Александр ВЕРЕЩАГИН
Александр СТАРОДУБЦЕВ

СТАРТ БИЗНЕСА!

ЛЕГКИЙ СПОСОБ СОЗДАТЬ ПРИБЫЛЬНЫЙ БИЗНЕС С НУЛЯ

ВЕСЬ

Александр Верещагин

Старт бизнеса! Легкий способ создать прибыльный бизнес с нуля

ИГ "Весь"

2017

УДК 159.9
ББК 86.42

Верещагин А.

Старт бизнеса! Легкий способ создать прибыльный бизнес с нуля / А. Верещагин — ИГ "Весь", 2017

ISBN 978-5-9573-3168-1

Открыть собственное дело с нуля несложно. Главное – преодолеть страхи и поверить в свои силы. Многие бизнесмены начинали свою деятельность, не имея практически ничего, и сумели добиться больших успехов. Как начать свое дело с нуля без опыта – рассказывают эксперты в построении бизнеса и предприниматели Александр Верещагин и Александр Стародубцев. Они описывают пошаговую технологию открытия бизнеса, приводят примеры из собственной бизнес-практики, а также рассказывают истории успеха известных корпораций. Вы узнаете, как и где искать правильных людей, как заставить работать даже самого ленивого сотрудника, как повысить продажи до максимума и как продвигать свой товар в социальных сетях. Неважно – начинающий вы руководитель или занимаете эту должность давно, – эта книга будет вам незаменимым помощником в любом случае. И особенно она будет полезна людям, которые только хотят основать свой бизнес и стремятся стать профессионалами своего дела. В ней раскрыты все секреты, которые помогут добиться небывалых высот.

УДК 159.9
ББК 86.42

ISBN 978-5-9573-3168-1

© Верещагин А., 2017
© ИГ "Весь", 2017

Содержание

Отзывы 8
Вступление 10
Алгоритм наших действий 11
Старт бизнеса! 13
Тренинг «Старт бизнеса! Пошаговый рабочий алгоритм» 15
Бизнес под ключ: есть ли смысл? 18
Ограничения и страхи 19
Отправная точка 20
Эффективный алгоритм выбора нужной ниши 22
Советы по выстраиванию бренда 24
Постановка цели по системе волшебного пинка 25
Наиболее важные навыки бизнесменов 27
В каких случаях вам поможет только бизнес-консультант? 32
Как создать маркетинг-кит, который продает 37
Как и где искать правильных людей? 39
Десять советов, как принимать на работу новых сотрудников 41
Шаблон анкеты для претендента на вакансию 45
Шаблон отбора претендентов на вакансию по конкурсу 47
Как правильно нанимать фрилансеров 48
Как заслужить доверие в коллективе 49
Конец ознакомительного фрагмента. 50

Александр Верещагин, Александр Стародубцев Старт бизнеса! Легкий способ создать прибыльный бизнес с нуля

* * *

Александр Верещагин – человек, который помогает другим двигаться вперед и добиваться результатов.

Эксперт в области повышения личной продуктивности. Действительный член ассоциации практических психологов ГИПНАРТ. Автор множества статей и книг по саморазвитию.

Среди его книг: «Как все успевать? 4 навыка эффективного управления временем», «Сила привычки: как стать по-настоящему успешным», «Настольная книга высокоэффективных людей», «Жизнь с чистого листа» и др.

Среди его клиентов – руководители компаний, политики, бизнесмены и звезды шоу-бизнеса.

Свое кредо он формулирует так: «Моя миссия – помогать людям в решении их проблем, самому гармонично развиваться во всех сферах жизни и обучать этому. А также увеличивать личную эффективность людей в плане „как успевать все“».

Адрес для связи: **avtrener@gmail.com**

Александр Стародубцев – интернет-предприниматель, помогающий бизнесменам увеличивать продажи.

Эксперт в разработке продающих лендингов. Обучает клиентов маркетингу и дизайну. За 8 лет активной деятельности им было разработано более 200 проектов. Более 20 проведенных тренингов и мастер-классов по управлению бизнесом, построению отделов продаж, оптимизации и автоматизации бизнеса, увеличению продаж в сферах B2B и B2C, продажам и переговорам.

На данный момент консультирует крупные торговые компании в России и за рубежом. А также занимается продвижением своего интернет-агентства «Electus» и интернет-магазина «Elita-Time».

Адрес для связи: **elita.tmb@gmail.com**

Отзывы

Саша – это кладезь знаний. Он способен с невероятной скоростью изучать самые сложные материалы и выдавать их простейшим и понятным алгоритмом, который будет доступен любому пользователю. Эту способность – выражать мысль легко и доступно – действительно можно назвать талантом. Все самое сложное – становится понятным. А все понятное – можно легко применять в жизни. Мы живем в мире информационного мусора, а Александр Верещагин учит вычленять из него полезное.

Михаил Сон, практикующий психолог, бизнес-тренер IPS. Эксперт по безопасной работе с психологическими установками

Книга рассказывает о том, как с нуля построить свой бизнес и стать в своей нише номером один. В ней есть то, чего не хватает многим бизнес-книгам – практические алгоритмы!

Юлия Божедомова, действительный член Всероссийской организации «Национальная ассоциация нейрореабилитологов», автор тренинговых программ для специалистов

Александр Стародубцев – один из лучших специалистов в сфере интернет-маркетинга. Из всех, к кому я обращался, его работы отличаются качеством, индивидуальным подходом и уникальностью. Благодаря ему я за короткий срок смог продвинуть свои услуги в интернете и увеличить прибыль.

Кирилл Зацепин, юрист в области гражданских и уголовных дел

Вступление

На темы построения и продвижения бизнеса написано очень много книг, но мы постарались написать такую, которая не конкурировала бы с уже существующими, а стала бы существенно их дополнять.

Мы не стали повторять уже давно известные концепции, принципы и методы, но затронули те моменты, которых нет в других книгах. Да и писать «все обо всем» и «все в одном» не имеет смысла. Получится несколько толстых томов, которые никто не станет читать. Поэтому эта книга станет идеальным дополнением к теоретическим работам по построению своего бизнеса.

При написании этой книги мы ставили себе цель помочь вам создать свой бизнес и осуществить свою мечту самым легким способом, а также раскрыть секреты увеличения продаж. Вся информация, которая нужна вам на первых этапах, есть в этой книге. Что было слишком сложно – мы упростили, что ненужно – убрали. И создали пошаговый алгоритм «делай раз, делай два и получи нужный результат».

Книга получилась ориентированной на практику: много советов, упражнений, кейсов, алгоритмов, секретов и правил. Все четко и по делу. Поэтому она отлично подойдет не только собственникам бизнеса, руководителям компаний, но и бизнес-консультантам, которые хотят повысить свое мастерство, а также людям, которым интересно:

• овладеть навыками лучших бизнес-консультантов,
• помогать предпринимателям выстроить успешную бизнес-модель,
• узнать авторские методики от лучших специалистов;

и которые хотят:

• расширить сферу применения своих навыков для бизнес-клиентов,
• получить рабочие инструменты и кейсы для увеличения продаж,
• повысить эффективность своего бизнеса и вывести его на новый уровень,
• дополнить свои знания,
• зарабатывать в роли бизнес-консультанта, тренера,
• с нуля стать номером один в своей сфере за минимально короткий срок.

И не важно – начинающий вы руководитель или занимаете эту должность давно – эта книга будет незаменимым помощником для каждого. Она будет очень полезна для людей, которые только хотят стать руководителями или открыть свой бизнес, стать профессионалами своего дела. Ведь в ней есть все основные знания, которые помогут добиться небывалых высот!

В этой книге мы обобщаем свой личный опыт и опыт лучших экспертов, который изучали на протяжении длительного времени.

Алгоритм наших действий

Прежде чем вы перейдете к чтению, нам бы хотелось рассказать, по какому принципу построена эта книга и какая информация в ней содержится.

В книге шесть основных глав и три дополнительные. Каждая глава раскрывает самые главные практические аспекты. После прочтения нужно отрабатывать материал на практике. Например, прочитав, как правильно искать сотрудников, но не выполнив задания, переходить к следующей главе про увеличение эффективности сотрудников, не имеет смысла. Кого вы будете учить этой эффективности, если у вас никого нет?

Читать книгу нужно только в том случае, если вы полны решимости достичь результата!

Если вы хотите просто почитать – эта книга не для вас.

Первая глава предназначена для людей, которые только хотят открыть свой бизнес, но не знают, как это делается. Она построена по принципу тренинга:

краткая теория + вопросы + упражнения + ваши действия = результат.

Вторая глава рассказывает о том, как определить, какие люди вам нужны и где их найти.

В третьей главе мы раскроем секреты, как увеличить свою личную эффективность и эффективность ваших сотрудников.

В четвертой главе поговорим о тренинговом бизнесе с той стороны, о которой предпочитают молчать. А также дадим советы, как построить свой тренинговый бизнес и стать лучшим бизнес-тренером.

После того как бизнес будет построен (или хотя бы будет намечен путь), люди найдены и обучены, перейдем к секретам маркетинга и продаж. Об этом в пятой главе.

Изначально мы не планировали включать в книгу шестую главу, но на момент написания книги нам пришло очень много писем, чтобы мы поделились этим алгоритмом. И в итоге мы подробно его описали по принципу: бери и делай!

А в конце книги вас ждет уникальный материал – это VIP-блок с упражнениями и уникальные кейсы от лучших бизнес-экспертов, которые поделились своими знаниями специально для вас.

Но меньше слов – больше действий!

Старт бизнеса!

СТАРТ БИЗНЕСА!

Если вы ставите на лошадь, это азартная игра. Если вы ставите на то, что вытащите из колоды три пики, это развлечение. Если вы ставите на то, что шерсть поднимется на три пункта, это бизнес. Понимаете разницу?

Уильям Шеррод

Тренинг «Старт бизнеса! Пошаговый рабочий алгоритм»

Мы отойдем от привычной модели обучения и не будем рассказывать, что свой бизнес – это круто. Вы и так все прекрасно понимаете, «зачем вам это». Тем более мы на 100 % уверены, что если бы вы не понимали, зачем вам бизнес, то не стали бы покупать эту книгу. Юридические аспекты мы также не будем затрагивать, так как эта тема довольно обширная и сложная. Вместо этого мы пойдем по другому пути:

- сначала определим стартовое положение;
- выстроим алгоритм;
- поймем, что нам нужно, а чего не хватает;
- поставим цели;
- а дальше пойдем по тому пути, который наметили во введении.

Для начала давайте определимся с тем, какой бизнес вы хотите открыть. Понимание этого и будет отправной точкой, неким фундаментом, на котором будет выстраиваться весь дальнейший алгоритм действий.

Секрет 1. Успешный бизнес не тот, который основывается на успешной бизнес-идее, взятой из книг или сайтов, а тот, который заставляет вас гореть изнутри.

Секрет 2. Двухшаговая модель создания рентабельного бизнеса выглядит так: найти проблему – создать решение.

Секрет 3. Если нет денег, то не спешите брать кредиты. Попробуйте начать с нуля. Если получится, значит, это то, что вам нужно.

Секрет 4. Пессимисты в бизнесе не выживают…

Если говорить просто, то бизнесом можно назвать любой обмен денег на товар или услугу, которая предоставляет ценность для клиента. Например, вы хорошо умеете реставрировать старые фотографии. Другие люди это не умеют делать, но у них есть потребность в том, чтобы дать новую жизнь фотографиям, которые им дороги. Представьте, как это классно: увидеть фотографию вашего дедушки в хорошем качестве, да еще и в цвете, как будто она была сделана только вчера. Это ценно? Еще как! Поэтому, прежде чем мы перейдем к практической части, ответьте на два вопроса: «Какую ценность я могу дать людям?» и «Готовы ли они платить за нее?» Запишите свои ответы:

Секрет 5. Не стройте бизнес по шаблону. Ваша задача – сделать так, как никто не делает.

Секрет 6. Чтобы создать революционный продукт, нужно найти продукты (услуги), на которые вы равняетесь, которые считаете идеалом, выделить их лучшие качества и сделать все по-другому.

Блок 1. Первоначальный алгоритм

• Выбрать ИП или ООО.

• Приготовить документы для регистрации (сейчас это можно сделать, не выходя из дома, через интернет).

• Оплатить госпошлину.

• Подать документы в налоговую.

• Получить документы.

• Открыть расчетный счет.

• Приступить к работе.

Многие люди боятся открывать свой бизнес потому, что изначально представляют его таким, каким он должен быть на пике развития. Если магазин – то сразу гипермаркет, если кафе – то ресторан, если хостел – то пятизвездочный отель. Такой подход является неверным. Нужно всегда начинать с малого, если не магазин, то ларек или торговая палатка. Не стоит этого стесняться. Это хороший старт, дающий опыт, благодаря которому впоследствии будет и магазин, и гипермаркет. Самое главное – начать! Не бойтесь потратить три года на построение своего бизнеса, бойтесь в 40 лет жить от аванса до зарплаты.

Секрет 7. В самом начале своего пути всем нужно заниматься самому. Вы должны понять, как все устроено и как работает. А уже познав это, начните искать себе помощников, на которых переложите определенные обязанности.

А как же кризис?

В последнее время часто из уст людей можно услышать, что сейчас кризис и открывать и делать что-то свое не самое подходящее время. Мы с этим не согласны. Да, не спорим, что какие-то товары продаются лучше, а какие-то хуже. Продажи зависят от потребностей людей. В разные временные отрезки они разные. Но давайте вспомним, сколько кризисов было за последние лет двадцать? Что не год, то кризис! А компаний от этого меньше не стало. Кто-то благодаря кризису очень хорошо продвинулся, а кто-то давно ушел в небытие. В этой гонке выживают умные люди, готовые постоянно трудиться и развиваться.

На наших глазах за 2016 год закрылось не одно предприятие. И, анализируя причины, мы пришли к выводу, что у руководителей этих предприятий полностью отсутствовало желание развиваться. Как в личностном, так и в профессиональном плане. Они не читали книги, не учились чему-то новому и никогда не брали пример с лучших в этой нише, а их любимая отговорка: «Мы делаем так, как делают все. Всегда так было, во все времена. Я не знаю, что

такое маркетинг, и слава Богу, что не знаю». В итоге бизнес развалился, образовалась куча долгов, а виноваты были клиенты или экономика.

Если раньше можно было открыть магазинчик в жилом доме и не волноваться о покупателях, то теперь практически у каждого дома в шаговой доступности находятся супермаркеты и гипермаркеты. Можно ли им противостоять? Можно, но об этом мы поговорим в главе «Продавай и продвигай».

Открывать свой бизнес в кризис можно и нужно, если вы хотите реализовать свою мечту. А если будете ждать, когда экономика наконец-то станет стабильной, то… «быстро состаритесь», не дождавшись этого момента :).

Бизнес под ключ: есть ли смысл?

Наверное, каждый человек, который хотел открыть свое дело, задавался вопросом: «А может лучше взять на себя готовый бизнес? Все придумано и расписано за меня, или все же не вариант?»

Разберемся в этом вопросе поподробнее и выявим все плюсы готового бизнеса.

• Бизнес известен, работает и приносит деньги.
• Штат сотрудников сформирован, готов и умеет работать.
• Организационные вопросы решены.
• Бизнес работает по сформированной стратегии.
• Наличие клиентской и партнерской базы.
• Наличие полной информации о конкурентах.
• Договор на аренду помещения заключен.
• Фирма зарегистрирована.
• Расчетный счет открыт.

Но там, где есть плюсы, есть и минусы. Когда человек покупает готовый бизнес, у него есть риск потерпеть убытки. К тому же надо знать, как управлять бизнесом в целом. То есть опыт в этой сфере обязательно должен быть!

Идеальным вариантом может выступить франшиза.

Франшиза – это договор между вами и крупной корпорацией, имеющей свой бренд. Грубо говоря, вы берете в бессрочную аренду торговую марку компании и получаете право на ее использование в своем регионе.

Одним из примеров является Макдональдс. Именно он впервые был открыт в России по инициативе российских бизнесменов.

Здесь, конечно, многое надо сделать самому, но вы только подумайте: вам дают точную схему для получения прибыли. А многие расходы расписаны наперед.

Другие бизнесмены поднимают свой бизнес с нуля, после чего достигают больших успехов. И чтобы получить сверхприбыль они продают уже свою франшизу. А купленный бизнес приносит новому владельцу успех и стабильный доход. Ему предоставляется все: товар, оборудование, обучение консультантов, в ряде случаев даже деньги будут увозить в банк без какого-либо его участия.

Но будьте аккуратны при покупке бизнеса под ключ. Можно нарваться на мошенников!

И все же лучше самому начинать бизнес с нуля, тогда вы сможете вырастить его до больших размеров, а дальше самому продавать франшизу своей компании. Но, это только наше мнение, вы должны выбрать то, что будет лучше и удобнее для вас.

Ограничения и страхи

Вы наверняка слышали о таком понятии, как зона комфорта. И наверняка понимаете словосочетание «расширение зоны комфорта». Так вот, именно неспособность, неумение или нежелание расширять рамки своей зоны комфорта является самым сильным тормозом на пути к успеху.

Нам с самого детства говорили, что надо быть как все, не надо высовываться, красоваться и показывать себя, то есть живи, как все живут, и будет тебе счастье. Вот только счастья-то нет…

Обычно когда человек проявляет инициативу, открывает свой бизнес, начинает что-то свое, то сразу слышит поток критики, даже от близких. Но посмотрите на всех великих людей. – Они довольно заметные и яркие фигуры. У каждого из них есть своя изюминка, которую они не побоялись использовать. Как думаете, существуют ли известные люди, которых совсем не критикуют?

Еще одним ограничением у начинающих бизнесменов является недооценка собственных возможностей, что в свою очередь приводит к распаду бизнеса (если он уже есть).

Многие начинающие бизнесмены боятся глупо выглядеть в чужих глазах. Это в первую очередь связано с неуверенностью в себе. Тут сказать можно только одно: перестаньте зависеть от чужого мнения. Если человека или компанию критикуют, – значит, они все правильно делают. Если же не критикуют, – значит, они ничего не делают.

Вспоминается одна интересная притча про чужое мнение:

> *Один муж хотел помочь своей жене, у которой, как он подозревал, были проблемы со слухом. Однажды вечером он стал у нее за спиной на противоположном конце комнаты и шепотом сказал:*
>
> *– Ты меня слышишь?*
>
> *Ответа не последовало, он подошел поближе и повторил:*
>
> *– А сейчас слышишь?*
>
> *Результат был тот же.*
>
> *Он подошел еще ближе и спросил:*
>
> *– Ты меня слышишь?*
>
> *Так и не услышав ответа, он, наконец, повторил свой вопрос, стоя у нее прямо за спиной.*
>
> *Она повернулась к нему и сказала:*
>
> *– В четвертый раз говорю: да!*
>
> *Мораль: мы думаем, что с другими что-то не так, а оказывается – проблема в нас самих.*

Отправная точка

Когда любой предприниматель только решает начать бизнес, у него есть отправная точка. Например, он решает продавать какой-то конкретный товар или услугу. И как только начинает свой бизнес, он терпит поражение: товары не продаются, деньги не зарабатываются. И в отправной точке своего бизнеса он только тратит время. Что потом?

Потом предприниматель начинает анализировать, в чем проблема, и приходит к выводу, что это не та ниша, и организовывает другой бизнес. На этот момент у него уже есть опыт организации и ведения бизнеса, что дает ему преимущество. И теперь у него что-то начинает получаться: есть какие-то продажи, какой-то доход. Он начинает понимать, что если в этой нише у него что-то получается, то можно организовать бизнес крупнее. А в этом бизнесе у него начинает получаться еще лучше: продаж больше, доход тоже больше.

Вы можете ошибочно подумать, что последний бизнес получился удачным из-за правильно выбранной ниши, но это не так. Ни один известный бизнесмен не открывал сразу успешную компанию и не становился сразу знаменитым и богатым. Каждый когда-то начинал с отправной точки, которая терпела поражение, и проходил множество этапов реорганизации бизнеса, пока не достигал успеха.

Именно эта отправная точка помогла прийти к успешному бизнесу. Но, к сожалению, многие сразу после нее сдаются с мыслями: «Бизнес – это не мое. У меня ничего не получается».

Не сдавайтесь! Как говорится: «Чтобы начать успешный бизнес, его придется начинать десять раз».

Секрет 8. Будьте готовы ко всему, но стремитесь к успеху.

НЕ СДАВАЙТЕСЬ!

(История Александра Стародубцева)

Когда я начинал свой бизнес по разработке сайтов, то сразу же переехал из деревни, где жил на тот момент, в город, где снял офис. И стал искать заказы. Однако все оказалось намного сложнее, чем я ожидал. На тот момент у меня был опыт создания своих проектов, но совершенно не было опыта ведения бизнеса. Я старался постоянно придумывать идеи по привлечению клиентов: рисовал плакаты, сам раздавал рекламные листовки, звонил фирмам в надежде, что их заинтересуют мои услуги. Но прошел месяц, а заказов не было. Я сильно расстроился и впал в глубокую депрессию. Денег не хватало даже на хлеб. Про нормальную еду вообще говорить не буду…

В общем, я все бросил и уехал обратно в деревню.

Но однажды я осознал, что мне свыше было дано такое препятствие, а, как говорят, нам не посылают тех проблем, которые мы не в силах решить. И, набравшись новых сил, я решил, что сдаваться не буду и опять, с самого начала буду организовывать тот же самый бизнес в том же городе. Я сменил название фирмы и начал искать клиентов уже по другому алгоритму. Если старый алгоритм сводился к формуле «я лучший, заказывайте у меня», то новый стал «я смогу вам помочь, если вам это нужно».

Я сидел сутками на форумах, писал статьи, спрашивал советов у людей, которые давно занимаются разработкой сайтов. И, создав другой сайт, учтя все советы, тут же продвинул его в топ.

Помните, будьте настойчивыми и идите к своей цели, несмотря ни на что. Тогда вы обязательно добьетесь успеха, как это сделал я. Когда у вас что-то не получается, смените увлечение, профессию, род деятельности, нишу. Проблемы делают нас сильнее, опытнее и воспитывают боевой дух!

Пять советов, как правильно избавляться от проблем и быть на один шаг ближе к цели

Прежде чем думать о решении проблемы, выспитесь и отвлекитесь от нее.
Проанализируйте ее очень внимательно.
У каждой сложной проблемы есть свое простое решение. Найдите его.
Не сдавайтесь! Ищите решение до тех пор, пока проблема не исчезнет.
Радуйтесь!

Блок 1

Вопросы
Что для вас значат деньги?…
Как их можно заработать?…
Какой бизнес вы хотите открыть?…
Почему именно этот бизнес?…
Идея этого бизнеса заставляет вас гореть изнутри?…
В чем заключается миссия бизнеса?…
Какого результата вы хотите достичь?…
В чем будет выражаться ваш провал?…
Что вы знаете о конкурентах?…
Есть ли у вас опыт руководителя?…
Есть ли у вас бизнес-опыт?…
Что вы знаете о финансовой части бизнеса?…
Что вам нужно для открытия собственного бизнеса?…
Как вы будете представлять себя и свою компанию?…
Умеете ли вы вовлекать людей в командный процесс?…
Как вы можете выйти на влиятельных людей?…

Блок 2

Вопросы
Попробуйте определить, почему вы решили заняться бизнесом?…
Кто на вас повлиял?…
Какие у него есть успехи?…
Какие есть плохие качества?…
Стоит ли на него равняться?…

Если на данном этапе у вас возникают сомнения или вы еще точно не определились, то прочитайте эту главу до конца и снова вернитесь к этим вопросам.

Эффективный алгоритм выбора нужной ниши

От правильно выбранной ниши зависит абсолютно все. Когда открывается новый бизнес, предприниматель первым делом оценивает рынок, его емкость, конкурирующую среду и конъюнктуру (состав рынка). Главная ошибка – слишком обширная ниша. Как мы говорили много раз – невозможно быть всем и для всех. И если не лукавить, то мы об этом знали в самом начале своего пути, но тоже допустили эту ошибку. Мы думали, что чем шире будет ниша, тем больше будет клиентов. Практика показала обратное: полное их отсутствие.

Что дает предпринимателю узкая ниша?

• Четкую позицию.
• Обозначение специализации.
• Платежеспособность аудитории.
• Отстройку от конкурентов.

Важно! В выбранной нише должно быть достаточное количество потенциальных клиентов. У них должны быть деньги и желание их отдавать за решение задач. Ниши бывают мягкими (пение, вязание, фотография, рыбалка и т. п.) и жесткими (психология, заработок, продажи, маркетинг, бизнес).

Примеры ниш

• Методы заработка в интернете.
• Строительно-ремонтные работы.
• Красота, здоровье, мода.
• Личная эффективность.
• Теперь перейдем к тому, как правильно выбрать нужную нишу.

Алгоритм выбора ниши

Шаг 1. Анализ свободных и занятых ниш по принципу:
• Кто?/Что?/Зачем?
• Конкурент/Рекламный посыл/Расшифровка.

Шаг 2. Анализ собственных навыков и предпочтений по принципу:
• Что я могу делать хорошо?
• Чем мне нравится заниматься?
• Что бы я делал просто так?
• Как я могу на этом заработать?

Шаг 3. Определяем нишу и отстраиваемся от конкурентов по:
• цене;
• ассортименту;
• уникальности;
• предпочтению;
• новаторству;
• стране;
• эксклюзивности товара.

Шаг 4. Проверяем востребованность ниши (мониторинг, мнения, форумы, опросы). На этом этапе важно понять:
• Интересно ли ваше предложение.

• Что будет основной причиной обращения к вам.
• Какие недостатки вашей идеи указывают люди.

Шаг 5. Разрабатываем рекламный посыл и четкую визуализацию.

Блок 3

Вопросы

Какой тип ниши вы выбрали?…

Много ли платежеспособных клиентов в вашей нише?…

Востребована ли ваша ниша сейчас? Будет ли она востребована в будущем?…

Есть ли сильные конкуренты в вашей нише? Чем они могут вам помешать?…

Напишите, как можно конкретнее: «Моя ниша – это…»…

Как вы будете отстраиваться от конкурентов?…

Какие сильные стороны есть у конкурентов? Можно ли по ним ударить, чтобы сильные стороны стали слабыми?…

Какие плюсы и минусы есть лично у вас и у вашей компании?…

Какой у вас рекламный посыл? Содержит ли он отстройки от конкурентов?…

Как вы представляете себя в этой нише? Какими будут действия по продвижению?…

Советы по выстраиванию бренда

• Всегда работайте честно!

• Не ведитесь на то, что пишут в книгах по бизнесу. Большинство авторов таких книг даже не имели своего личного опыта.

• Имейте желание быть первым и всегда выигрывать.

• Постоянно бросайте вызов, никогда не останавливайтесь.

• Делайте акцент на потребителях.

• Успех компании зависит от команды.

• Будьте дисциплинированными.

• Стремитесь к инновациям.

• Ищите партнеров.

Постановка цели по системе волшебного пинка

Чтобы добиться результата, вы должны поставить цель на ближайшие 5–7 лет. Она должна быть достижимой.

Пример цели: «У меня своя консалтинговая фирма, а я специалист, которого рекомендуют компании. Мой ежемесячный доход 100 000 рублей».

Главный критерий в постановке цели – это ее конкретность и ограничение по времени. Мы рекомендуем ставить цели по системе ПИНОК. Где: П – приоритетная, И – измеримая, Н – Независимая, О – ограниченная по времени, К – конкретная.

Когда долгосрочная цель будет определена, нужно разбить ее на подцели (менее масштабные цели, которые в итоге приблизят к главной).

Психолог Курт Левин писал: «Успешный человек обычно устанавливает свою следующую цель несколько, но не слишком, выше своих последних достижений. Таким образом он постоянно повышает уровень своих стремлений». Поэтому, прежде чем составить свой список целей, нужно определить, какие цели уже были достигнуты за год и зафиксировать эту планку, ниже которой новые цели быть не должны. Не нужно бояться ставить слишком завышенные цели. Многие люди говорят, что лучше ставить цели по своим силам, но мы не согласны. Если бы мы следовали этим советам, то ничего бы не добились. Как говорил Махатма Ганди: «Найди цель, ресурсы найдутся». Или, как писал американский эссеист, поэт, философ Ральф Эмерсон: «Надо метить выше цели, чтобы попасть в цель».

Блок 4.1

Вопросы

Что бы я хотел сделать?…

Что бы я хотел иметь в жизни?…

О чем я когда-то мечтал?…

В каких темах мне надо расширить познания?…

Что бы я хотел изменить в мире?…

Что мне нужно перестать делать?…

Что мне нужно изменить в себе?…

Блок 4.2

Упражнения

1. Поставьте главную цель по системе ПИНОК. Запишите ее.

2. Определите как минимум десять действий, которые приблизят вас к вашей цели. Запишите их.

3. Прочитайте пять книг о том, как создавать бизнес. Будет идеально, если вы найдете книги людей, специализирующихся в вашей нише.

4. Определите необходимые ресурсы.

5. Определите организационно-правовую форму будущей организации.

6. Определите, какой продукт вы хотите создать, чтобы он вызвал восторг у клиента. Что должен чувствовать клиент, попробовав продукт?

7. Создать пробный продукт или услугу с применением стратегии PINC: обещание (promise), интрига (intrigue), определение потребности (need), описывание содержания (content).

8. Создайте полный список своих целей/дел/планов/задач на ближайший год. Определите, какие из этих целей вы можете реализовать первым делом.

Наиболее важные навыки бизнесменов

Многие ли люди стремятся к успеху? На самом деле нет. А многим ли удалось достичь успеха? Тоже, к сожалению, нет. Как бы грустно ни звучало, но не всем суждено стать богатыми. Только единицам удается по-настоящему добиться успеха и заработать миллионы.

Но опускать руки не стоит!

Невозможно достичь небывалых высот, если у предпринимателя отсутствуют самые нужные навыки. Навыки – это то, что вы должны уметь делать рутинно, что должно стать отличительной особенностью личности.

Если у предпринимателя есть необходимые навыки, то успех будет неизбежен!

Навык 1. Планируйте и действуйте

Планирование – это самый главный навык всех успешных людей. Планы – ничто, планирование – все! Нужно забыть такие слова, как «потом», «передумал», «не сейчас», «завтра», «в понедельник» и т. п. Ставим цель – действуем! Сейчас или никогда!

Навык 2. Управляйте временем

Время – это самое дорогое, что у нас есть, его ни за какие деньги не купишь. Время постоянно идет вперед, его нельзя замедлить или ускорить. Не нужно отговорок, что у вас нет времени. Время есть, но на что вы его тратите?

Навык 3. Продавайте

Чем бы человек ни занимался, он всегда что-то продает: себя, свой труд, время, знания, талант. От того, как вы умеете продавать, зависит ваш успех.

Навык 4. Общайтесь

Хотите стать успешным? Заводите как можно больше знакомств! Одиночки не добиваются успеха в бизнесе!

Навык 5. Будьте лидером

Лидер – это не тот человек, который целый день кричит на подчиненных, а тот, кто формирует команду, мотивирует и вдохновляет ее. Лидер – это человек, который может повести за собой любого, чтобы тот добился успеха.

Навык 6. Будьте настойчивы

Никогда не сдавайтесь и не расслабляйтесь! Всегда помните о своей цели. Упали – встали – идем дальше!

Навык 7. Учитесь

Мир постоянно меняется. Только недавно мы восхищались черно-белыми компьютерами в школе, а теперь самые навороченные компьютеры с выходом в интернет есть практически в каждом доме. Постоянно появляются новые технологии, потребности, идеи, книги и даже слова. Не думайте, что вы все знаете. – Это невозможно!

Блок 5

Упражнения

1. Напишите навыки, которыми вы владеете очень хорошо.
2. Определите, каких навыков вам не хватает, чтобы действовать более эффективно.

Блок 6

Вопросы

Вы любите продажи?…
Какой товар вы будете продавать?…
Что для вас самое главное в товаре?…
Что вы знаете о презентациях?…
Что вы знаете о переговорах?…
Где вы можете получить недостающие знания?…

Блок 7

Оценка навыков

Оцените свои навыки по 10-балльной шкале, где 10 – отличные навыки, 0 – отсутствие навыков.

Навык	Установка	Оценка	Дальнейшие действия
Энтузиазм	Мне очень нравится, чем я занимаюсь		
Уверенность	Я уверенный в себе человек		
Характер	Я всегда довожу дела до конца		
Искренность	Я тактично говорю то, что думаю, и обдумываю то, что говорю		
Мотивация	Я знаю, что я делаю, зачем, почему и для чего		
Инициатива	Я всегда принимаю решения сам		
Улыбка	Моя улыбка заразительна		
Внешний вид	Я всегда выгляжу отлично		
Самоанализ	Я всегда анализирую свое поведение		
Организованность	Я всегда организован		
Преодоление препятствий	Я ищу не легкие, а эффективные пути решения задач		
Цели	Я всегда ставлю цели		
Планирование	Я всегда планирую свой день		
Умение слушать	Я всегда четко понимаю, что мне хотят сказать		
Обучение	Каждый день я повышаю профессиональные навыки		
Делегирование	Я умею делегировать		
Знание своего дела	Я очень хорошо знаю свою нишу и могу ответить на любой вопрос		

Как сделать бизнес более прибыльным?

В любом направлении деятельности важную роль играет решительность действий и, соответственно, нужные знания, которые приводят к успеху. В информационный век у каждого есть возможность создать что-то свое и выйти на рынок, но при этом приходится прикладывать немалые усилия по продвижению, чтобы не обанкротиться в условиях кризиса.

Давайте определим основные критерии, по которым строится успешный бизнес:

• постановка краткосрочных и долгосрочных целей;
• планирование и определение ресурсов;
• определение того, какие товары и услуги будете продавать;
• четкое представление, как монетизировать услуги и товары;
• определение сильных и слабых сторон при помощи SWOT-анализа;
• отстройка от конкурентов;
• партнеры и связи;
• определение стратегии развития.

Сейчас бизнес уже не тот, что был лет двадцать или десять назад. Условия сильно поменялись, но они создали новые возможности для вашего успеха.

Им повезло?

В любой сфере есть люди, которых принято считать экспертами, профессионалами или, проще говоря, лучшими из лучших. И такие люди значительно популярнее остальных и зарабатывают раз в десять больше. При том что назначают цены, какие хотят, не обращая внимания на остальных в своей нише. О них пишут, берут интервью, приглашают на радио и ТВ. Им завидуют и ими восхищаются. Их считают звездами. Такие люди существуют абсолютно во всех востребованных нишах.

Они талантливее остальных или им просто повезло?

На самом деле их секрет прост. Это умение и желание доносить свои идеи до публики и активное самопродвижение. Они понимают, что клиенты в большей мере реагируют на раскрутку и пиар. То есть сначала мы видим и слышим о компании, и только потом знакомимся с товарами и услугами, а не наоборот. Если сначала происходит знакомство с товаром, то не факт, что он будет куплен.

Брайен Фэрриш, независимый радиопромоутер, президент компании «Bryan Farrish Radio Promotion», в одной из своих статей о музыкальном бизнесе пишет:

> *«Существуют два варианта развития карьеры независимого музыканта в музыкальном шоу-бизнесе: или вам придется самостоятельно заниматься своим продвижением (основать PR-фирму, музыкальное издательство, заниматься самостоятельным менеджментом, и т. д.), или вы будете сотрудничать с другими людьми, которые будут выполнять все необходимые виды работ для вас, если вы им заплатите. Так или иначе, вам нужно знать, кто что делает».*

Данное высказывание можно отнести не только к музыкальной индустрии. Попробуйте провести аналогию с другими видами бизнеса.

Чтобы бизнес приносил больше денег

Нужно:

1) привлекать новых клиентов;
2) заключать сделки;
3) продавать;
4) брать деньги;
5) делать повторные продажи;
6) экономить только на том, на чем можно;
7) расширять точки контактов.

Вот так выглядит самый эффективный алгоритм, который приносит деньги. Усложнять его не надо. А чтобы сделать бизнес самым успешным, нужно работать не на минимум, не на 100 % и даже не на максимум. А нужно работать, как раб! Только в таком случае результаты появятся достаточно быстро.

Совет: заведите корпоративную книгу продаж (ККП) и раздайте ее каждому сотруднику. ККП должна состоять из двух основных частей:

• описание технических бизнес-процессов (миссия, цели, задачи, продукты и т. п.);
• описание процесса продаж продукта (этапы, сценарии, техники, шаблоны и т. п.).

Задачу по созданию ККП можете делегировать менеджеру по продажам или взять на себя. Если у вас пока нет своей команды, то попробуйте описать бизнес-процессы так, как вы их видите на данный момент.

Блок 8

Упражнения

1) Определитесь с позиционированием своего бизнеса и составьте УТП (уникальное торговое предложение);
2) составьте бизнес-план/план действий;
3) определитесь с местом;
4) определитесь с персоналом;
5) определите, какое оборудование нужно;
6) определитесь, сколько вы готовы вкладывать в рекламу на начальном этапе;
7) рассчитайте окупаемость;
8) выявите все плюсы и минусы;
9) рассчитайте расходы на открытие;
10) рассчитайте постоянные расходы;
11) рассчитайте доходы.

В каких случаях вам поможет только бизнес-консультант?

Бизнес-консультант – это специалист в области оказания консалтинговых услуг бизнесу, то есть тот человек, который помогает бизнесам и предприятиям выходить на качественно новый уровень. Сразу напрашивается вопрос: неужели владельцы или руководители бизнеса не могут сами увеличить продажи или достичь наибольшего роста бизнеса? Они же лучше понимают свой бизнес, нежели человек со стороны!

В этом как раз и заключается самый большой минус владельцев. Именно этот фактор не позволяет им замечать простые и доступные варианты по увеличению продаж и продвижения бизнеса. Но именно такие варианты видит человек со стороны.

Статистика говорит о том, что девять из десяти предприятий закрываются в течение трех-пяти лет. Связано это с тем, что такие предприятия открывают люди без определенных знаний и опыта ведения бизнеса. Да, есть классная идея, желание реализоваться хоть отбавляй, но вот что-то не получается, а проблемы копятся, как снежный ком.

Например, при открытии собственного розничного магазина не стоит ожидать быстрого дохода и окупаемости начальных вложений. Обычно предприниматели, которые надеются отбить сумму в первые два-три месяца, быстро закрываются. Чтобы наработать клиентскую базу, нужен как минимум год! Рассчитывать на стабильный доход ранее не стоит. И принимать решение о закрытии магазина или продолжении работы следует не раньше, чем через год. Раннее закрытие – главная ошибка предпринимателей. Но существуют и другие.

- Закупка дешевого товара в малом количестве («А вдруг не попрет?»).
- Отсутствие четкого позиционирования и структуры продаж.
- Переплата или недоплата сотрудникам.
- Экономия на ремонте, рекламе.
- Надежда только на сарафанный маркетинг.
- Продажа большинства товаров со скидкой.
- Копирование чужого бизнеса.
- Экономия на обучении персонала.

Чтобы открыть розничный магазин, нужно определиться с его расположением. Только от места зависит успех магазина. Важно, чтобы рядом с магазином находились правильные «соседи», которые будут дополнять ваш ассортимент. И не забывайте о дополнительных услугах для покупателей.

- Должны быть представлены как очень дешевые товары, так и очень-очень дорогие.
- Копирование успешного бизнеса не гарантирует результат.

НА ЧТО НУЖНО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ?

На вывеску, внутреннее оформление магазина, цветовую гамму, ценники, навигационные таблички, сервисную информацию.

НА ЧТО ПОТОМ?

На конверсию, средний чек, продажи с квадратного метра торговой площади, объем продаж, возвраты и зарплатоемкость.

Открывать собственный бизнес, не имея за плечами опыта руководства, очень рискованно. Если желание получить этот опыт в сторонних компаниях полностью отсутствует, то можно привлечь человека, который имеет и знания, и опыт в развитии бизнеса.

Кратко определим, в каких случаях еще может помочь бизнес-консультант:

• когда присутствует определенная проблема;

• нет финансовых средств, чтобы привлечь большое количество специалистов;

• не хватает времени, знаний и опыта;

• оценить риски при запуске новых проектов;

• когда нужно оценить бизнес в целом и увидеть перспективы и возможности улучшения;

• найти слабое звено, тормозящее работу;

• увеличить продажи и прибыль;

• получить консультацию, например, как правильно позиционировать, давать рекламу, решать проблемы и т. п.

Список можно продолжать и дальше. Но все же определение можно вывести довольно простое и ясное: бизнес-консультант – это человек, который решает проблемы бизнеса и повышает его эффективность.

Стоимость услуг консультантов зависит от региона и уровня. Не удивительно, что консультант, который написал несколько практических бизнес-книг, берет за свои услуги намного больше, чем консультант, о котором практически ничего не известно.

Мы не верим, что бизнес-консультантом можно стать, не имея никакого опыта, и при этом зарабатывать от тридцати до ста тысяч рублей в месяц. И скорее всего, из-за желания халявы в этой нише появилось довольно много «консультантов», которые портят впечатление о профессии. Поэтому выбирать, у кого вы будете заказывать услуги, нужно осторожно, детально изучая всю доступную информацию. А чтобы убедиться в том, подходит ли этот консультант для вашего бизнеса, воспользуйтесь его недорогими «базовыми» услугами.

Но если у вас сейчас нет возможности заказать платные услуги у специалиста, то предоставляем вам шаблон из трех блоков и одного чек-листа для самостоятельной диагностики вашего бизнеса.

Блок «Бизнес»

• Нарисуйте организационную структуру бизнеса.

• Пропишите положение о компании.

• Пропишите функции всех сотрудников.

• Определите, как происходит взаимодействие между сотрудниками.

• Оцените исполнительную дисциплину.

• Выявите те моменты, которые снижают эффективность работы.

• Пропишите все стратегические цели и задачи.

• Определите рост компании за последние три года.

Блок «Маркетинг»

• Определите, как и откуда приходят новые клиенты.

• Пропишите все рекламные мероприятия.

• Пропишите всю информацию о конкурентах.

• Опишите целевую аудиторию.

• Проведите анализ продуктов или услуг.

• Определите маржинальность бизнеса.

Блок «Продажи»

• Определите, как происходит взаимодействие с клиентами.
• Пропишите все правила для персонала.
• Определите, происходит ли обучение сотрудников.
• Определите виды контроля персонала.
• Определите, как происходит процесс продаж.
• Пропишите структуру отдела продаж.
• Произведите оценку работы персонала.
• Определите, какая система мотивации персонала существует.

Чек-лист проверки розничной точки

Наименование	Наличие	Что мне нужно сделать?
Наружная вывеска		
Оформление витрины		
Общая атмосфера		
Общее освещение		
Индивидуальная подсветка		
Музыка		
Чистота		
Товары		
Специальные предложения		
Сопутствующие товары		
Полная информация о товарах		
Новинки		
Оформление ценников и этикеток		
Логическое и пространственное оформления вывесок внутри магазина		
Внешний вид торгового персонала		
Приветствие и прощание		
Уровень обслуживания		
Доступные формы оплаты		
Служба доставки		
Сбор контактов		
Система лояльности		
Скорость обслуживания		

Слабые стороны компании…
Сильные стороны компании…
Выводы…
Дальнейший план действий…

Блок 9

Вопросы

Данный блок нужно заполнить после прочтения главы «Как и где искать правильных людей».

Что вам нравится в бизнесе?…

Что вам не нравится в бизнесе?…

Каким высокотехнологичным оборудованием вы пользуетесь?…

Ваш вспомогательный штат – это…

Сколько вы зарабатываете за год?…

Сколько вы заработаете за пять лет?…

Сколько вы планируете зарабатывать через 5 лет?…

Можете ли вы сократить расходы?…

Ваша конечная цель – это…

Когда вы планируете ее добиться?…

Что вы планируете делать дальше?…

Как создать маркетинг-кит, который продает

Определение из Википедии

Маркетинг-кит (англ. marketing kit) – комплект маркетинговых материалов, которые продают не просто товар или услугу, а историю компании. Маркетинг-кит – способ продемонстрировать потенциальным покупателям, клиентам, партнерам, поставщикам, в чем заключается отличие компании от конкурентов.

Если говорить проще, то маркетинг-кит – это комплект информации (сведений) о консультанте, бизнес-тренере, компании в печатном или электронном виде, используемый для привлечения партнеров и клиентов.

Представьте такую ситуацию. Вы ищете достойного партнера для своего бизнеса или предлагаете свои услуги крупным компаниям как частный тренер. И вот на одной из встреч вас просят: «Расскажите о вашей компании: об услугах, проектах (Расскажите о себе, почему нам стоит с вами сотрудничать? Чем вы лучше других?)». Идеальным ответом будет предоставление marketing kit.

Для наиболее эффективной презентации нужно иметь маркетинг-кит как в электронном виде (pdf) на сайте (главное, чтобы файл индексировался поисковиками), так и в печатном. Помимо этих двух способов, можно оформить его в виде целевой страницы (landing page), в виде папки формата А4 и в виде книги. На последнем варианте остановимся поподробнее.

Размеры и ориентация

- Квадратный (универсальный).
- Горизонтальный (подходит для большого количества фотографий).
- Вертикальный (подходит для большого количества текста).

Методы крепления страниц

- Скоба (при малом количестве страниц).
- Пружина (оптимальный).
- Переплет (при большом количестве страниц).

Самым лучшим способом понять, какой именно вид маркетинг-кита подходит вам – посмотреть примеры оформления в интернете.

А теперь перейдем к наиболее важным вопросам: что должно быть в маркетинг-ките компании и в маркетинг-ките консультанта, коуча или бизнес-тренера.

ЭЛЕМЕНТЫ ПРОДАЮЩЕГО МАРКЕТИНГ-КИТА КОМПАНИИ

- Кратко о компании.
- Какие проблемы клиента решает ваша компания?
- Список предоставляемых услуг или товаров.
- Конкурентные преимущества компании.
- Истории либо кейс.
- Команда.

• Описание процесса.
• Рекомендации и отзывы своих клиентов.
• Сертификаты, награды, лицензии.
• Информация об участии компании в конференциях, выставках, публикации в СМИ.
• Описание ЦА и идеального клиента.
• Контактная информация.

Элементы продающего маркетинг-кита частного лица (под частным лицом мы имеем в виду любого индивидуального предпринимателя, будь то фотограф, стилист, фрилансер, эксперт или консультант):

1. Кто я?
2. Какие проблемы я решаю? В каком случае ко мне приходят клиенты?
3. Вопросы, которые я решаю.
4. Описание целевой аудитории и идеального клиента.
5. Моя уникальность как специалиста.
6. Отзывы.
7. Статьи и публикации.
8. Все возможные сертификаты, дипломы, награды.
9. Тренинги и мастер-классы (прайс-лист).
10. Корпоративное обучение.
11. Виды консалтинговых услуг.
12. Работая со мной, вы получите…
13. Подробное описание уже решенных задач, описание результатов.
14. Кейсы.
15. Бесплатный бонус.

Теперь осталось собрать необходимые документы и написать правильный тест!

Как и где искать правильных людей?

КАК И ГДЕ ИСКАТЬ ПРАВИЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ?

Персонал предприятия — это как футбольная команда: ребята должны играть как единая команда, а не скопище ярких личностей.

Ли Якокка

Десять советов, как принимать на работу новых сотрудников

Важным этапом в формировании рабочего коллектива является прием новых сотрудников на работу. Сотрудников, как правило, принимают в двух случаях: когда старого сотрудника пришлось уволить или он сам ушел, или же, что бывает значительно реже, появилась новая должность.

В первом случае руководители допускают очень большую ошибку, а именно быстрый наем. Дэн С. Кеннеди в книге «Жесткий менеджмент. Заставьте людей работать на результат» пишет следующее:

> *«Уволив, наконец, дрянного работника, вы остаетесь с дырой в штате. Ее нужно заделать. А вы ничего не сделали заранее, чтобы сейчас быстро удовлетворить срочную надобность в новом служащем. Закономерно, вам наплевать, что «лучший» кандидат, ответивший на ваш крик о помощи в интернете, – девица без рекомендаций, но с двумя кольцами в носу, татухой «Убей босса» и привычкой внезапно переходить со слов на собачье рычание. «Эй, на эти звонки нужно ответить сегодня». Вот так делают все. Сделайте наоборот».*

Об этом пишет и Дж. Фокс в книге «Как стать первоклассным руководителем: правила привлечения и удержания лучших специалистов»:

> *«Цена ошибки при найме огромна. Эти ошибки влекут за собой колоссальный человеческий и финансовый ущерб. При этом издержки растут прямо пропорционально росту ответственности, которая лежит на этом сотруднике. Очевидные издержки необдуманного найма включают в себя выплаченную зря зарплату, затраты на обучение, выплаты компенсаций, связанных с досрочным прекращением контракта, затраты на поиск новых работников».*

И об этом говорят многие авторы и специалисты в области менеджмента.

Но почему они заостряют свое внимание на этом аспекте?

Все очень просто – этому нигде не учат! Под «нигде» мы понимаем разные образовательные государственные учреждения, из которых выходят так называемые менеджеры и руководители, которым дают знания, как оформлять новых сотрудников, какие нужны документы, куда их подавать и т. п., но не дают знания, КАК принимать сотрудников и чем руководствоваться. Поэтому на основе собственного опыта и опыта специалистов мы создали 10 советов, которые помогут руководителю при приеме на работу новых сотрудников.

Десять советов при приеме на работу

1. Посмотрите как можно больше кандидатов на открытую вакансию.
2. Проведите как можно больше собеседований.
3. Тщательно изучите резюме и рекомендации.
4. Предложите каждому кандидату пройти SWOT анализ.
5. При приеме посоветуйтесь с опытными консультантами со стороны.
6. Поговорите с теми, кто работал с каждым кандидатом.
7. Поинтересуйтесь, рассчитывают ли они на получение детальных инструкций относительно того, как и что делать.

8. Проведите дополнительные тесты, при помощи которых вы можете больше узнать о личности кандидата.

9. Задайте вопрос, кем он себя видит через пять лет. Так вы поймете, что его интересует – деньги или личностное развитие, которое влечет за собой карьерный рост.

10. Слушайте свою интуицию и нанимайте на работу только того, кто действительно подходит на эту работу.

Секрет 1. Не берите в компанию людей, похожих на вас – это лишит ваше дело жизнеспособности. Берите людей, которые обладают теми качествами, которых у вас нет.

Секрет 2. Не стоит нанимать на работу людей, сменивших множество мест.

Секрет 3. Работайте только с теми людьми, с которыми приятно работать.

Алгоритм составления портрета идеального сотрудника

- Должность.
- Работает ли он в данный момент или нет?
- Где проживает?
- Пол.
- Возраст.
- Семейное положение.
- Количество детей.
- Отношение с семьей.
- Имидж.
- Необходимый доход.
- В чем он не удовлетворен.
- Почему работа в этой компании ему будет необходима?

Совет. Если на вакансию откликнулся человек, который не имеет опыта работы на этой должности или не имеет нужного образования, то не стоит сбрасывать его со счетов. Если он откликнулся, то не просто так!

Приведем интересный пример.

КОГДА ДВОРНИК РАБОТАЕТ ДИРЕКТОРОМ

(история Александра Верещагина)

Когда вышла моя книга «Как все успевать? Четыре навыка эффективного управления временем», мне на почту в очень большом количестве стали приходить письма. Большинство вопросов были связаны с тем, как внедрить мою систему и смогу ли я провести тренинги и семинары. Скажу честно, изначально я рекомендовал Глеба Архангельского, так как считаю, что в корпоративном тайм-менеджменте он намного сильнее и образованнее меня.

Но все же одна женщина настояла на том, чтобы семинар провел именно я. Спасибо ей за этот интересный опыт! Когда семинар закончился, я решил остаться в компании и посмотреть на рабочий процесс, а также лично пообщаться с сотрудниками. Было очень интересно понять, почему они выбрали именно эту компанию, что им нравится в ней больше всего, а что не нравится.

Вы бы видели мое удивленное лицо, когда я узнал, что большинство сотрудников не имеет высшего или даже средне-специального образования. А компания, я скажу, не маленькая и очень даже известная. Но, несмотря на отсутствие необходимой теоретической базы, которую дают университеты и колледжи, работали они просто превосходно и со знанием дела!

Ах, да, забыл упомянуть – возраст сотрудников был от 20 до 35 лет. Конечно же, не все были такими молодыми, но все же их было большинство.

Я подумал в тот момент: «Почему же мне так не повезло, когда я искал работу после службы в армии?» И тогда я решил поговорить с женщиной, благодаря которой состоялся этот семинар. На что она мне ответила предельно ясно:

«Молодые люди амбициознее, энергичнее и продуктивнее, чем те, кто до тридцати лет учился в институтах, а потом решил пойти работать. Я знаю по себе, что учеба ничего не дает… Ну, как сказать… Дает, но все, что она дает, быстро забывается. В разных компаниях нужны разные знания, навыки, умения. Нужно понимать специфику. А в институтах учат шаблонам. Поэтому мы приглашаем всех желающих и обучаем их сами по ускоренной программе, а потом выбираем лучших. Намного легче обучить человека, который ничего не знает, чем того, кто знает, но не то, что нужно… что не работает…»

После этих слов я «провалился» внутрь себя и осознал, что большинство активных и целеустремленных людей сдаются и отказываются от работы своей мечты из-за отсутствия нужного образования. А руководители компаний теряют таких людей из-за своего шаблонного мышления.

Расскажу случай. Один мой знакомый не смог после окончания одиннадцатого класса пойти учиться в высшее учебное заведение. На то были две причины: первая – семья была не богатая, и денег на образование

не было; вторая – на тот момент он еще не знал, с какой деятельностью хочет связать свою жизнь.

В итоге он ушел в армию. В армии мы с ним и познакомились. И после службы еще некоторое время продолжали общаться. Он делился со мной своими целями, желаниями. И от общения к общению он сам понял, что хочет заниматься маркетингом. Он читал много книг на эту тему, смотрел записи лекций. Но получить образование ему не светило все так же.

И как-то он мне написал, что нашел работу по специальности, которую сам для себя выбрал. «Как у тебя это получилось?» – с удивлением спросил я. Он ответил, что долго отсылал свое резюме в разные компании, но вместо образования указывал список прочтенных книг и подписывал в конце, что очень хочет развиваться и дальше и не хочет отказываться от своей цели из-за отсутствия возможности получить образование.

Вот так его взяли на испытательный срок, который он прошел, а через некоторое время занял руководящую должность. Через два года его перевели в другой город и наше общение с ним оборвалось. Все-таки трудно поддерживать дружбу, когда не видишься с человеком. Ну что ж, наши пути разошлись, но я был рад, что когда-то они проходили вместе.

Шаблон анкеты для претендента на вакансию

Дата заполнения анкеты «…»….. 20… г.
ФИО…
Дата и место рождения…
Семейное положение…
Дети (*пол, возраст*)…
Образование (*укажите учебные заведения, в которых вы учились*)…
Опыт работы…
По каким критериям вы выбираете компанию, в которой хотите работать?…
Продолжите фразу: «Работа для меня – это…»
Что для вас является наибольшим стимулом в работе?…
Перечислите свои основные обязанности на предстоящей работе…
Какие трудности вы видите в предстоящей работе?…
Какие ваши личные (*деловые, профессиональные*) качества будут полезны в работе.?..
Занимаетесь ли вы самообразованием, если да, то как именно?…
Какие знания и навыки вы хотели бы получить в ближайшее время?…
Ваши хобби, увлечения…
Какой литературе вы отдаете предпочтение?…
Какие книги вы прочитали за последний год?…
Опишите, пожалуйста, свои основные недостатки…
Есть ли у вас вредные привычки (*если есть, то какие*)?…
Кто может дать вам рекомендации?…

Примерные вопросы для маркетолога

Опишите своими словами, что такое «маркетинг»…

Напишите три важные составляющие успешной рекламы…

Назовите известных авторов книг по маркетингу…

Напишите не менее пяти каналов для привлечения клиентов в образовательный центр…

Знакомы ли вы с системой двухшаговых продаж, если да, то опишите эту систему своими словами…

Как вы считаете, какие главные задачи должен решать маркетолог в компании?…

Примерные вопросы для менеджера по продажам

Опишите своими словами, что такое «продажа»?…

Какие основные этапы продаж вы знаете?…

«Менеджер по продажам» в своей работе постоянно сталкивается с отказами. Как вы оцениваете свою способность преодолевать возражения клиентов?…

Напишите, какими качествами должен обладать успешный продажник?…

Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?…

Какие свои психологические ресурсы менеджер по продажам должен задействовать в процессе работы с возражениями?…

Сочетание каких трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия?…

Секрет 4. Размещая вакансию, всегда указывайте заработную плату и никогда не пишите «Договорная». Это отпугивает людей!

Шаблон отбора претендентов на вакансию по конкурсу

Разместить вакансию о приеме на работу можно на большом количестве ресурсов, большинство из которых совершенно бесплатные, например:

• job.ru
• rabota.ru
• zarplata.ru
• joblist.ru
• headhunter.ru
• superjob.ru
• avito.ru

Если вы хотите отбирать претендентов на конкурсной основе, то предлагаем вам шаблон письма, который вы сможете изменить под свои требования.

Объявляем набор на конкурсной основе…

Требования

• Опыт работы. Мы также готовы рассматривать кандидатов без опыта, если вы чувствуете, что сможете добиться успеха;
• Активная жизненная позиция;
• Навыки работы с компьютером и оргтехникой;
• Амбициозность и целеустремленность;
• Знание… и… приветствуется;
• Деловая активность, коммуникативность, ответственность и пунктуальность;
• Пол: любой;
• Возраст: от 20 лет;
• Выполнение тестового задания;
• Испытательный срок.

Обязанности:…

Условия:

• Бесплатное обучение!
• Полный рабочий день с…
• Заработная плата:…

Собеседование состоится после рассмотрения письменных резюме.

Контакты…

После принятия решения рекомендуется обзвонить каждого кандидата в отдельности с таким вопросом:

Здравствуйте, (*имя*), компания… Вы нам отправляли свое резюме на вакансию… По результатам рассмотрения вы прошли предварительный этап… (*дата*) у нас состоится первый этап конкурса на вакансию. Вы сможете присутствовать?

Как правильно нанимать фрилансеров

Когда нужен дизайн, сайт, продающий текст или какая-нибудь другая услуга, то к кому мы идем, если в агентстве дорого, а в своем штате держать специалиста невыгодно? Мы обращаемся за услугами к фрилансерам. Но и тут возникают проблемы. Однако выбрать нужного и полезного специалиста не так уж трудно.

Первым делом нужно обратить внимание на дату создания странички «свободного художника». Чем дольше работает фрилансер, тем он более опытен.

Посмотрите на количество работ, выполненных им. Большое количество работ говорит о том, что работу свою он все-таки делает.

Не забывайте и про качество работ. Это важный момент. Есть специалисты, которые берут много, а качество оставляет желать лучшего.

Обратите внимание на отзывы. Чем их больше, тем лучше. Не забывайте про содержание отзывов.

В начале переговоров обратите внимание на то, как быстро он отвечает. Если долго приходится ждать ответа, то в один «прекрасный день» он может пропасть навсегда.

Прежде чем вносить предоплату, убедитесь, что этот специалист действительно умеет профессионально оказывать нужные вам услуги.

Секрет 5. Работайте только с теми, с кем работали ваши знакомые и в ком они уверены на сто процентов.

Как заслужить доверие в коллективе

Хорошие взаимоотношения в коллективе – одна из основных составляющих успеха в карьере любого руководителя, менеджера или собственника бизнеса. Без доверия со стороны коллектива невозможно выстроить эффективную команду, способную на продуктивную работу. Максим Батырев в книге «45 татуировок менеджера» писал:

«Преднамеренно или нет, но хороший начальник сам формирует свою компанию. Его сотрудники делают то же, что и он. Начальник должен работать сам, если он хочет, чтобы компания работала».

Многие эксперты менеджмента считают, что доверие нужно заслуживать только вновь пришедшим руководителям, а тем, кого повысили, доверие не нужно, они его заслужили на другой должности. Но это не так. Когда сотрудник переходит на новую должность, то, естественно, меняется его отношение к работе и сотрудникам. И теперь ему придется завоевывать доверие к себе, но уже как к руководителю.

Что нужно сделать в первую очередь?

Нужно настроить себя на то, что вы хотите стать человеком, которому доверяют. Идея, что доверие нужно заслужить единожды и потом оно будет работать на вас, ошибочна. Доверие нужно поддерживать постоянно.

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.