

Содержание

О чем эта книга и зачем вам ее читать?	4
Выбор мужа как бизнес-проект	6
12 шагов к счастливому браку	11
Шаг 1. Чистосердечные признания	17
Шаг 2. Замуж? Зачем? Или чего я на самом деле хочу	30
Шаг 3. Изучаем реальные свойства товара, или Какая из меня выйдет жена?	42
Шаг 4. Описание целевой аудитории. Аватары мужа	61
Шаг 5. Опрос аудитории, или Какую жену ищут мужчины моей мечты?	97
Шаг 6. Формируем УТП — уникальное торговое предложение.	122
Шаг 7. Определяем бюджет	131
Шаг 8. Упаковка	152
Шаг 9. Лидогенерация	184
Шаг 10. Воронка продаж	199
Шаг 11. Предпродажные переговоры	221
Шаг 12. Закрытие сделки, или Время сказать «Да!»	245



ВЫБОР МУЖА КАК БИЗНЕС-ПРОЕКТ

Вы наверняка уже пробежались по оглавлению книги и заметили, что многие главы имеют маркетинговые названия. Вас это не смущает? «Брачный рынок», «воронка продаж», «упаковка товара», «уникальное торговое предложение», «лидогенерация» и прочие термины, уместные скорее на совещании по стратегии продвижения, а не в книге про замужество и любовь... Не волнуйтесь, речь не идет о товарно-денежном обмене в отношениях между мужчиной и женщиной. Никаких «секс за содержание» и «ночь на кушетке за провинность» в книге не будет. Просто мне бизнес-терминологией пользоваться удобно и привычно: я окончила стартап-академию Сколково, много лет проработала в рекламе, маркетинге и PR. Создание и пошаговая реализация проектов — мой профиль. Думаю, что и вам взглянуть на выбор мужа по-новому будет интересно.

Названия глав и используемая в книге терминология соответствуют основной идее — применению маркетинговых инструментов к созданию семьи.

Я уверена, что сначала у человека формируется потребность в семье, а уже потом встречается идеальный партнер. Конечно, бывают случаи, когда заядлый холостяк или убежденная противница замужества теряют голову от страсти и вступают в брак. Но это скорее говорит о том, что на сознательном уровне они просто игнорировали свою потребность в семье и провозглашали ценности, для них уже устаревшие.

Я много раз задавала людям вопрос о планах на создание семьи — лично и через социальные сети. Чаще всего ответ выглядел так: «Да, семью, наверное, нужно будет когда-нибудь создать, но пока не с кем, и есть другие задачи (диплом получить, карьеру построить, здоровье в порядок привести, мир посмотреть, квартиру/машину купить и т. д. и т. п.).»

Если провести аналогию с покупкой, получается, что брак сейчас не является необходимым вложением, он не настолько привлекателен, чтобы тратить на него ресурсы в первоочередном порядке.

Современный мир уже не навязывает семью как единственный возможный сценарий. Общение, поддержку, секс и даже некий суррогат любви сейчас можно получить вне брака. Даже смешные моменты, связанные с экономией, уже давно не работают: и машин на семью хочется две, и холодильников бывает несколько, и вообще человек любого пола, живущий один, легко и без проблем может себя обслуживать и обеспечивать.

Следовательно, единственная мотивация для создания семьи сегодня — потребность души. Рано или поздно она просыпается практически у всех. Быстрее всего отмечают у себя эту потребность люди, которые в принципе хорошо чувствуют потребности своей души. И часто в России это женщины, поэтому и кажется, что женщин, мечтающих о замужестве, больше, чем мужчин, стремящихся к созданию семьи. Но объективно это не так. Есть, конечно, чисто статистические предпосылки: с каждым десятилетием, начиная с двадцатилетнего возраста, число мужчин относительно женщин уменьшается на 2–3 %. Если количество парней и девушек студенческого возраста в среднем по стране примерно одинаково (в некоторых регионах мужчины даже в большинстве), то к 30 годам на 100 женщин остается уже всего 98 мужчин, к сорока — 95, а к пятидесяти уже как в песне: «На десять девчонок по статистике девять ребят». Дальше картина становится еще хуже из-за ранней мужской смертности в нашей стране. Но в детородном возрасте количество мужчин и женщин сопоставимо¹.

В современной культуре принято считать, что женщина всегда хочет замуж, а мужчина жениться не хочет: не готов брать на себя ответственность и становиться главой семьи. И это тоже миф! Мужчин, мечтающих о детях и любящей жене, мужчин, которые хотят заботиться и защищать, предостаточно. Они создают семьи, растят детей в любви

¹ Данные Росстата «Число женщин на 1000 мужчин в разных возрастных группах».

и счастье. Почему они женятся не на вас? А вот тут вступают в силу те самые рыночные законы: то, что такой мужчина ищет в браке, он не находит в вас. Если вы хотите создать счастливую семью, нужно выбрать из миллионов мужчин того, чьи потребности совпадут с вашими возможностями и чьи достоинства удовлетворят ваши нужды. Вот здесь и начинается маркетинговый подход, ведь маркетологи умеют увязывать потребности покупателей и свойства товара.

Согласно Ф. Котлеру, маркетинг — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Маркетинговые наработки взяли на вооружение рекрутеры: они подбирают идеальных членов в определенные команды. Воспользоваться готовыми, проверенными на сотнях миллионов людей инструментами я предлагаю и вам.

Конечно, не стоит приравнивать себя к товару, который ждет покупателя на полке. Или играть в корпорацию, которая выбирает лучшего кандидата на вакансию. Каждый из нас — человек, индивидуальность. Не товар, не бизнес и даже не коллектив. Хотя если у вас есть дети и вы планируете выйти замуж, уже сложившемуся домашнему коллективу новый выбор тоже придется «продать».

Мы возьмем на вооружение только те маркетинговые инструменты, которые применимы к человеку, и адаптируем их, чтобы результат помог создать счастливую семью.

Любовь — это не мурашки по коже, не бабочки в животе и не эмоции через край — все это влюбленность (она же эротический интерес и страсть). Влюбленность может превратиться в любовь, а может и не превратиться. Тут важны осознанность и ясность взгляда, желание и намерение любовь растить. Собственно, семья нужна для того, чтобы помочь паре вырастить осознанность и любовь.

Убедила? Или вы все еще думаете, что путь к счастливому браку выглядит так: случайная встреча — любовь с первого взгляда — нам все друг в друге нравится — сразу решаем всю жизнь прожить вместе — на утро подаем заявление в ЗАГС?

Разочарую вас: так не бывает.

Иногда мужчина может сделать предложение на второй день знакомства (причем вполне серьезно). Но это значит, что все шаги, описанные в этой книге, он уже сделал, все продумал, и проработал, и узнал про вас все, что ему нужно для принятия решения. Остается только задать ему все важные для вас вопросы, и если ответы вас устроят, принять предложение.

Не знаете, что спросить? Или замуж вас пока не зовут? Тогда читайте книгу и обязательно делайте упражнения. Удачи вам!