бы вы…», вы должны быть готовы сказать «да», пускай даже вы пока не представляете себе, как сделать то, чего он от вас хочет.*

5. *Увольте ваших контролеров и весь отдел отношений с клиентами, потому что каждый общающийся с клиентами работник должен иметь полномочия для разбора жалоб и решения проблем.*

6. *Поощряйте клиентов жаловаться, то есть говорить вам о ваших ошибках и недостатках.*

7. *Измеряйте все.*

8. *Платите людям как партнерам, а не как наемным работникам.*

9. *Демонстрируйте уважение к людям, будьте вежливы.*

10. *Узнайте, как работают лучшие, внедрите у себя их систему, а затем улучшите ее.*

Ознакомив читателей со своими заповедями, Сьюэлл предупреждает, что они чего-то стоят лишь в том случае, если вы получаете прибыль. Да, все так. Прибыль (точнее – ее величина) – единственный показатель успешности бизнеса. Другого пока еще не придумали.

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.