



Николай Васильевич Химич
Как создать свой бизнес? 39
секретов создания успешной фирмы
Серия «Библиотечка предпринимателя», книга 1

Текст предоставлен правообладателем.

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=8957821

*Как создать свой бизнес? 39 секретов создания успешной фирмы: ООО «СЕРВИС-ККМ»; Москва;
2014*

Аннотация

Книга предназначена для тех, кто находится в начале бизнес пути, ищет идею, методы и формы будущего бизнеса и хочет оказывать качественные услуги своим клиентам. Даны конкретные рекомендации и алгоритмы по формированию системы продаж, приведены конкретные примеры по созданию бизнеса в розничной торговле и сфере услуг. Проведён анализ влияния человеческого фактора и указаны пути создания клиентоориентированной фирмы. По сути дела, данная книга является сборником простых, но эффективных методов по созданию своего бизнеса.

Конкретные примеры помогут Вам решить проблемы самоорганизации, и Вы сможете избежать многих стрессовых ситуаций при создании бизнеса. Информация позволит Вам жить и работать свободно, ни от кого не зависеть и, при этом наслаждаться жизнью.

Содержание

Введение	5
Дополнение к введению (информация к размышлению)	6
Раздел 1. Что значит стать предпринимателем?	7
Раздел 2. Как начать реализацию своих идей?	9
Раздел 3. Откуда, когда и как появляются идеи	11
Раздел 4. Правила отбора идей. Опыт бизнесменов	13
Раздел 5. Не пренебрегайте интуицией	16
Раздел 6. Что побуждает потребителя купить ваш продукт (услугу)?	18
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Н. Химич
Как создать свой бизнес? 39
секретов создания успешной фирмы

© ООО «Сервис-ККМ», 2014

© Н. Химич, 2014

Введение

У многих из нас периодически возникает идея открыть свой бизнес. Она возникает по разным причинам. Одни хотят полной самостоятельности, другие считают, что, работая в своем бизнесе, они достигнут большей финансовой независимости, а некоторые просто хотят попробовать. А вдруг получится, и они смогут заработать много-много денег, так что хватит и детям, и внукам.

В каждом из нас живет предприниматель и каждый хочет жить и работать свободно, ни от кого не зависеть и при этом наслаждаться жизнью.

Как открыть свой бизнес? Этот вопрос волнует миллионы людей. И практически, это – едва ли не главный вопрос для каждого человека, который становится на путь предпринимательства.

Однако из-за незнания методик открытия бизнеса и других основополагающих алгоритмов для реализации цели, к сожалению, у очень многих эти попытки обречены на провал.

Мы знаем, что за первый год деятельности около 80 % фирм закрывают свой бизнес по разным причинам. И мы за более чем 20-летнюю работу в бизнесе видели достаточно много подобных фирм.

Именно поэтому и была написана эта книга. В ней раскрываются формы и методы по поиску идей, определению миссий фирмы, описание вопросов самого сложного времени – начала бизнеса, а также развитие и обеспечение жизнеспособности фирм.

Также указаны, какие качества вам необходимы для открытия бизнеса. Каким образом найти «золотую жилу» для вашего бизнеса? Детально проанализированы ошибки бизнесменов и предпринимателей при создании своего бизнеса. И в итоге указаны основные шаги для принятия решения и реализации своих идей по организации бизнеса.

Данная книга является сборником простых, но эффективных методов по достижению цели «создания своего бизнеса».

Автор создал десятки своих фирм и имеет значительный практический опыт по вопросам создания, развития, усовершенствования различного рода бизнесов, оказав конкретную помощь более чем сотне фирм.

При открытии бизнеса всегда возникает много проблем. Это понятно каждому. И у многих данные проблемы отбивают охоту для открытия бизнеса.

И тогда человек не видит альтернативы. Но это ошибка! Альтернатива есть и очень простая. Она состоит в том, что вы должны изучить все основы по реализации методов при открытии своего бизнеса, совершать ежедневные эффективные действия.

В итоге вы будете с удивлением наблюдать, как ваши проблемы исчезают, а вместо них появляются желанные и порой казавшиеся недостижимыми результаты.

Конкретные примеры помогут вам решить проблемы самоорганизации, и вы сможете избежать ненужных стрессовых ситуаций при создании бизнеса. Удобный формат позволит держать эту книгу всегда под рукой и руководствоваться ее рекомендациями. Она предназначена для тех, кто в начале бизнес-пути и ищет идею и методы организации бизнеса. А также для тех, кто хочет улучшить и усовершенствовать свой бизнес.

Внедряйте методики и рекомендации, указанные в книге, четко следуйте указанным алгоритмам.

И успех ждет вас! За дело!

Николай Химич

(7288158@mail.ru, kp508@mail.ru)

Дополнение к введению (информация к размышлению)

Перед тем, как вы начнете детально изучать данную книгу, мы сообщим вам достаточно интересную и важную новость. Она заключается в том, что в 2014 году издана книга «Пособие начинающему капиталисту». Она написана как для тех, кто начинает бизнес, так и для тех, кто хочет его успешно развивать. Книгу писал авторский коллектив из восьми человек, каждый из которых прошел достаточно непростой путь в бизнесе от рядового исполнителя (менеджера) до Генерального директора или заместителя Генерального директора.

В книге написаны только практические советы и рекомендации, а также обобщен опыт работы многих фирм. Чтобы вам было проще понять, о чем эта книга, мы кратко представим вам сейчас названия частей книги:

Часть 1: «Принимаем решение о входе в бизнес. Что делать?»

Часть 2: «Бизнес-план. Вы готовы составить его самостоятельно?»

Часть 3: «Как правильно и «чисто» зарегистрировать предприятие?»

Часть 4: «Нужны Парижу деньги. C'est la vie. Идеальные решения»

Часть 5: «Кадры решают все. Как набрать квалифицированный персонал?»

Часть 6: «Тайны мадридского двора. Бухгалтерский учет. Что за ним скрывается»

Часть 7: «Применение кассовых аппаратов. Мифы и реалии»

Часть 8: «Маркетинг: что это такое и зачем он вам нужен»

Часть 9: «Как сделать уникальный «продающий» сайт?»

Часть 10: «Как ликвидировать бизнес без особого риска?»

Каждая часть включает в себя от пяти до одиннадцати глав, в которых, соответственно, раскрыты проблемы, указанные в оглавлении. Для тех, кто хочет приобрести эту книгу: обращайтесь на сайты **www.alfakkm.ru**, **www.servis-kkm.ru**, пишите на электронную почту **kp508@mail.ru**, **7288158@mail.ru** или звоните по телефонам (499) 155-79-51, (495) 452-43-43, (495) 593-17-07, (903) 755-70-82.

Менеджеры окажут вам содействие в приобретении указанной книги.

Раздел 1. Что значит стать предпринимателем?

Предприниматель живёт в каждом. И когда вы принимаете решение вступить в их ряды, то причины, побудившие Вас на это, могут быть самыми разными: возможно, Вас осенила грандиозная по своей простоте идея и вы как Сергей Брин (основатель Фейсбука) через несколько лет возглавите список Форбс, а может вам просто надоело «ишачить на дядю» или вы остались без работы и, махнув рукой на государство, осознали, что «спасение утопающих – дело рук самих тонущих». И вы хотите стать настоящим капиталистом.

В конечном счёте, это не важно. Важно другое. Важно, что у вас хватило смелости и решительности на этот шаг, а, значит, она у вас (эта самая идея) есть.

Однако создать свою компанию очень непросто. А поддерживать ее на плаву, не говоря о развитии, – еще сложнее. Наблюдая за бизнесменами и их бессистемными попытками выйти на орбиту бизнеса, мы видим следующую картину. **Владельцы компаний идут с завязанными глазами по полю, усыпанному граблями, и постоянно на них наступают, шаг за шагом, раз за разом...**

Где же найти конкретный путь к Олимпу, путь к успеху, путь к финансовому благополучию? Не нужно надеяться, что это подскажут теоретики бизнеса. Во-первых, эти люди посвятили свою жизнь науке или голой теории, а во-вторых, если бы они точно знали, как заработать на практике, они бы давно стали или обладателями патентов, или владельцами крупных бизнесов и фирм.

При этом вас поражает обилие все новых и новых бизнес-консультантов, штампующих привокзальную макулатуру из серии «Как заработать триллион». Многие начинающие предприниматели вместо того, чтобы пораскинуть собственными мозгами, надеются что-то выжать из чужой, давно реализованной идеи.

Возможно, вы не самый умный и не самый талантливый. Не исключено, что вы – несобрани и имеете не самую лучшую репутацию или недостаточно грамотны. Может быть, вам не хватает множества достоинств, которыми обладают ваши будущие конкуренты. Да и не в ваших силах сейчас повлиять на конкуренцию. Но у вас, в отличие от других, есть дикое желание заработать своими руками и своей головой достаточное количество денег, чтобы не зависеть в будущем от пресловутой пенсионной реформы и других «благ» государства. **И это ваше самое главное конкурентное преимущество.**

Итак, вы решили вступить в ряды бизнес-армии. Пока еще обутые в обмотки, старые гимнастерки, с трехлинейкой наперевес. И вы должны знать и понимать, что значит находиться в рядах данной бизнес-армии.

В процессе наступления бизнес-армии часто приходится сражаться с превосходящими силами противника, находить нестандартные партизанские методы, выигрывать битвы малым составом, при недостатке ресурсов живой силы и тылового снабжения. Тучи вражеских сил организованы в превосходно тренированные отряды, занятые перехватом и планомерным уничтожением бизнес-идей, которые бизнесмены пытаются провести в жизнь.

Налоговики, пожарные, госорганы, Роспотребнадзор, рейдеры, конкуренты, а также недобросовестные клиенты и работники – войну приходится вести на нескольких фронтах одновременно. Каждый день, каждое утро, каждый вечер...

И только неординарные, выносливые, оптимистичные и волевые люди могут побеждать в этих боях.

Очень трудно покинуть удобную нишу наемного работника и вступить на скользкий путь предпринимательства, не зная, что будет в результате. Можем сразу сказать – **вас ждет полная неопределенность.**

Вам придется решать – хотите вы и дальше чувствовать себя в относительной безопасности и быть защищенными государственными гарантиями и трудовыми договорами? Или рискнете пуститься в свободное плавание в борьбу за создание собственного бизнеса?

В своё время Альберт Эйнштейн написал: *«Значительные проблемы, стоящие перед нами, не могут быть решены на том же уровне мышления, на котором мы их создали».*

Встав на путь бизнеса, вы должны понимать, какие проблемы сразу встанут перед вами:

- ✓ над вами не будет руководителя, трудового договора, все будет зависеть только от вас;
- ✓ вы лишаетесь спокойной жизни, все проблемы – ваши;
- ✓ появится много недоброжелателей, противников и конкурентов;
- ✓ придется решать проблему: а что вы будете продавать или какая у вас будет услуга;
- ✓ соответственно, необходимо будет решить, кому, где и как вы будете предлагать плоды своего труда.

Самое главное: нужно для себя усвоить, что вы уходите из спокойной, размеренной жизни. И, возможно, вы будете напоминать щенка, которого бросили посередине озера и, не умея плавать, он должен каким-то образом выплыть.

Раздел 2. Как начать реализацию своих идей?

Как же подойти к началу реализации своих идей и планов? Реализовать свои неординарные способности нужно изначально через мечту. Ведь вы мечтаете всегда. Человеку свойственно мечтать и представлять: а что же будет в будущем? Представьте себе свой «супербизнес» по мере развития. Думайте, что будет с ним через год, 5, 10 лет. Мечтайте о том, как он превратится в бизнес мирового уровня... В общем, мечты, мечты, где ваша сладость?..

Однако, если не мечтать, любое дело станет неинтересным, скучным и серым. Даже если на вас прольется денежный дождь. Поэтому у каждого из нас есть своя мечта. И мы при ее появлении будем ее реализовывать, естественно, сначала все обдумав, посчитав. Да и советы с родственниками и друзьями вам не помешают.

К примеру, многие хотят сразу открыть свой магазин. Почему магазин? Не парикмахерскую для элитных собак или салон оптики? Почему? Ведь для того, чтобы их открыть, надо как минимум разбираться в собаках, в медицине и т. д., постоянно отслеживать мировые тенденции и т. д. А магазин – это же так просто! Раз – открыл, два – работает, три – мы отдыхаем на Кубе (Мальдивах, Канарах, в Ницце – где вам хочется)! Магазин воспринимается как электронные часы. Купил батарейку, вставил и – порядок.

Но многие даже не подозревают, что любой магазин, автосервис и т. п., как и любой другой бизнес, – это маленький новорожденный ребенок, и уделять времени ему нужно, очевидно, гораздо больше, чем малышу. А с ростом малыша и проблемы растут. Малые детки – малые бедки, большие детки – большие бедки. Помните это. Ведь наверняка вы на себе это уже ощутили...

Если будете мало уделять времени вашему новорожденному бизнесу и доверять за ним присмотр семи нянькам, он может остаться «без глазу».

Еще одно необходимое условие. Перед тем, как начать свой бизнес, изучите себя. В соответствии с результатами изучения подберите для себя подходящую идею. Не все то золото, что блестит. В итоге вы увидите, что многие идеи для вашего будущего бизнеса лично вам не подойдут.

Посмотрим наиболее популярные виды бизнеса, которые открывают начинающие предприниматели:

Таблица 09

Очень часто люди начинают поиск видов бизнеса только в своей области деятельности. К примеру, если человек проработал лет шесть в области компьютерных технологий, то, как правило, все его дальнейшие мысли, идеи, планы находятся в этой же области. Или он умеет хорошо водить автомобиль, и у него только одно желание крутится в голове «как бы создать службу такси». **А на все другие идеи – у него один ответ: я умею только это. Самое плохое, что он в этом действительно убежден.** И это не дает ему возможности развиваться, расти и видеть другие деньги.

На самом деле, человек универсален, обучаем. К тому же опыт работы в одной области при умелом его использовании в другой области зачастую даёт огромный успех. Если вы можете, к примеру, договариваться с кем бы то ни было по любым вопросам, вас, как хорошего менеджера и бизнесмена, деньги ждут повсюду.

Поэтому бизнес-идеи можно выбирать из следующих направлений:

1. Продавать свои знания, умения, услуги.
2. Продавать знания, умения и услуги других людей.

3. Продавать товар других людей.

4. Продавать свой товар, который вы изобрели или изготовили сами.

При отборе – решающий критерий – будет ли это продаваться. И второй – сколько из этого получается денег.

Ниша может быть любой – продавайте то, что пользуется спросом и что покупают ваши покупатели. Ниша необязательно должна быть новой – например, товары и услуги, рассчитанные на неработающих пенсионеров, домохозяек или бизнес-леди, давно представлены на рынке, но все время требуются новые. Или взять к примеру спрос на детскую одежду. Дети рождаются, растут и постоянно нуждаются в обновлении гардероба.

Возникает вопрос у начинающих бизнесменов: а какая же фирма должна быть вообще с точки зрения основных принципов? В первую очередь, должна быть клиентоориентированной, т. е. работать так, чтобы клиенты были восхищены вашим подходом к ним и с восторгом рассказывали всем, какие вы замечательные. Но об этом – чуть дальше.

Каков же алгоритм достижения цели? Как найти ту самую золотую жилу, которая принесет достаток и комфорт вам, вашим сотрудникам, вашим близким?

Раздел 3. Откуда, когда и как появляются идеи

Но при этом, говоря об идеях, следует рассмотреть три важных момента:

- откуда появляются идеи;
- когда они появляются;
- что и как вы делаете с появившейся хорошей идеей.

1. Откуда же появляются идеи? Способов появления новой хорошей идеи для вашего бизнеса в принципе не так уж и много:

- вы сами можете придумать идею;
- вы можете натолкнуться на нее, читая литературу или просматривая Интернет;
- вы можете скопировать или развить уже существующую идею (позаимствовать ее у конкурентов или из другой отрасли);
- использовать франшизы известной фирмы.

Практически на всех бизнес-рынках есть компании-конкуренты. Без конкурентов не обойтись. Но они занимают не все сегменты и ниши рынка. Поэтому можно хорошенько подумать и определить для себя удобную нишу или сегмент.

Как мы уже отметили ранее, по аналогии с новым товаром хорошая идея может быть оригинальной (т. е. вашей собственной), а также прямой или улучшенной копией чужой идеи.

Но откуда они берутся – идеи? Почему одни находят возможности разбогатеть там, где тысячи других не замечают ничего? Как сделать, чтобы идеи все-таки появились? С чего начать поиск?

Способность находить идеи бизнеса – это навык, которому надо учиться. Достаточно один раз научиться генерировать идеи, и вы уже не разучитесь это делать, как один раз научившись ходить, вы этому в течение жизни не разучитесь.

В повседневной жизни мы настолько привыкаем жить по шаблонам, что можем не увидеть ничего нового. Мы часто не замечаем перемен в людях и вещах, которые видим каждый день. Так и с идеями.

Традиционно считается, что лучший способ выявления важных идей состоит в разработке максимального числа идей и последующим отбором перспективных. То есть, это – метод мозгового штурма.

Отметим два этапа для поиска идей при этом.

Первый этап – этап выдвижения «генерации идей». Поощряются любые идеи, включая нереальные и фантастические. Выдвигаем все, что приходит в голову.

На втором этапе производим анализ выдвинутых идей. Основное требование при этом, что к каждой анализируемой идее, нравится она вам или нет, нужно найти рациональную основу.

Теоретически мозговой штурм – это групповой метод. Желательно участников делить на две группы: одна генерирует идеи, вторая – анализирует их.

2. Когда идеи приходят в голову? Спросите себя об этом и других. И вы не удивитесь, если стандартные ответы будут следующими: когда выгуливаю собаку, когда бреюсь, когда принимаю ванну, еду в автомобиле (метро, автобус), когда бегаю, когда засыпаю, иду или нахожусь на концерте и т. д. Знайте это, используйте это и будьте готовы к идеям. Самое удивительное, но мало кто говорит, что хорошая идея пришла к нему в голову во время работы.

3. Как только у вас появилась хорошая идея, обязательно запишите ее — это первый шаг к ее претворению в жизнь. Идея, пришедшая на ум и идея, записанная на бумаге – разные вещи. Запомните: **лучше тупой карандаш, чем острая память!** А, уж, когда вы записали появившуюся идею, теперь надо быстро и качественно воплотить ее в жизнь.

Записывайте любые идеи, что придут вам в голову. Дайте им свободу. Не думайте о практической стороне записываемого вами. Не пытайтесь его оценить или анализировать. Повторяйте эту процедуру периодически, изредка просматривая записи. А вот затем выберите время, что посмотреть написанное вами: найдете много интересного.

Причем самые интересные и оригинальные идеи приходят рано утром, когда вы, встав с постели, собираетесь совершить утренний моцион. Кроме того, помните, что идеи предпочитают появляться внезапно, а не только тогда, когда их ждут. Это может произойти в любой момент.

Но из опыта известно, что если вы сразу эти идеи не зафиксируете, то через минут двадцать, максимум через час вы забудете, что вам пришло в голову. Поэтому рекомендуем сразу записать в блокнот или забить в память своего мобильного телефона.

Основы любого предпринимательства – удовлетворение потребностей. Даже если вы изобретаете великолепное устройство, но оно не удовлетворяет какие-то реальные и важные потребности и желания, никто у вас это не купит. И ваше предприятие потерпит неудачу. Не зря Томас Эдисон говорил: *«Не хочу изобретать ничего такого, что не будет продаваться»*.

Одним из источников получения идеи для создания бизнеса является франчайзинг. Немного истории. Франчайзинг возник еще в 1851 году, а основателем его стал И. Зингер (да, именно тот самый!). Фирма Зингера заключала с дистрибьюторами товара письменный договор на передачу франшизы, которым передавалось право на продажу и ремонт швейных машинок на определенной территории Соединённых Штатов.

Нужно знать следующие термины. Франшиза – это соглашение между двумя сторонами, которое дает человеку или группе право продавать продукцию или сервис, используя при этом торговую марку другого бизнеса.

Франчайзер – юридическое лицо (бренд), которое передает другой стороне право работать под его именем. Франчайзи – лицо, которое принимает данную услугу и хочет работать под данной торговой маркой.

Обычно у франчайзера существует существенный ряд требований к размещению формата бизнеса (магазина), таких, как площадь, местоположение и др.

При этом неоспоримые преимущества франчайзинга следующие:

- ✓ вы используете уже апробированную и успешную бизнес-модель, которую компания обкатала на себе;
- ✓ вы можете открыть известный бизнес с минимальными затратами;
- ✓ магазин (салон и т. п.) может открыть предприниматель даже без опыта работы – франшиза значительно снижает его риски;
- ✓ при правильном выборе торгового места продажи идут сразу же. Так и происходит под уже раскрученным брендом;
- ✓ наличие рекламной маркетинговой поддержки;
- ✓ налаженные связи с поставщиками;
- ✓ бесплатное регулярное обучение данному виду бизнеса и упрощение доступа к получению кредита.

Из минусов франчайзинга можно назвать постоянное перечисление денег, роялти. Есть, конечно, и бесплатный франчайзинг, но вас изначально должно настораживать само слово «бесплатный». Существуют общие правила: **чем легче войти в бизнес, тем менее он привлекателен** или нужно приложить больше усилий для продвижения бренда.

Поэтому совсем бесплатно, как правило, можно «купить» франшизу» лишь нераскрученной торговой марки. Риск потерпеть неудачу в этом случае достаточно велик.

Итак, ответ очень прост: ничто не вечно под луной. Настоящее правило успеха – следующее: продавайте то, что люди или компании уже покупают.

Раздел 4. Правила отбора идей. Опыт бизнесменов

Итак, множество идей у вас есть. Очевидно, более чем необходимо. Теперь нужно решить, что делать с ними дальше. Вы прекрасно понимаете, что анализ эффективности идей – это самый сложный процесс.

Но на данном этапе достаточно провести упрощенную оценку идей. И ответить, как минимум на четыре вопроса:

Вопрос первый. Нужно ли это рынку:

✓ Захотят ли ваш товар (услугу) покупать? Поэтому нужно определить, кто может стать вашим покупателем (клиентом)

✓ Смогут ли это купить? Понятно, что одного желания мало. Нас интересует спрос, подкрепленный деньгами. К примеру, если у половины жителей Москвы есть потребность в «Инфинити» (или личном вертолете), это еще не факт, что у них будут деньги на это.

Вопрос второй. Конкурентоспособно ли это? Сделайте анализ наличия своего товара (услуги) в магазинах. Опросите знакомых: может быть, рынок давно этим завален. А, может быть, есть реально свободная ниша. Если этот товар (услугу) никто не предлагает, подумайте очень тщательно: повезло ли вам придумать что-то уникальное или такой товар просто никому не нужен. Чтобы не было как в анекдоте об Индейце Джо: «Почему его никто не ищет? Да не нужен он никому!»

Вопрос третий. Сможете ли вы все это осуществить? То есть, нужно четко оценить свои возможности по наличию денег, знаний, опыта, связей и т. д.

Вопрос четвертый. Выгодно ли это? Создав нужный рынку продукт и продав его по привлекательной цене, будут ли ваши доходы достаточными. Или, как мы говорили ранее, продаем яйца «в ноль», зато при деле.

Добавим к вышеизложенным методам поиска идей еще некоторые. Итак, что же **нужно предложить** для организации нового бизнеса?

1. Что-то новое. Например, вы предлагаете новый товар, услугу или технологию. Опять же имейте ввиду, что в нашей «Стране Советов» легче всего найти человека, который с ходу перечислит все то, что вы никогда не сможете сделать.

Посмотрите на того, кто дает совет, является ли он образцом успеха. Помните, что люди всегда критикуют то, что не могут получить. То, что им хотелось бы, но не выходит.

2. Что-то более совершенное. Вы улучшаете уже существующий товар или услугу, они становятся удобнее, дешевле, надежнее, быстрее, функциональнее и т. п. Ваш успешный стартап может масштабироваться на существующем продукте, который вы делаете более востребованным на рынке.

Общая ошибка в стартапах – это попытка поднять именно свои продажи, взлететь с собственной идеей. За стартапом обязательно должен стоять крупный, солидный бизнес.

3. Новый или недостаточно разработанный участок рынка. Это – участок рынка, который в данный момент способны обеспечить ваши конкуренты, но спрос на который превышает предложение. Или, соответственно, имеются какие-то географические районы, где этот бизнес ещё не утвердился.

Чтобы добиться успеха, необязательно придумывать новую идею. Более того – большинство хороших прибыльных предприятий основаны на заурядных идеях. Более того – новая идея может быть помехой: легче завоевать уже существующий участок рынка, чем создать новый. **Лучше идти по проторённым тропам.** Ведь эти люди или фирмы уже потратили много времени и денег на развитие своих идей. Они искали поставщиков, создавали рынок, наводили связи. Лучше воспользоваться их опытом и пойти по их пути.

К тому же, некоторые блестящие идеи новых предприятий уже воплощались раньше, причем зачастую очень и очень долго. Очень часто начали доминировать крупные компании, которые забывают своих мелких клиентов или забрасывают отдельные ниши. Это может дать вам возможность «перехватить» таких клиентов. Думайте и об этом.

При всем многообразии различных видов и типов бизнес-направлений на самом деле для выбора направления можно выделить четыре основные, когда вы сможете:

- ✓ Производить что-то самостоятельно с целью продажи (производство);
- ✓ Заняться торговлей и продавать товары, произведенные кем-то другим;
- ✓ Не предлагать никаких физических товаров, но оказывать услуги;
- ✓ Заняться посредничеством, то есть просто сводить тех, кто производит или оказывает услуги с теми, кто хочет это купить.

Не нужно бояться слова «**производство**», поскольку производство тоже может быть малым. Коротко перечислим некоторые виды производственной деятельности. Их можно разделить на пищевую промышленность и товары народного потребления.

Примеры товаров пищевой промышленности:

- ✓ Обработка продуктов сельского хозяйства: мука, сахар, растительное масло, гречиха и др.;

- ✓ Молочные продукты, творожные, йогурты и др.;
- ✓ Макаронные изделия различного ассортимента;
- ✓ Полуфабрикаты и замороженные продукты;
- ✓ Хлеб, хлебобулочные изделия;
- ✓ Колбасные изделия;
- ✓ Специи, майонез, кетчуп, горчица и др.

Примеры товаров народного потребления:

- ✓ Изделия из пластмассы, дерева, металла;
- ✓ Изделия из камня: тротуарная плитка, памятники и т. д.;
- ✓ Корпусная и мягкая мебель;
- ✓ Материалы для строительства и ремонта: кирпич, обои, краска и др.;
- ✓ Косметика, бытовая химия, удобрения и др.

А вот при недостаточном стартовом капитале проще начинать работу **в сфере торговли**. При невысоких вложениях можно заняться следующими видами торговли:

- ✓ Торговля с доставкой на дом, торговля вразнос;
- ✓ Уличная торговля, торговля на рынке;
- ✓ Торговля по почте, телефону;
- ✓ Торговля через торговые автоматы;
- ✓ Торговля через Интернет.

А вот что именно выгоднее и лучше продавать – вы легко можете определить, просто если пройдете по улицам своего города и рассмотрите предполагаемый ассортимент товаров. Также рекомендуем взять любой телефонный справочник, и вы увидите множество предприятий, которые продают такое же множество товаров.

С еще меньшими затратами можно начать бизнес **в сфере услуг**. Перечень услуг огромен: от детского сада до ночного клуба, от фотоуслуг до строительства, от ремонта автомобилей до курьерской доставки и т. д.

При этом практически каждый будущий предприниматель может найти здесь нишу для своего бизнеса в соответствии со своими интересами, желаниями и финансовыми возможностями.

Мы можем выделить следующие направления услуг:

- ✓ Общественное питание;

- √ Здравоохранение, спорт, красота;
- √ Финансовые услуги;
- √ Бытовые услуги;
- √ Информационные услуги;
- √ Культура, досуг;
- √ Связь;
- √ Транспорт;
- √ Образование, воспитание;
- √ Услуги безопасности.

Этим занимаются многие. Можете заниматься и вы. Посмотрите на эти виды услуги с точки зрения бизнесмена. А почему бы вам самим не заняться этим? Возьмите первый попавшийся пункт из списка и поразмыслите подобным образом. Вы будете приятно удивлены обилием возможностей.

Стать посредником, в общем-то, несложно. Большинство сегодняшних миллионеров начинали свое дело именно так. Никакой рынок без посредников существовать не может. Ведь посредник – это лицо или организация, которая стоит между производителями и потребителями товаров и услуг или обеспечивает предприятие необходимым сырьем, или помогает с большей выгодой продать покупателю товар или услугу.

Работая посредником, вы можете начать продавать любой товар без стартовых вложений, практически без риска, но действуя под именем известной раскрученной фирмы.

Можно оказывать постоянные или разовые услуги. Можно работать на несколько фирм. Можно работать с местной компанией или стать ее региональным представителем. Просмотрите рекламные разделы в газетах и журналах. Много фирм ищут представителей или торговых агентов. Эти объявления помогут вам найти свое место в большом рынке посредников.

Стоит дополнительно рассмотреть ведение бизнеса «business-to-business». Это – деятельность, нацеленная на продажу товаров и услуг другим фирмам. При этом многие предприниматели предпочитают заниматься оказанием услуг именно фирмам и предприятиям, аргументируя это тем, что работать с ними более выгодно, чем с частными лицами.

Если вы вернетесь к спискам видов деятельности в сферах торговли и услуг, приведенных выше, и подумайте по каждому виду деятельности, то наверняка вы найдете услугу или продукт, которые можно предлагать не только частным лицам, но и предприятиям.

Раздел 5. Не пренебрегайте интуицией

Если вы считаете, что нашли новый путь обеспечить потребителя тем, что ему действительно нужно, скорее всего, так оно и есть. Не слушайте тех, кто говорит: это уже было, это уже пробовали.

Подобные мысли убивают новые идеи. Избегайтесь их. Под солнцем – бездна неизвестного. Ваша идея может дать начало вашему бизнесу. Стремитесь к этому. Пусть она принесет плоды и поможет вам обрести свое место под солнцем.

Не пренебрегайте интуицией. Вспомните, как учатся держаться на велосипеде: когда теряется равновесие, все крутят руль в ту же сторону, в которую заваливаются и за счет центробежного ускорения падают еще быстрее. Только после того, как организм приспосабливается поддерживать баланс, что-то начинает получаться. С бизнесом та же история: цены, кредиты, фирмы – все это потом, сначала – трансформация полученной информации в идею.

Приведем вам несколько интересных примеров, которые восхищают всех. Ведь многие могут нам говорить, что мы бездарны, даже близкие не всегда верят в наш успех. Многих нас считают неудачниками, слабаками, необразованными, да и неумехами – тоже. И самой большой трагедией является то, человек этому верит.

Однако, приведем вам несколько примеров о гениях, которые изменили весь мир:

✓ учитель Бетховена считал его абсолютно бездарным учеником;

✓ Эйнштейн не говорил до четырех лет. Учитель характеризовал его как умственно отсталого человека;

✓ наш соотечественник Менделеев имел тройку по химии;

✓ великий Уолт Дисней был уволен из газеты за недостаток идей;

✓ отец великого скульптора Родена говорил: *«У меня сын – идиот. Он трижды не поступил в школу искусств»*;

✓ когда Маркони придумал радио и рассказал друзьям, что будет передавать слова на расстоянии по воздуху, те посчитали его сумасшедшим;

✓ об ансамбле «Битлз» говорили: *«Нам не нравится их звук и вообще гитара – это вчерашний день»*.

Не бойтесь, когда над вами смеются, не понимают вас или ругают. Не верьте тем людям, которые считают вас неудачником.

Представьте: если бы эти гении поверили в то, что им говорят, как бы выглядел наш мир? А как нужно относиться к советам? Не к советам профессионалов или авторитетов в данной области, а к советам людей, проводящих кучу времени на диване, не отрываясь от компьютера или телевизора. Которые при этом отлично «знают» как вам жить, как правильно вести бизнес и управлять им. Причём, как правило, их советы сводятся к тому, что не делать. Если их свести воедино, получится, что лучше вообще ничего не делать.

В бизнесе эти советчики отлично знают миллион причин, по которым вам даже не надо пытаться организовывать какой бы то ни было проект: всё равно всё провалится. Потому что: налоги огромные, чиновники жадные, конкуренция сумасшедшая, да и вообще – никому это не нужно.

Имейте ввиду, что в 90 % случаев – это оправдания и отговорки для других и для самого себя, чтобы просто не шевелить извилинами. Подобные люди будут насмерть стоять, объясняя свою точку зрения, почему это не может получиться, вместо того, чтобы просто один раз сделать.

Научное объяснение их поведению – им на вас наплевать и им это ничего не нужно. И таких людей очень много. Поэтому абсолютно спокойно относитесь к подобным категориям людей и подобным явлениям.

Вы должны занимать такую позицию «Критикуй и предлагай». Если шибко умный критик не предлагает конкретной и достойной альтернативы, говорите ему ставшее модным словосочетание «Давай до свидания!».

Если вы поверили в себя, то всего добьетесь. Если нет – то не добьетесь никогда и ничего. А ведь у каждого из нас есть нераскрытый потенциал, в каждом из нас живет великий человек. Главное – разбудить его, помочь ему преодолеть «серость», «бездарность» и «болото».

Раздел 6. Что побуждает потребителя купить ваш продукт (услугу)?

Хотите заработать миллион? Будьте ближе к практике. В современном предпринимательстве правят бал не нефтяные вышки и золотые прииски, а человеческие потребности. Истинный принцип капитализма звучит так: «Чем большему числу людей я приношу пользу, тем больше прибыли я получаю». Оглянитесь, проанализируйте: чего вам лично не хватает. Поговорите с близкими, прислушайтесь к случайным разговорам – подсказки вокруг вас.

Практическое знание всегда более актуально, чем знание теоретическое. Ни один успешный предприниматель не заработал свои капиталы, преобразая теорию в практику. Все отталкивались от реальности. Не верьте, что все уже придумано до вас.

Помните, что потребители покупают продукцию или пользуются услугами по одной из трех причин:

- 1) Чтобы решить какую-то проблему.
- 2) Чтобы получить удовольствие.
- 3) Либо для того и другого одновременно.

А в самом общем случае причины, которые влияют на решение покупки, опираются либо на отрицательную, либо на положительную мотивацию.

Отрицательная мотивация:

- ✓ Избавиться от чувства страха (беспокойства);
- ✓ Избежать потерь;
- ✓ Предотвратить изменения;
- ✓ Избежать критики, насмешек, состояния замешательства;
- ✓ Избежать усилий;
- ✓ Не упустить возможность;
- ✓ Избежать физической боли (болезни);
- ✓ Избежать стресса и проблем.

Положительная мотивация:

- ✓ Сэкономить время;
- ✓ Получить или сохранить комфорт;
- ✓ Получить удовольствие;
- ✓ Заработать денег;
- ✓ Удовлетворить чувство жадности;
- ✓ Получить высокий статус, улучшить имидж;
- ✓ Получить похвалу, признание, одобрение других;
- ✓ Быть популярным;
- ✓ Привлечь внимание противоположного пола;
- ✓ Удовлетворить любопытство;
- ✓ Быть уникальным;
- ✓ Быть в безопасности;
- ✓ Стать счастливым.

У любого бизнесмена-технаря есть мечта придумать или вечный двигатель, или космический корабль, или что-то такое, чего нет в мире, и на этом сколотить миллионы и миллиарды. Не пытайтесь идти подобным тупиковым путем. А уж если есть здравая мысль, то не бойтесь начинать выделяться из серой массы.

Основной взгляд на выбор покупателя основан на ценностях товара (услуги). **Цена как категория уже не играет главную роль.** Для покупателя гораздо важнее другие характеристики товара или услуг.

Ценность – это то, что человек приобретает в обмен на цену. Это стоимость в денежном выражении технических, экономических, социальных, эксплуатационных (обслуживание) и прочих преимуществ, получаемых клиентом в обмен на уплачиваемую цену.

При этом изменение цены практически не влияет на набор преимуществ (т. е. на ценность), но влияет на готовность клиента воспользоваться предложением. С другой стороны, **ценность – это сочетание цены и качества.** Когда вы выбираете себе шубу, то готовы заплатить больше, чтобы получить качественную вещь, которая прослужит вам несколько лет. Подобным же образом клиент будет готов заплатить больше за услуги, к примеру, вашей типографии, если вы выполняете заказ быстрее, чем ваши конкуренты, и сделаете меньше опечаток.

Таким образом, коммерческое предложение состоит из двух базовых характеристик – ценности и цены. А сервис и совершенство – преимущество в конкуренции, которое позволит вам повышать цены. При этом цена не является потребительской ценностью.

С рациональной точки зрения, ценность часто представляют в виде формулы:

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.