

# ВСТУПЛЕНИЕ

С чего началась эта книга?

Со старой мудрости: «На ошибках люди учатся». Как известно, учиться можно двумя способами: на своих ошибках и на чужих. Хотя многие не делают ни того ни другого — они бездействуют, боясь ошибиться, откладывают на потом, но это «потом» так и не наступает.

Поэтому я предлагаю вам прямо сейчас начать учиться на чужих ошибках. Книга, которую вы держите в руках, — это бизнес-учебник. В нем нет стандартного набора абстрактных мыслей и рассуждений о предпринимательстве. Вместо скучной теории — подлинные истории из жизни реального человека, благополучно провалившего одиннадцать бизнес-начинаний, прежде чем у него что-то стало получаться. Каждая история — отдельный эпизод, в котором выделены ключевые ошибки и сделаны определенные выводы. Взять все это на вооружение и означает воспользоваться чужим жизненным опытом, если, конечно, вы хотите сэкономить годы жизни и миллионы рублей (а то и долларов).

Надеюсь, моя книга станет для вас вдохновляющим и захватывающим путешествием, ведь самые интересные и поучительные истории всегда рождает сама жизнь!

Каким образом герою этих историй удалось сохранить оптимизм и не уйти из бизнеса после стольких неудач? Ведь многие люди бросают попытки после первого же провала, максимум второго. Мало кто готов гнуть свою линию до конца, невзирая на то что ничего не получается...

Ответ на этот вопрос – во введении.

# ВВЕДЕНИЕ

Однажды я спросил знакомого миллиардера: «Каким главным качеством обязательно нужно обладать, чтобы добиться успеха?»

Он сказал: «Последовательностью».

Подумав над его ответом, я понял, что мой знакомый прав. Именно последовательности не хватает многим из нас. Сделали одну ошибку – тут же остановились. Не получили результата за неделю – бросили перспективное дело. Сегодня хотели чем-то заниматься – завтра расхотели. Все это – проявления непоследовательности, именно она лишает нас денег, счастья и успеха.

Для того я и пишу эту книгу – чтобы на реальных примерах показать широкому кругу читателей, чего категорически нельзя делать, если они хотят от жизни большего, если есть желание преуспеть в какой-то деятельности. И наоборот: хочу продемонстрировать, как надо поступать, чтобы экономить время, силы, деньги и в итоге выйти на желаемый доход. После ее прочтения ваша картина мира существенно расширится.

Картина мира – это набор представлений о жизни, деньгах, успехе, людях, отношениях. Какова картина мира, такова и жизнь. Чем эта картина шире и объемнее, тем человек

богаче, свободнее, успешнее, счастливее. Чем она уже и примитивнее, тем чаще жизнь сводится к борьбе за выживание. Соответственно, самый простой способ постоянно расти — и как личность, и в плане доходов — расширять картину мира. Как это сделать? Прикоснуться к опыту тех людей, чья картина мира объемнее. Тогда и ваша начнет автоматически меняться.

И пусть слово «предприниматели», которое часто будет встречаться на страницах этой книги, вас не смущает. Да, его обычно употребляют как синоним термина «бизнесмены». Хотя информация, которую я даю, будет полезна каждому, кто не согласен с текущим положением вещей, кого не устраивают текущие доходы и само качество жизни на данный момент... Скажите мне, только честно, вас устраивает сумма, которую вы зарабатываете сейчас? Рискну предположить, что нет, поэтому вы и открыли мою книгу.

Быть предпринимателем — не обязательно значит «основать международную компанию а-ля Facebook<sup>1</sup>», «нанять 100 500 сотрудников», «открыть ООО». Быть предпринимателем означает «постоянно что-то *предпринимать*». То есть действовать. Идти вперед к своей цели, даже если пока не очень ясно, как именно ее достичь. Иметь смелость решать все возникающие проблемы и задачи, не сдаваться перед ними, не пасовать. Не говорить: «Ой, это невозможно, у меня нет нужного образования, связей, денег...»

---

<sup>1</sup> Запрещенная на территории Российской Федерации организация.



## Быть предпринимателем — значит действовать.

Настоящий *предприниматель* постоянно что-то придумывает, изобретает нечто новое в своей работе, деле или бизнесе. Вспомните начало 90-х годов, когда коммерция в нашей стране только зарождалась: никто не знал, как именно заниматься бизнесом и зарабатывать на этом. Кто-то *предпринимал* экспедицию в Турцию или Китай, чтобы на свой страх и риск привезти оттуда баулы с дефицитными товарами на продажу без каких-либо гарантий, что задумка окупится. Большинство же не были готовы что-то пробовать, поэтому вынужденно покупали эти вещи с большой наценкой у тех, кто не побоялся *предпринять* поездку за границу. Более того, они делали это, несмотря на отсутствие опыта, не представляя, как решать вопросы с налоговой, таможней, рекламой и сбытом. Они разбирались со всем этим по ходу дела.

Сейчас, конечно, на рынке другая ситуация: переизбыток товаров и услуг, потребители могут найти все что угодно, во множестве вариантов. Поэтому формула «купить и продать дороже» уже не работает. Надо предпринять что-то более замысловатое. Как сказал один известный человек, секрет «успешного успеха» в том, чтобы ваш продукт обладал **максимальной ценностью** за **минимально возможную стоимость**. Сочетание этих двух параметров — основной критерий товара или услуги, за которым всегда будет стоять очередь из желающих купить.

Я не говорю о том, что у вашего предложения должна быть самая низкая цена на рынке. Возьмите, к примеру, iPhone —

он отнюдь не дешевый, но выставлен к продаже по минимально возможной цене для того объема потребительской ценности, набора функций, качества упаковки и уровня дизайна, которыми обладает. Ваша задача в другом: **изобрести способ снизить затраты** (на доставку, хранение, продажу, упаковку, маркетинг, производство) без потери качества. Например, тот же iPhone разработали в США, но собирают в Китае, что дешевле.

Другой пример: все покупают рекламу в интернете, платят большие деньги за каждого привлеченного клиента, а вы можете пойти другим путем и придумать способ, как распространять товар почти бесплатно — допустим, через рекомендации знакомых, или «вирусную» механику, или методами сетевого бизнеса. Можно вообще не использовать интернет, а найти какое-то место, где массово, «оптом», тусуются все ваши потенциальные клиенты. Допустим, ваша целевая аудитория — бухгалтеры. Где они обычно собираются? В налоговой службе. Поэтому можно предпринять попытку договориться с любимым ими государственным органом — например, разместить вашу рекламу в фойе у налоговиков вместо того, чтобы тратить большие деньги на продвижение в интернете.

То же самое можно сказать и о другом приеме. Обычный человек, что-то продвигая на рынок и желая повысить интерес к своему предложению, добавит к нему подарок или бонус. В итоге вырастет себестоимость товара или услуги, и конкурировать по цене уже не получится. Нужно снова применить *предпринимательство*, то есть подумать: какую добавить фишку, от которой глупо было

бы отказываться потенциальному потребителю, и при этом удержать цену на уровне рынка? К примеру, дать бонусы не за свой счет, а за чужой. Или найти детальку, которая очень-очень-очень важна для клиентов, но ничего вам не стоит — скажем, обещать месяц дополнительной пост-продажной поддержки.

Еще один пример: сейчас на маркетплейсах отлично продаются футболки с принтами, стоят они все примерно одинаково. В общем, конкуренция в этом сегменте рынка огромна. Один мой знакомый нашел способ дать клиентам максимальное количество пользы за минимальную стоимость — он упаковывает свои футболки не в целлофановые пакеты, как остальные продавцы, а в крафтовую бумагу, перевязывает бечевкой и ставит сверху сургучную печать. Подобная упаковка стоит настолько недорого, что смешно об этом говорить, но выглядит потрясающе. Такой подход придает ценности продукту, создает космический вау-эффект. Люди готовы покупать нестандартно поданные футболки снова и снова для себя или в качестве подарка.

Даже если вы работаете в найме, всегда есть возможность что-то *предпринять*, тем самым повысив эффективность своей работы. *Предпринимать* можно и в частной жизни, воспитывая детей, например, и на удаленной работе, и в продвижении по карьерной лестнице, и, конечно, в бизнесе.

На словах многие люди хотят и заработать уйму денег, и наладить отношения с близкими, и сократить рабочие часы, чтобы иметь возможность больше времени отдыхать

**Даже если вы работаете  
в найме, всегда  
есть возможность  
что-то предпринять,  
тем самым повысив  
эффективность своей  
работы. Предпринимать  
можно и в частной  
жизни, воспитывая  
детей, например,  
и на удаленной работе,  
и в продвижении по  
карьерной лестнице,  
и, конечно, в бизнесе.**



и проводить с семьей. Но по факту они не *предпринимают* для этого никаких действий. Или предпринимают, но недостаточно. Ленятся, прокрастинируют, находят себе оправдания и приводят очень убедительные причины, почему у них ничего никогда не получится, причем верят в это сами и убеждают других.

В отличие от них, настоящий предприниматель не согласен весь остаток жизни мириться с текущим положением вещей, с текущими доходами и проблемами, с текущим качеством и яркостью жизни. Он хочет развития, хочет **большего и лучшего**, причем хочет не на словах, а на деле! Поэтому *предпринимает*, то есть действует.

Здесь можно вспомнить «**Технологию жизни. Книгу для героев**» **Владимира Тарасова**. Автор называет героями тех людей, которые, цитирую: «...хотят переделать свою страну или весь мир. И хотят это сделать, как им кажется, вполне бескорыстно». То есть герои хотят улучшить не только свою жизнь, но и жизнь общества в целом. Я решительно согласен с этим определением! Так вот, предприниматель заботится не только о том, чтобы набить собственные карманы. Он думает, как от его деятельности станет лучше другим. Даже неважно, кто он сам: наемный сотрудник, фрилансер или мама в декрете, карьерист, самозанятый или большой бизнесмен.

Когда мы не только стремимся к тому, чтобы самим стать богаче, успешнее и счастливее, но и держим в голове мысль, как от нашего успеха выиграют другие люди, тогда нам в нашем предпринимательстве начинает помогать сама жизнь.

Моя книга именно для таких людей, которые хотят развиваться сами и помогать другим, улучшать жизнь свою и окружающих. Это значит — для вас.

В первый раз в своей жизни, целиком и полностью, от начала и до конца я расскажу вам про все эпизоды моего бизнес-пути, про бизнес-попытки и бизнес-провалы, которых, поверьте, было немало. И, собственно, изложу выводы, разберу ключевые ошибки, чтобы вы, в свою очередь, их не допускали.

В конечном итоге совокупность всех этих эпизодов и привела меня к той жизни, о которой когда-то я даже мечтать не мог. Моя нынешняя деятельность полностью меня удовлетворяет и в моральном, и в финансовом плане. Проще говоря, я делаю то, что мне нравится, и получаю за это хорошие деньги.

Как я к этому пришел? Долгая история. А точнее — множество небольших. Я назвал их эпизодами. Из них и состоит моя книга.

А начну я... с предыстории.