

ЕСЛИ ТЫ НЕ
ПЕРВЫЙ,
ТЫ
ПОСЛЕДНИЙ

СТРАТЕГИИ ПРОДАЖ:
КАК БЫТЬ ЛУЧШИМ НА РЫНКЕ
И ОБОЙТИ СВОИХ КОНКУРЕНТОВ

ГРАНТ КАРДОН



Москва
Издательство АСТ

УДК 882
ББК 84 (2Рос-Рус) 6
К21

IF YOU'RE NOT FIRST, YOU'RE LAST:
SALES STRATEGIES TO DOMINATE YOUR MARKET
AND BEAT YOUR COMPETITION

This translation published under license
with the original publisher John Wiley & Sons, Inc.

Перевод с английского издания Владимира Резникова, Виктории Михеевой
Под редакцией Наташи Гейльман

Все права защищены законом.

Ничто из данной публикации не может воспроизводиться, храниться в воспроизводимой форме, либо распространяться любыми способами – электронным, механическим, фотокопированием, в виде звукозаписей, либо каким-либо иным способом, без предварительного письменного разрешения владельца авторских прав.

Издано по заказу ИП Мусатов Д.В.
При технической поддержке ООО «Издательство АСТ».

Кардон, Грант.

К21 Если ты не первый, ты последний. Стратегии продаж: как быть лучшим на рынке и обойти своих конкурентов / Грант Кардон; пер. с англ. В. Резникова, В. Михеевой. – Москва : Издательство АСТ, – 2017. – 160 с.

ISBN 978-5-17-100602-0 (Издательство АСТ)

ISBN 978-0-470-62435-7 (Англ.)

Это не книга – это план игры, руководство, о том, как приблизиться к своим карьерным целям, как подойти ближе к тому, чтобы выполнить свою профессиональную миссию, и о том, как не только завоевать рынок, но и продолжать на нём господствовать. «Быть первым – к этому всегда и нужно стремиться», – заявляет автор книги. Если вы выбираете путь роста, завоевания и процветания – то вы должны быть победителем. Эта книга научит вас, что именно нужно делать, чтобы быть успешным, и как по праву занять свое первое место. В 19 главах Грант Кардон лично научит вас, какие действия нужно выполнить, чтобы продвигать себя, свою компанию и свои идеи и при этом всегда выходить из игры победителем.

УДК 882

ББК 84 (2Рос-Рус) 6

ISBN 978-5-17-100602-0
(Издательство АСТ)
ISBN 978-0-470-62435-7 (Англ.)

© Grant Cardone, 2010
© John Wiley & Sons, Inc., Hoboken,
New Jersey, 2010

Отзывы о книге «Если ты не первый, ты последний»

«Эта книга — призыв к действию. Пока весь остальной мир плачется о своих проблемах, Грант Кардон разрабатывает решения. Если вы не хотите всю жизнь жалеть о несбывшихся мечтах, прочитайте эту книгу и вдохните искру в свою жизнь!»

*Д-р Тони Алессандра, заслуженный мотивационный лектор,
автор книги «Платиновое правило»*

«Если книга Гранта не вдохновит вас думать масштабнее, работать находчивее и достичь больше, чем вы когда-либо считали возможным, то пора опасаться, что «тюрьма вашего разума» скоро станет кладбищем! Доставайте свои мечты из кладовой, подтянитесь, соберитесь и вперёд — в лучшее путешествие в вашей жизни!»

*Дейв Андерсон, президент корпорации
«Как стать лидером» (LearnToLead),
автор книги «Подними свой бизнес»*

«Я в восторге от книги Гранта Кардона по одной-единственной причине: она работает! Это не какие-то теории или магические формулы. Если следовать проверенному плану действий шаг за шагом и точно так, как описывает Грант, то ваша компания вырастет. Для меня сработало.»

*Уоррен Грешес, автор книги
«Самая чертовски лучшая книга для продавцов:
16 железных правил для достижения успеха в продажах»*

«Почти все советы по продажам, которым вас учили, помогут вам быть последним. Прочтите эту книгу и научитесь приходить к финишу первым!»

*Фрэнк Рамбаускас, автор, вошедший
в список лучших авторов газеты «Нью-Йорк Таймс»
Сайт: www.nevercoldcall.com*

«Новую книгу Гранта Кардона нельзя не прочесть, если вы хотите быть первым, если вы хотите быть лучшим!»

*Тодд Дункан, автор, вошедший в список лучших авторов газеты
«Нью-Йорк Таймс»*

Оглавление

Отзывы о книге «Если ты не первый, ты последний»	3
Вступление	7
Почему важно быть первым	7
Перипетии в экономике	8
От простых времён — к сложным.....	10
Слово о книгах	11
И скучно, и грустно?.. — Расшириться нужно!	13
Глава 1. Четыре отклика на спады в экономике	15
Отклик «ура, ура!».....	15
Отклик старовера	18
Отклик неудачника.....	21
Отклик «в атаку, за победу!».....	22
Как выжить во время рецессии	24
Глава 2. Группа поддержки: запуск	29
Звонок другу.....	32
Глава 3. Бывшие клиенты: перезапуск.....	34
Глава 4. Призыв к победе и лучшая атака	41
Глава 5. Обращаем в «веру» некупивших	47
Глава 6. Таблица приумножения клиентов	54
Глава 7. Обслуживание «на ура»	60
Глава 8. Важна ли цена?	64

Глава 9. Вторичные продажи = больше прибыли	67
Глава 10. Уникальность вашего товара.....	70
Глава 11. Голодный как волк.....	74
Глава 12. Расширим круг клиентов.....	78
Глава 13. Эффективный маркетинг	81
Глава 14. Новая презентация — больше прибыли.....	86
Глава 15. Расписание героя: как нападать и побеждать.....	92
Глава 16. Ваш настрой: в атаку, за победу!	100
Глава 17. Ваш план финансовой свободы.....	108
Глава 18. Самое важное оружие для нападения и победы	113
Глава 19. Нерассудительность.....	121
Заключение. Как обеспечить себе место на рынке	126
Глоссарий.....	132
Моя дорога (My way)	153
Об авторе.....	154

Вступление

Почему важно быть первым

Возможно, кому-то идея «первый или последний» покажется несправедливой или неразумной, возможно, с ней будет не просто согласиться, и тем не менее в реальном мире важно лишь первое место, какими бы ни были ваша карьера или ваше дело. Если вы на первом месте, вам не страшна никакая непогода, вы больше будете на виду и конкуренты будут гнаться за вами — а не наоборот. Давайте взглянем правде в лицо: если не идти ни на какие уступки, если не снижать планку, то, конечно же, вы предпочтёте первое место всем остальным, не так ли? Если есть выбор между первым и любым другим местом, то все мы знаем, что лучше.

При некоторых политических режимах и в некоторых культурах людей награждают лишь за то, что они в чём-то участвовали, и не обращают внимания на их усилия, способности и даже на счёт в игре. Но в мире бизнеса в конечном итоге есть только одно место, которое стоит занимать, и именно оно приносит самые желанные медали и награды — первое место, конечно же. Если не вы ведёте свой сектор рынка, то вы подвергаете себя опасности. Когда экономика процветает, когда большой спрос и изобилие клиентов, то у компании-лидера количество покупателей будет всё расти и она будет продолжать расширяться и становиться всё влиятельней — в то же время более слабым игрокам придётся где-то ссыкивать добычу, но её будет всё меньше, а спасёт их только то, что на рынке достаток. Затем, когда добрые времена меняются к худшему, лучшая компания пользуется тем, что именно она на первом месте, и отхватывает долю рынка у всех конкурентов, в то время как они расплачиваются за то, что не первые.

Толковый словарь Ефремовой говорит нам, что слово «первый» означает «самый ранний» или же «самый значительный, первенствующий или главный». Быть на рынке раньше всех не так важно, как первенствовать в своей категории; для того, чтобы покупатели ду-

мали в первую очередь именно о вас, не обязательно, чтобы именно вы познакомили людей с неким товаром. Ваше место и значимость гораздо важнее в данном случае, чем то, когда вы появились на рынке. Также есть огромная разница между тем, чтобы быть на первом месте в поиске на Гугле или на третьем. Возьмём пример двух компаний по производству электроники: Intel, которая на первом месте в поисковике, и Advanced Micro, которая на втором. За время своего существования к декабрю 2009 года компания Intel заработала в общей сумме 32,7 миллиарда долларов, и в обороте у неё на тот момент было 13 миллиардов, а компания Advanced Micro заработала 4,92 миллиарда, и у неё в обороте было 2,5 миллиарда. А теперь сравните кандидатов в президенты США 2008 года: Барака Обаму и Джона Маккейна. Их разделяли лишь несколько очков, но только один из них попал в историю. Смотрите, Барак был не первым на политическом «рынке» — вообще-то он появился на тридцать лет позже своего соперника, и опыта у него было гораздо меньше. И тем не менее он не просто занял первое место на выборах, но заодно занял должность, которой нет в мире равных по власти и могуществу.

Так хватит уже идти на уступки, хватит быть «рассудительным». Пора в бой — сражайтесь каждый день и каждую секунду за первое место в своей сфере. Когда на рынке всё прекрасно, стоит быть на самом верху, а когда не всё так удачно, нужно отхватить у соперников их рыночную долю.

Перипетии в экономике

Бизнесмены, продавцы, руководители, предприниматели и директора боятся экономических спадов, что и понятно. Они считают (и верно), что, когда экономика сильно сокращается, клиенты и покупатели придерживают и ограничивают проекты, снижают затраты и, что хуже всего, поступают с качеством в поисках самых недорогих поставщиков и продавцов. Становится труднее находить финансирование, заключать сделки и верно прогнозировать будущее, в то время как эти прогнозы влияют на планирование во всей компании. Людей наводняют сомнения и неуверенность, и это мешает им принимать решения. Бывает, что при таких важных переменах и в такие переломные времена требуется перекрыть и свои навыки — особенно после длительного подъёма экономики. Часто случается, что звено руководителей компании, команда продавцов или сами сотрудники не готовы к новым экономическим поворотам и не «оснащены» как следует для перемен.

Довольно легко заметить, когда у людей из-за длительного подъёма экономики страдает мотивация и некоторые навыки «ржавеют». Это очень напоминает ситуацию, в которой профессиональный боксёр или борец легко выигрывает вереницу матчей и теряет свою искру, своё преимущество, свою силу — и даже иногда утрачивает азы боя в придачу. Зачастую люди начинают зависеть от изобилия возможностей, от легкодоступных и «дешёвых» кредитов (с низким процентом), да и вообще у них вырабатывается непрактичный настрой, если дела идут хорошо и дует попутный ветер. Но затем ход дел на рынке меняется и приходится затянуть ремни — вот тогда ветер уже не попутный, а дует вам прямо в лицо. В трудное время каждое слабое место в компании очень сильно раздувается и становится заметнее. Ошибки начинают обходиться дороже, важна каждая сделка и каждая операция, и неудача становится более вероятной для тех людей и тех компаний, которым не удаётся перестроиться вместе с экономикой.

Когда я начал писать эту книгу, мир близился к самому серьёзному экономическому спаду со времён Великой депрессии. В подобные времена экономических перипетий людей тотчас же охватывают страх, замешательство, обескураженность, чувство подавленности, злость и безнадежность, потому что они не знают, что делать, и не уверены в том, можно ли ещё что-нибудь сделать. Именно в такие времена человек вдруг понимает, что его компания, доход и будущее в опасности. Кажется, будто мир бьёт в набат и кричит нам: «Пронись! Ты в опасности! Ты вообще можешь исчезнуть!»

По правде говоря, если вы не первый в своей сфере, то вы рискуете и находитесь под угрозой. Не так уж и важно, на каком вы месте в «забеге», — если вы не первый, то вам придётся туго. Именно в такую пору мы понимаем, насколько же небезопасно быть привязанным к экономике и зависеть от неё. На самом же деле стоит быть на такой высоте и таким сильным в своей области, что вы сможете воспользоваться какой бы то ни было ситуацией себе на пользу.

Это книга о том, как приблизиться к своим карьерным целям, как подойти ближе к тому, чтобы выполнить свою профессиональную миссию, и о том, как не только завоевать рынок, но и продолжать на нём господствовать. Какой бы у вас ни был товар, какой бы ни была услуга или идея и как бы ни хромала экономика, всё равно вы можете быть первым, и к этому всегда и нужно стремиться. В своей компании, в своей карьере нужно занять ту должность и достигнуть такой высоты, где вам уже не страшны будут экономические спады; пора думать о том, чтобы создать свою собственную финансовую структуру. Я не хочу, чтобы вы когда-либо мирились с тем, чтобы просто сводить

концы с концами или чтобы вам пришлось беспокоиться о вашем денежном состоянии. По мне, так к чёрту эту экономику! Я всегда выбираю такой путь: расти, завоёвывать и процветать, и я сделаю всё, что в моих силах, чтобы быть *первым*. Эта книга научит вас, что именно нужно делать, чтобы быть успешным, и как по праву занять первое место — положение могущества. Вы точно узнаете, какие действия нужно выполнить, чтобы продвигать себя, свою компанию и свои идеи и при этом всегда выходить из игры победителем.

От простых времён — к сложным

Когда в экономике наступают перемены и когда на смену временам, полным надежды и радости (а именно — расширения), приходят трудные и серые года (упадок экономики), то люди реагируют по-разному. Эти реакции чем-то похожи на те, что случаются с нами, когда мы теряем любимых людей. Сперва мы не хотим верить в происшедшее, затем мы злимся, негодуем, а кто-то из нас впадает в апатию перед тем, как прийти в себя в конце концов. Те, кто преуспевают, в то время как экономика не на шутку сокращается, находят в таких трудностях вдохновение; для них такие времена — это толчок к новым решениям и повод творчески подойти к делу.

Уверяю вас, что экономическая ситуация не безнадёжна, не стоит вешать нос; существуют точные шаги, которые неизменно приведут вас к победе! Для тех, кто хочет играть на новом уровне, кто хочет «настроить свой настрой» и поднять уровень ответственности, это как раз прекрасная возможность. На протяжении последних двадцати пяти лет я жил миссией — помогать тем людям, которые стремятся к самосовершенствованию и улучшениям, и помогать им успешно. Самое захватывающее в моей работе — сотрудничать с незаурядными предпринимателями, которые хотят быть первыми и главенствовать на рынке.

Я много чему научился в работе с этими клиентами и сам прошёл через злключения и невзгоды. Эти уроки и описаны в книге с целью показать вам, что же необходимо будет делать, чтобы добиться успеха — что бы ни происходило с экономикой. Я объясню вам, как расширяться, несмотря на трудности, как преодолевать препятствия и даже использовать их, чтобы достичь своего идеального уровня. В книге вы прочтёте о простых, практичных и конкретно описанных действиях, которые помогут процветать и вам, и вашей компании; также вы узнаете, что именно нужно делать, чтобы отобрать у конкурентов долю рынка. Вам станет ясно, какие конкретные действия нужны

ежедневно, чтобы господствовать на рынке и добиться такого успеха, чтобы ни один экономический спад, ни одно падение цен или спроса не повредили вам. Ваш успех или ваша неудача уже не будут зависеть от окружающих вас экономических обстоятельств. Изучив эту книгу, вы сможете воспользоваться сокращением экономики и отнять рыночную долю у менее успешных, не столь осчастливленных прибылью конкурентов; вы узнаете, как воспользоваться спадом, чтобы создать для себя, своей компании, своей семьи такие финансы, к которым вы стремитесь, — вне зависимости от состояния местной, национальной или мировой экономики. На самом деле, в период спадов и сокращений есть свои существенные преимущества, и когда вы научитесь пользоваться возможностями такого времени, то будете расширяться и расти, в то время как ваши конкуренты «сдуются», сдадутся и вообще исчезнут.

Если вас беспокоит, что экономика будет оставаться тяжелой ещё какое-то время, но если вы тем не менее хотите научиться, как делать всё возможное, дабы продвинуть свой бизнес, то после применения принципов этой книги вас ждёт космический полёт! Знайте, что вы не одни: сегодня, в эти непростые времена, многие ищут ответов. Но есть большая разница между теми, кто просто ищет ответы, и теми, кто действительно готов понять и выполнять точные действия, которые приведут к верному успеху. Возможно, что большинство ваших родственников и друзей уже потеряли веру в то, что они могут что-то предпринять, но вы — нет. Я поздравляю вас с тем, что вы ищете ответы.

Слово о книгах

К сожалению, большинство людей сегодня покупают книги, начинают их читать и так и не заканчивают. Я считаю, что на это есть три причины: 1) на книги не требуется больших затрат, поэтому несложно покупать их пачками и мало что читать; 2) нам не нужно чётко решать, к какому числу мы завершим книгу; 3) во многих книгах нам встречаются непонятые слова.

Я хочу, чтобы вы дочитали эту книгу до конца, и обещаю вам, что если вы прочтёте её от корки до корки, то сумеете создать себе, своей семье и компании такую экономику и такой успех, которые желаете, — и при этом будете первым в своей сфере.

Что ж, а теперь давайте разберём эти три причины. Во-первых, читатели приравнивают ценность книги к той цене, которую они за неё заплатили, вместо того чтобы понимать, что данные в иной книге

стоят многих миллионов долларов. Читайте книгу, которую вы сейчас держите в руках, так, будто она стоит миллионы, потому что такова может быть её ценность для вас, и выполняйте каждое действие так, будто оно принесёт вам миллионы (оно ведь может!).

Вторая причина, по которой читатели бросают книгу: они не ставят срока, к которому её нужно прочитать. Мне это кажется безумством — разве они поступали бы так с каким-то другим проектом? Обычный человек читает 200 слов в минуту, поэтому, если его не отрывать, он мог бы дочитать книгу меньше чем за пять часов. Когда я берусь за что-то, за что угодно — книгу или пристройку к дому, я всегда ставлю себе дату завершения. Так что прервитесь на секунду и решите, когда вы завершите книгу. Просто возьмите и напишите на внутренней стороне обложки сегодняшнее число и то число, к которому вы хотите завершить книгу.

Последняя причина, по которой человек не заканчивает книгу, — непонятые слова, с которыми он сталкивается и из-за которых решает её отложить. Именно поэтому я добавил для вас развёрнутый глоссарий в конце книги. В глоссарии не указаны все возможные определения слова — там дано лишь то определение, которое используется в данном контексте. Не пожалейте времени и найдите в глоссарии все слова, в которых вы хоть чуточку сомневаетесь. Не забывайте: ваш успех в любой области зависит от того, насколько вы понимаете те термины, которые в ходу в этом предмете!

Итак, относитесь к этой книге так, будто она стоит миллионы и может принести вам миллионы; решите, когда вы хотите её дочитать; и не проскакивайте мимо слов, которые не понимаете до конца. Каждый раз, когда вы читаете о каком-то действии, обязательно убедитесь, что точно понимаете моё объяснение этого действия. Пускай многие из них и покажутся вам понятными, но вы будете избегать каких-то действий лишь по одной причине: вам что-то непонятно. Не пропускайте ни одного моего описания техник, приёмов и шагов, не читайте их вскользь, и тогда — уверяю вас — вы завладеете любым рынком, а эта книга станет пособием не только для вас, но и для всех в вашей компании.

Данные в этой книге проведут вас через любую рецессию — любой длины, глубины, «плохизны». Я пишу это с уверенностью, потому что я сам пользовался именно этими техниками, чтобы выбраться из трёх рецессий, — и каждый раз я выходил из них сильнее, способней и богаче. Прямо сейчас я пользуюсь этими приёмами, чтобы расширяться и продвигаться на рынке, отобрать долю рынка у конкурентов и завоевать территорию на тех рынках, где меня раньше вообще не было.

И скучно, и грустно?.. — Расшириться нужно!

Многие экономисты, знатоки и комментаторы СМИ лопочут без устали, 24 часа в сутки, проповедуя скуку, грусть и конец света. Они только и делают, что думают о проблемах и ищут виноватых, и непохоже, чтобы они предлагали какие-то решения для выживания и процветания. Наверное, вы уже почувствовали, что сегодня дела в бизнесе идут медленней, потому что обороты большинства компаний в разных точках мира сильно сократились. Я уверен, к сожалению, что и вы уже ощутили на себе это сокращение и что оно вам не по вкусу. По крайней мере, я надеюсь, что вам это не по вкусу, и я очень вам советую возненавидеть эту ситуацию настолько, чтобы быть готовым сделать что угодно, чтобы дать ей отпор. Да, правда, что сегодня несладкие времена, что многие страдают: миллионы людей остаются без работы, компании рушатся и исчезают целые отрасли — и всё же, несмотря на всё на это, как раз сегодня самое время для того, чтобы научиться точным стратегиям и применить их в жизни — чтобы развернуть ход дел. Именно тогда, когда есть экономические трудности, и рождаются новые компании, новые товары и даже целые сферы деятельности. Мне хочется, чтобы вы были одним из тех, кто каждое утро просыпается и стремится быть первым в своём деле, в своей сфере, чтобы вы были тем человеком, который не становится жертвой видимой реальности, а создаёт новые реальности — из развалин старых реалий и существующих возможностей.

Если действовать чётко, конкретно и верно, вы можете противостоять любому спаду цен, спроса и экономики и достичь успеха на любом желаемом уровне. Вам под силу продолжать расширяться и завоёвывать территорию в ваших начинаниях, приблизиться к вашим целям и мечтам и самым настоящим образом создать новую — свою собственную — экономику. Если честно, у предпринимателя могут быть проблемы в бизнесе и финансах даже без всяких рецессий и спадов. Уверен, что вы знаете многих людей, у которых не шли дела даже тогда, когда экономика шла вверх. Когда экономика сокращается, у всех появляются новые проблемы, которые требуют иного мышления и большей «боевой готовности»; также нужны новые действия. Финансовые же трудности происходят из-за того, что кто-то не способен продавать свои товары и услуги в достаточном количестве и по достаточно высоким ценам, чтобы бизнес был прибыльным и жизнеспособным.

Бывает много причин, по которым не удаётся вывести товары и услуги на рынок, а оправданий — ещё больше. На самом же деле в ка-

ждой компании бывают свои перипетии и в каждой экономике бывают подъёмы и спады. Вы шагаете к успеху и создаёте себе обеспеченность, но на пути нужно будет вносить некоторые изменения для того, чтобы учитывать постоянные изменения на рынке. Давно ли, недавно ли вы занимаетесь бизнесом, — невозможно быть предпринимателем и при этом не испытать на себе экономических трудностей. Спады бывают разной серьёзности: некоторые — долгие, некоторые — мимолётные; некоторые — болезненные, а другие — просто как комариный укус. Но есть хорошие новости, и их две: 1) при любом экономическом спаде можно предпринять точные и конкретные действия, чтобы противостоять ситуации; 2) спады и сокращения — отличные возможности расширяться и завоевать долю рынка. Когда вам скучно, когда вам грустно, — настала пора и расширяться нужно.

Глава 1

Четыре отклика на спады в экономике

По сути, существуют четыре человеческих отклика, реакции на экономические спады, и лишь одна из них работает.

1. Отклик «ура, ура!»: «Я не причастен к этому!»
2. Отклик старовера: «Особо ничего и не изменилось. Вернёмся к азам».
3. Отклик неудачника: «Ничего не поделаешь. Придётся переждать».
4. Отклик «в атаку, за победу»: «Все ресурсы на то, чтобы атаковать и побеждать, пока остальные сокращаются и отступают».

Позвольте, я объясню: по мере того, как вы снова поднимаете свой бизнес и проходите разные стадии восстановления, по мере того, как выстраиваете свою компанию или строите её заново, вам нужно будет решать, как реагировать на разные ситуации. Ваша реакция на спад в экономике зависит, во-первых, от ваших личных убеждений, а во-вторых, от того, как влияет на вас окружение.

Возможно, вы слышали или наблюдали все эти четыре реакции у своих работодателей и владельцев компании, где вы работаете. Давайте рассмотрим каждую из четырёх, посмотрим, какие из них работают, и отсеём любые заблуждения, которые могут удерживать вас и мешать вам.

Отклик «ура, ура!»

Первый отклик, который можно называть «ура, ура!» из-за жизнерадостного настроения, значит, что человек просто не соглашается участвовать в отрицательности. Я в восторге от такого настроения и во многом согласен с ним. Но такой отклик делится на два варианта: один работает, второй же — нет. В первом случае смысл в том, чтобы