



Джей Абрахам

**Как вывести ваш  
бизнес из тупика**

Джей Абрахам

# Как вывести ваш бизнес из тупика

## Глава 1

### Ваш бизнес зашел в тупик?

Хотите, я поделюсь с вами удивительной статистикой? По результатам моих исследований, 95% компаний-представителей малого и среднего бизнеса, в том числе и только что вышедших на рынок, не достигают намеченных целей. Чудовищная цифра, не правда ли?

Известно огромное количество историй провала. Почему так происходит? Потому что большинство компаний не имеют четкого плана, основанного на четырех важнейших аспектах: продукт, рынок, миграция и маркетинг.

Многие компании не имеют ясного, конкретного представления о том, в каком именно направлении должен следовать их бизнес. А их владельцы просто не могут оценить свои текущие перспективы. Они не спрашивают себя: «А что, если...», а ведь именно с этих слов зачастую и начинается ошеломляющий успех!

А еще у них нет книги «Как вывести бизнес из тупика». Но у вас-то она есть: отличная новость для начала!

Мой подход поможет вам вырваться из этой рутины. Применяв мою стратегию для своей компании, вы ежегодно будете разрабатывать комплексный детальный план развития на будущие 12 месяцев. Этот план будет разбит по продуктам, рынкам, маркетингу, типам покупателей, месяцам и в некоторых случаях – даже по неделям. Вы будете разрабатывать стратегии, готовые к воплощению здесь и сейчас. Вы будете отслеживать и оценивать результаты реализации каждой новой стратегии как минимум два раза в месяц, а может, и чаще. Таким образом, заметив отклонения от намеченного курса, вы сможете активно и оперативно реагировать, а не сидеть и ждать, пока ситуация выйдет из-под контроля.

Вы узнаете, как добиться наилучших результатов. Вы узнаете, что надо делать, и научитесь реализовывать разработанные вами стратегии и тактики. Вы максимально увеличите прибыльность вашего бизнеса, заменив не приносящие дохода мероприятия новыми концепциями, опробовать которые вы сможете прямо сейчас.

Если текущий результат превзойдет ваши прогнозы, вы начнете углубленно развивать соответствующую область. Если же, напротив, показатели окажутся ниже ожидаемых, вы сможете внести коррективы в свои действия, адаптировать стратегию или

найти новые подходы. Эта книга поможет вам сделать необходимые шаги в планировании вашей бизнес-реальности.

Каково это – оказаться в тупике? Вы напряжены... Растеряны... Разочарованы... Дни проходят, но ничего не происходит. Вы тратите невообразимое количество времени, пытаетесь разобраться с балансом, зарплатой сотрудников и другими неприятными процедурами. Такое ощущение, будто вы висите над пропастью, цепляясь ногтями за скалу. Вы хотели бы заняться эффективной, приносящей максимальную отдачу работой, но сомневаетесь, какие именно шаги предпринять, чтобы не ошибиться. Возможно, у вас уже есть некоторые идеи, но вы не знаете, с чего начать и как их реализовать. И даже если и это вам известно, каждый день приносит новые проблемы, требующие вашего немедленного внимания, так что у вас практически не остается энергии на стратегические проекты, которые смогут вывести вас на новый уровень, вытащить ваш разум из «болота», в котором он оказался. Доходы иссякли. Реклама не продает. Потенциальные клиенты такими и остаются. Прибыль падает. Мрачная картина...

«Расти или умри!» – этот афоризм применим ко всему. Особенно - когда речь идет о жизненной силе бизнеса, отношений и человеческого разума. Бизнес *должен* постоянно развиваться. Нельзя удовлетворяться тем, что вы просто держитесь на плаву, – нужно настроиться на процветание. На страницах этой книги я покажу вам, что нужно делать сначала, что – потом, и что – после этого, а еще – как, где и почему нужно это делать. Благодаря этому у вас не будет ощущения, что вы снова на мели с кучей «общих идей», которые не выстраиваются в конкретный план или действие.

Вам не раз приходилось слышать, что главное вложение в жизни большинства людей – это дом. На самом деле, 80% времени бодрствования вы вкладываете в свое дело и посвящаете своему бизнесу. Туда же следует вкладывать и ваши чувства. Именно сюда должна быть направлена ваша страсть. Здесь должно создаваться и разумно преумножаться ваше имущество, ваше благосостояние. Тем не менее, большинство предпринимателей не видят это в таком свете.

Инвестируя энергию, время и деньги в свой бизнес, вы создаете не просто доход, а настоящее богатство. Почему? Потому что продать ваш бизнес вы сможете по цене в 5-15 раз выше получаемой прибыли - в зависимости от области, в которой работаете. Невозможно представить себе нечто более рентабельное! Кроме того, вы освободитесь от стресса, в котором живете, и ваша семья будет любить вас еще сильнее!

Я считаю, что вы не просто заслуживаете максимальной отдачи от своего бизнеса сейчас и в будущем: вы должны *рассчитывать* на нее – как в практическом, так и в нематериальном смыслах. Процветание, постоянно растущий доход, абсолютная

уверенность, высокая стоимость активов – вы достойны всего этого и прочих привилегий успеха. Конечно, здесь речь идет о материальном благосостоянии, но вместе с ним вы получите удовлетворенность, отсутствие стресса, самореализацию, возможность вести желаемый образ жизни и поддерживать связь с близкими людьми.

Одна из причин, почему деловые люди могут оказаться в тупике, в отсутствии страсти к тому, что и для кого они делают. Неважно, потеряли ли они этот энтузиазм со временем или его и вовсе не существовало, – все они в большинстве случаев сосредотачивают свое внимание не на тех вещах. Они упустили курс игры, в которую играют, а, быть может, и правил ее никогда не знали. Они чувствуют себя бессильными изменить свой бизнес или свою жизнь. Зажечь эту страсть и заставить ее разгореться – вот что приведет к успеху! И я покажу вам, как.

Когда наступают трудные времена, большинство выбирает самый неверный способ: сокращают расходы за счет человеческих и интеллектуальных ресурсов, которые и являются главными активами в большинстве сегодняшних компаний. В этом их ошибка. В бизнесе не существует более эффективного инструмента, чем энергия, страсть, интеллект, связи и предпринимательский дух тех, кто окружает вас на работе. Прочитав эту книгу до конца, вы увидите (Глава 10), что менталитет, основанный на фразе «Я могу это сделать сам!», работает только для вашего шестилетнего ребенка, но для «тупиковой» бизнес-среды двадцать первого века совершенного не подходит.

Как ни парадоксально, чем сильнее люди ощущают, что не двигаются с места, тем больше они боятся потерять *status quo* и изменить курс, невзирая на сомнительное качество и падающие показатели результатов такой политики. Однако не существует более *подходящего* момента, чтобы попробовать изменить свое отношение и принципы ведения бизнеса, чем время экономического кризиса. Вы можете без риска, традиционным способом, опробовать новый подход к продажам, маркетингу или рекламе, а затем обнаружить, что следующий – на 20% эффективнее. Но и на этом не следует останавливаться – третья стратегия может улучшить результат на 40%!

Можно бы и остановиться, но зачем? Если показатели вашей компании падали на 30%, вы уже в выигрыше...но и это не повод останавливаться! Вы компенсируете тенденцию к понижению вашего предприятия. Вы начинаете зарабатывать больше – так зачем же почивать на лаврах? Мне доводилось видеть, как изменение стратегии увеличивало прибыльность бизнеса в 21 раз – а это целых 2100%! И тем не менее, большинство компаний, оказавшихся достаточно удачливыми, чтобы подняться на новую ступеньку успеха, снова оказываются в тупике, потому что довольствуются лишь результатом первого шага к развитию. Они полагают, что «лучше» – уже достаточно, но

«лучше» – недостаточно никогда! Если вы продолжите вкладывать в дело столько же усилий и времени, с тем же уровнем альтернативных издержек, тот же потенциальный клиент, переступивший ваш порог, может принести на 333% больше прибыли. Так какой же смысл довольствоваться 33%?!

Здесь и начинается тот самый рост эффективности, о котором я говорил раньше. Даже в условиях кризиса, когда конкуренты закрывают двери своих компаний, вы сможете процветать. Вы будете продолжать расти, несмотря на мрачные прогнозы финансовых новостей. Звучит неплохо? Если вам понравилось, читайте дальше.

### **Девять «камней преткновения» на пути к успеху**

Эту книгу я написал, чтобы помочь вам вывести бизнес из тупика. А чтобы вы яснее и четче представили себе суть моей мысли, я выделил девять препятствий на этом пути – назовем их «камнями преткновения».

Таким образом я обозначил главные области, в которых бизнес обычно заходит в тупик – независимо от глобальной экономической ситуации, и каждому из этих девяти аспектов я посвятил отдельную главу. Шаг за шагом я буду показывать вам распространенные ошибки, ловушки и заблуждения, которые готовит нам каждый из этих «камней». И самое главное - я предложу вам конкретные решения, которые вы сможете использовать в вашем бизнесе уже *сегодня*, чтобы достичь желаемого и даже вызывающего зависть уровня развития вашего бизнеса, которого вы заслуживаете. А еще я научу вас извлекать выгоду из той негативной среды, в которой бизнес оказался сегодня. Я покажу вам, как реализовать все то, чему вы научились.

Итак, давайте взглянем на эти девять «камней преткновения». Перед вами – лишь краткий обзор, а о конкретных идеях и решениях читайте в следующих главах.

### **Вы зашли в тупик, потому что проигрываете конкурентам.**

Если конкуренты более успешны, чем вы, то это вовсе не означает, что они предлагают лучшие товар или услугу. Возможно, они просто используют более эффективный подход к позиционированию, маркетингу и продажам. Это также может означать и то, что *ваш* метод не работает.

Все эти области постоянно требуют инноваций, однако большинство компаний не могут обеспечить непрерывное движение вперед в сфере маркетинга, стратегий, инноваций и менеджмента. Все это невозможно, если вы не имеете четкого представления

и понимания того, что сегодня происходит в вашей компании с каждой из этих категорий. В результате – то, что определил в известной фразе Питер Друкер: «Если владельцы бизнеса не работают постоянно на то, чтобы перерасти самих себя, они могут не сомневаться, что это сделают их конкуренты». Однако инновации в бизнесе – это на удивление просто!

Итак, во второй главе этой книги мы рассмотрим, что же такое инновации в бизнесе, и узнаем, как много чудесных способов их реализации вам доступны. Мы обсудим разницу между *оптимизацией* и *инновацией* и покажем, как мало компаний в действительности применяют подлинно инновационные стратегии. Когда показатели эффективности вдруг начинают расти или, наоборот, падать, владельцы бизнеса, как правило, выбирают одно двух: они или идут быстрее в том же направлении, или медленнее. В любом случае их деятельность *привязана к одному и тому же направлению* - вместо того, чтобы выбрать что-то другое: лучшее, более эффективное, прибыльное, продуктивное, рациональное и приоритетное.

Как совершить прорыв? Как принимать контролируемые риски? Как искать за пределами вашей отрасли инновации, которые можно применить в вашем бизнесе? Ответив на эти вопросы, вы выйдете из тупика, в котором оказались, потому что проигрывали конкурентам. Дочитав первую главу, вы уже ступите на путь движения и развития, процветания и лидерства.

### **Вы зашли в тупик, потому что мало продаете.**

Как повернуть ситуацию в свою пользу и сделать так, чтобы вы стали продавать больше, чаще, большему количеству клиентов и завершать больше сделок - проще и быстрее? В третьей главе я познакомлю вас со «Школой бизнеса» Индианы Джонса – почему я называю ее именно так, вы увидите сами. Вы узнаете все о том, как превратить игру из той, где нет шансов на победу, в ту, где только вы знаете, как выигрывать постоянно, легко и с бесконечным удовольствием – как от самого процесса, так и от итоговых результатов, которых вы достигнете.

Существует множество элементов бизнеса, которые вы можете взаимозаменять. Во-первых, мы поговорим о том, как изменить свой подход к продажам: здесь предусмотрено обучение всего штата ваших продавцов техникам продаж-консультаций. Затем мы взглянем на вашу рекламу, которая, скорее всего, окажется сухой, тактической (а не стратегической) и малоэффективной. Мы подробно остановимся на том, как, на

первый взгляд, самые незначительные изменения (например, в рекламных заголовках) могут привести к вашим дверям лавину новых клиентов.

Мы также посмотрим, как в вашей компании обстоят дела с онлайн-представительством, важность которого трудно переоценить в современном, прочно опутанном «сетевой паутиной» мире. У вас есть интернет-сайт? Он привлекает нужных вам клиентов? Если нет - настало время это изменить!

Существует еще множество областей в вашем бизнесе, изменения в которых могут быть необыкновенно полезны и эффективны – например, то, как вы используете средства, или каков главный посыл вашей компании. Мы рассмотрим каждый из этих аспектов и поговорим о том, как инновации могут вам помочь забыть о дефиците и проблемах с балансом.

Дочитав третью главу и окончив мою «Школу бизнеса» Индианы Джонса, вы станете мастером «предвосхищающих» продаж, составления уникального торгового предложения, стратегии «превосходства» и продаж-консультаций – а с этими инструментами вы получите уверенность в том, что ваш бизнес никогда не окажется в тупике из-за недостатка продаж. Поверните игру в свою пользу, измените стратегию и тактику продаж! И знаете, что произойдет? Ваши результаты тоже изменятся. И очень быстро!

### **Вас завел в тупик неустойчивый объем бизнеса**

Бизнес имеет неустойчивые, непредсказуемые показатели объема, когда ему не хватает стратегической, систематической и аналитической организации. В четвертой главе я поделюсь с вами концепцией создания успешной «стратегии миграции», с помощью которой вы сможете углубить и расширить свои отношения с покупателями, а также реферерами и индоссантами.

Итак, давайте определимся с терминами. *Стратегия миграции* подразумевает выбор лучшей по качеству и количеству целевой аудитории потенциальных клиентов, привлечение их интереса к вашему продукту, включение их в списки постоянных клиентов, создание предложения, от которого они не смогут отказаться, и непосредственно продаже. Таким образом вы «переселяете» их внутрь вашей системы продаж, двигаясь по восходящей. Начинать следует с создания комплексной системы для установления отношений с покупателями и/или посетителями вашей компании. Сюда входят: телефон, интернет-сайт, каталог продукции/услуг, техническая поддержка,

предоставление информации по запросу и всем остальным каналам, по которым к вам попадают клиенты.

Эта система может включать бесплатные образцы, недорогие продукты, дополнительные информационные материалы, бесплатные консультации или помощь и другие способы установления отношений. Вы не только сможете понять, кто ваши самые перспективные клиенты и как с ними нужно общаться, но и увидите, как можно «продвинуть» их от «просто смотрящих» (предполагаемые покупатели) до совершающих небольшое приобретение (первичные покупатели), и, наконец, – крупные покупки на регулярной основе («клиенты на всю жизнь»). Я поделюсь с вами стратегиями, которые были успешно применены в консультируемых мною компаниях – во многих из них прибыль всего за полтора года увеличилась в 15 раз! Подобное происходит гораздо чаще, чем вы думаете, – и нередко лучшей средой для таких перемен становится экономический спад. Я достигаю таких результатов не потому, что обладаю уникальными способностями, а потому, что большинство владельцев бизнеса очень редко используют по максимуму ресурсы своей компании и ее сотрудников.

### **Вы зашли в тупик из-за отсутствия правильной стратегии.**

Если бы вы вели дневник, записывая туда все свои бизнес-операции в течение месяца, то, вероятно, обнаружили бы, что 80% этих мероприятий оказались совершенно непродуктивными и нестратегическими. Большинство предпринимателей не уделяют должного внимания разработке стратегии, управлению и развитию компании за счет повышения производительности. Они занимаются *микро*-менеджментом, а *макро*-оставляют в стороне. Они просто продолжают тратить время, деньги и человеческие ресурсы - так же, как делали это всегда, – и получать такие же далеко не блестящие результаты. Они тактически пытаются справиться с ежедневно возникающими очагами проблем, отдавая все больше и больше сил своему бизнесу - вместо того, чтобы заставить бизнес работать на себя.

В пятой главе своей книги я помогу вам «достать» с недостижимой высоты это модное слово «стратегия», которое сегодня у всех на слуху, но которое большинство предпринимателей на самом деле не понимает и не применяет. Я объясню вам разницу между понятиями «стратегия» и «тактика», «эффективность» и «результативность», расскажу о настоящем тайм-менеджменте делового человека и о теории «наиболее эффективного использования». Я покажу вам, как можно честно, быстро и со сногшибательным эффектом преумножить вашу результативность с помощью 3-5

наиболее значимых с точки зрения леввереджа мероприятий, за которые вы и получаете деньги в своей компании. Эти задачи мы разделим на 5-6 подпроцессов и оценим их с точки зрения мастерства, энтузиазма и актуальности относительно успеха вашего бизнеса сегодня и в будущем.

### **Вы зашли в тупик, потому что расходы «съедают» всю вашу прибыль.**

Как затраты могут «съесть» прибыль бизнеса в состоянии стагнации?

Во-первых, большинство компаний не отслеживают, какую отдачу они получают от вложений в свой маркетинг, ведь если бы они это делали, то непременно пришли бы к выводу, что их сегодняшняя маркетинговая стратегия – путь в финансовую воронку. Во-вторых, когда наступают трудные времена, они тут же решают сократить затраты на продажи и маркетинг, в то время как именно в этот момент эти области нуждаются в дополнительных вложениях – при условии, что компаниям известно, как сделать данные вложения окупаемыми. И, в-третьих, руководству необходимо скорректировать границы оценки с точки зрения общей перспективы для любой операции, ведь если бизнес идет на спад, они просто не могут действовать. В этом случае необходимо перейти на «приоритетный» маркетинг, как я это называю. Большинство компаний ни имеют представления о том, какова мотивация их первичных или потенциальных клиентов, поэтому и затраты оказываются или слишком велики, или слишком малы.

Когда экономика идет на спад, а бизнес переживает стагнацию или упадок, большинство предпринимателей и управленцев вкладывают больше денег в маркетинг, *не оценивая степень отдачи от текущих маркетинговых вложений*. Если вы не извлекаете максимум – значит, извлекаете минимум. Очевидно - если вы с двойным упорством будете продолжать делать то же, что не работало и в хорошие времена, кризис вам не пережить! В шестой главе моей книги я научу вас анализировать каждое предпринимаемое вами действие с помощью фундаментального вопроса: «Вложив один доллар, какую отдачу я получу? И на какую прибыль смогу рассчитывать в будущем?» Что бы вы ни делали, оценивайте это с точки зрения вложения или прибыли, а не просто расходов.

Как сузить горизонты планирования и работы вашей компании (задачи компании в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе), чтобы обеспечить не только развитие, но и сохранить жизнеспособность вашего бизнеса? Как выбраться из ловушки паритетных цен, которые являются бичом для таких компаний, как сети предприятий - фаст-фуд,

например? Как научиться использовать торговые наценки, которые могут позволить себе «Ритц-Карлтон» или «Тиффани»? Как заключить в союзники более крупные компании, использовать ассортимент других предприятий, создать доступ к продуктам и технологиям без временных и финансовых затрат, укрепиться на новых и международных рынках, сократить расходы на исследования и разработки до нуля? На все эти ключевые вопросы я и отвечаю в шестой главе.

### **Вы зашли в тупик, потому что все еще используете неэффективные методы.**

Некоторые предприниматели, владельцы предприятий и управленцы очень боятся потерять *status quo*. Большинство из них, независимо от отрасли бизнеса, имеют очень предсказуемую тенденцию ведения дел с позиций получения дохода, идентичных для остальных представителей области. Но все должно быть иначе.

Если вы делаете то же, что и все остальные, вы не сможете выделиться в среде конкурентов. Вы потеряете статус и превратитесь в ширпотреб. В седьмой главе мы поговорим о том, как перестать использовать неэффективные методы и держаться за *status quo*, а также выработать привычку тестировать, исследовать и оценивать более эффективные методы, подходы и стратегии. С моей помощью вы подготовитесь сделать шаг вперед, используя инновационные, эффективные решения. Это движущая сила в других отраслях. Просто, возможно, в вашей она пока еще не использована.

### **Вы зашли в тупик, потому что рынок вытесняет ваш бизнес.**

Отправной точкой успеха является ваше собственное видение себя и своего бизнеса, ваш образ в собственных глазах. Если вы видите свой продукт как предмет широкого потребления, товар или услугу, не имеющие бренда, ничем не отличающиеся от других, такими они и окажутся в реальности – подобные пророчества всегда сбываются. Вы будете делать то же, что и другие: устанавливать те же цены, продавать, рекламировать, общаться с клиентами точно так же, как и все остальные. Но это все равно, что подписать себе смертный приговор.

Если вы продаете такой же товар, по такой же цене и тем же самым способом, что и ваши конкуренты, то вам необходимо создавать дополнительную ценность, иначе рынок вытеснит ваш бизнес. Предлагайте клиенту бонусы, новые выгоды, лучшие условия и

гарантии, доступную и эффективную техническую поддержку. Вам необходимо выделяться, сделать ваш продукт, вашу компанию и вашу бизнес-модель уникальными, превратив их исключительно востребованную ценность, – рекомендуйте, консультируйте, советуйте, оказывайте поддержку! Сделав это, вы будете выделяться в выгодном свете на фоне остальных и отграничите себя от компаний, производящих ширпотреб.

В восьмой главе я покажу вам, как важны предвосхищение, превосходство и собственность. Каждому человеку, в том числе потенциальным клиентам и покупателям – и, конечно, всем деловым людям – нужно постоянно ощущать себя особенными. И бизнес тоже должен быть уникальным на рынке, иначе его просто сметут, вытеснят, превратят в безликий ширпотреб. Одна из составляющих нашей задачи – показать вашим клиентам, что они особенные, что их ценят и уважают. И я научу вас, как это сделать.

### **Вас завел в тупик посредственный маркетинг.**

Большинство предпринимателей не отдают себе отчет в том, что посредственный бизнес от многомиллионного отличает скорее эффективный маркетинг, нежели любой другой его компонент. В девятой главе я покажу вам, что произойдет, если вы научитесь использовать огромный потенциал маркетинга, способный преумножить прибыльность вашего бизнеса в геометрической прогрессии. Я определяю «маркетинг» просто: это любые действия, цель которых – убедить рынок в том, что именно ваша компания может решить проблемы потребителей, заполнить пробелы, оправдать надежды, реализовать возможности и цели - так, как это не сделает никто другой. При этом ваши потребители и потенциальные покупатели, возможно, даже никогда не формулировали эти проблемы. Но если ваш бизнес сможет найти действительно эффективный способ сообщить им о ваших возможностях, стремительный рост вам *обеспечен*.

Маркетинг – это основа практически любого солидного бизнеса в любой отрасли. Поэтому вы должны стать лучшим маркетологом. Не стоит унывать: великими маркетологами не рождаются – ими становятся. Несмотря на всю сложность, которую пропагандируют многие авторы и так называемые эксперты, рациональный, эффективный и высокорентабельный маркетинг – процесс на удивление простой и логичный.

Если вы хотите взлететь до небес и позвольте мне помочь вам, мы обязательно туда доберемся. В девятой главе я научу вас, как достичь «идеальной остроты зрения» и точности мощнейшего лазера в маркетинге, чтобы подняться на небывалую высоту. Наша цель – не просто помочь вам понять, но и начать действовать.

## **Вы зашли в тупик, потому что считаете: «Я все могу сделать сам!»**

«Я сам!» – эти слова уместны, если звучат из уст ребенка, который сам хочет завязать шнурки, пристегнуть ремень безопасности или забросить мяч в корзину. Детей нужно поощрять, чтобы они научились сами о себе заботиться. Но когда речь идет о мире бизнеса, фраза: «Я могу это сделать сам!» принесет вам гораздо больше головной боли, нежели успеха. В десятой главе я покажу вам, как открыть новые огромные перспективы процветания и успеха для вас и вашего бизнеса, отказавшись от этой детской «мантры самоуверенности». Эта иллюзия серьезно ограничивает ваши возможности, ваши знания, ваши умения и доходы. Возможно, вы считаете, что не можете себе позволить передавать полномочия – на самом деле вы не можете себе позволить делать все самим.

Чего вы сможете добиться, работая с другими людьми, и что вы не могли реализовать в одиночку? По сути своей, предпринимательство – искусство эффективного использования людей, навыков, активов, капитала и усилий. В десятой главе я научу вас максимально использовать таланты ваших сотрудников – и ваши совместные усилия смогут затмить любой успех, которого вы когда-либо добивались в одиночку, какими бы экстраординарными способностями вы ни обладали. Я покажу вам, как организовать свой собственный консультативный совет – то, что Наполеон Хилл называл “*mastermind group*” («группа вдохновителей»). Я научу вас извлекать выгоду из ЧУ («чужих усилий»), ЧИ («чужих идей»), ЧНЗ («чужих навыков и знаний») и ЧРО («чужих ресурсов и отношений»). А в результате *вы* получите больше ЧД – чужих денег!

## **Сделайте шаг сегодня, чтобы выйти из тупика завтра**

Что значит – выйти из тупика? Каково это, когда ваш путь к успеху свободен от всех девяти терзавших ваш бизнес «каменной преткновения», которым посвящена моя книга?

Чтобы ответить на этот вопрос, вспомните о самом радостном мгновении своей жизни – свадьба, рождение ребенка, победный гол, который вы принесли своей университетской команде... Ничуть не меньшее волнение и радость вы сможете испытывать *каждый рабочий день*. Звучит слишком многообещающе, но позвольте мне пояснить, почему я имею смелость это утверждать.

Во-первых, ваша судьба будет полностью в ваших руках. Вам не будут страшны ни экономический спад, ни конкуренты. Наоборот - это добавит вам энтузиазма, ведь трудные времена – это еще один повод оставить конкурентов далеко позади. Вы точно будете знать, что вас ждет завтра. Ваш бизнес будет работать на вас больше, чем вы на него. Стратегически выстроенная деятельность будет генерировать для вас новые источники дохода, новых потенциальных клиентов и покупателей, обращая их в систематический непрерывный процесс. Везде, где возможно, ваши операции будут организованы в систему, приносящую тысячи самых активных рефералов, самые доходные сделки и самых прибыльных клиентов. И, наконец, ваш бизнес станет ценным активом, который каждый захочет приобрести, ведь в нем организованные системы и процессы будут сочетаться с предсказуемостью, прибыльностью и устойчивостью.

Классической моделью предпринимателя двадцатого века был человек, добившийся всего сам и в одиночку. Однако успех в бизнес-среде века двадцать первого предполагает способность креативного взаимодействия с другими. Никто не может знать абсолютно все. Никто никогда не сможет полностью собрать мозаику успеха в одиночку. Продолжать культивировать эту идею – значит проявлять эгоизм по трем причинам. Во-первых, если у вас есть превосходный продукт, услуга или компания, вам стоит поделиться ими с рынком, ведь успех – побочный продукт сотрудничества. Во-вторых, неважно - предприниматель вы или управляющий - ваша семья ждет, что ваш бизнес и ваша карьера будут приносить вам максимум удовлетворения, минимум стресса и станут источником постоянно преумножающейся ценности для вас и ваших близких. И, в-третьих, это ваш долг перед сотрудниками, инвесторами и акционерами – сделать свой бизнес самым рентабельным, стабильным и желанным выбором в сознании потребителя.

Выйти из тупика – значит выбрать самый быстрый и простой путь к изменениям, чтобы добиться новых побед. Это вдохновит вас, расширит горизонты ваших возможностей... и ваших финансовых достижений!

Это уверенность, которую вы обретете благодаря систематическому подходу, постоянно привлекающему новых людей, потенциальных клиентов или покупателей – в зависимости от вашей бизнес-модели – и превращающему их из первичных в повторных, постоянных и клиентов на всю жизнь. Это значит, что в вашей компании организован систематизированный результативный процесс, позволяющий непрерывно совершенствовать вашу бизнес-модель и увеличивать ваши доходы. Это значит, что ваш энтузиазм в работе растет в геометрической прогрессии. Вы достигаете максимальной эффективности производительности и взаимодействия, что бы вы ни делали – сейчас и в будущем. Вы используете только стратегический подход. Вы точно знаете, каковы

причинно-следственные связи, затраты и результаты каждой вашей операции. Вы застрахованы от рисков, ведь у вас несколько источников дохода. Вы построили необыкновенно прочное здание с крепким, непроницаемым фундаментом. Вы всегда на шаг впереди конкурентов, а значит – выделяетесь и доминируете на их фоне. Вы – единственный жизнеспособный выбор в своем сегменте рынка. Вы лучше других понимаете и четко формулируете потребности, надежды, ожидания и проблемы рынка и предлагаете ясное решение, которое потребители оценят и захотят видеть только в вашем исполнении. Вы полностью контролируете все, что вы делаете и куда двигаетесь. У вас есть определенный план действий, которому вы строго следуете и который можно корректировать по мере необходимости. А еще у вас есть «стратегия выхода» – будь то продажа бизнеса, передача дел сотрудникам или другое решение. Неизвестность сменилась абсолютной уверенностью, замешательство – головокружительной радостью.

Помните Железного Дровосека из «Волшебника изумрудного города»? Немного масла, использованного с умом, – и он уже готов к путешествию по Дороге из желтого кирпича! Ему не пришлось возвращаться в мастерскую, чтобы начать путь к своей мечте: все, что ему было нужно, – несколько капель масла в нужном месте.

Именно об этом моя книга: она покажет вам, куда идти, как развиваться и как получать максимум удовольствия и прибыли от дела, которому вы уже посвятили столько времени, внимания и заботы.

В каждой главе вас ждут десятки идей, как выйти из тупика, и я смело утверждаю, что концепции, которыми я поделюсь с вами, могут представлять огромную ценность для вашего бизнеса. А в конце каждой главы, в дополнение к краткому изложению, резюмирующему ее ключевые идеи, я предложу вам один конкретный шаг, который вы можете совершить ПРЯМО СЕЙЧАС.

Готовы выйти из тупика? Тогда – в путь!

# «Я обещаю сделать ваш бизнес успешным»

Блог Д. Абрахама на E-executive.ru



Я - Джей Абрахам. Кто-то из вас меня знает, кто-то – пока нет.

Мне повезло в жизни. Я помог большому количеству компаний в большом спектре отраслей в большей части земного шара продать больше товаров большим количеством способов с большим успехом и меньшим риском, меньшими усилиями и при этом быстрее, чем кто бы то ни было другой во всем мире. Это может прозвучать нескромно, но это задокументировано. Я делюсь с вами этим достижением для того, чтобы вы прислушались к тому, что я намерен вам сообщить. Мне хотелось бы установить с вами доверительные отношения и помочь вашему бизнесу развиваться в течение многих лет.

Я начинаю вести еженедельный блог на портале e-executive.ru.

Во-первых, я буду не просто размещать информацию, а ПОМОГАТЬ вам неделя за неделей, предлагая идеи, стратегии и опробованные антикризисные техники. Я успешно применял их во многих компаниях, и они получили гарантированный успех.

Во-вторых, через мой блог вы получаете «прямой доступ» ко мне, моему багажу знаний. Вы можете прислать мне свои вопросы, я выберу самые сложные и часто встречающиеся, а затем начну разбирать их каждую неделю. Я буду делиться своими знаниями и опытом, советовать вам, что делать, как делать и как внедрять то, что действительно необходимо в вашей ситуации.

В каждом посте вы найдете четкие, выкристаллизованные рекомендации. Вы сможете изучать этот материал, обдумывать его, возвращаться к нему тогда, когда это нужно вам. Каждый пост будет написан таким образом, чтобы научить вас тактике и стратегии. Вы сможете применить мои уроки в своем бизнесе сразу же. И сумеете использовать эти знания снова и снова.

Концепция такова: систематически, неделю за неделей, с каждым новым постом в моем блоге вы будете применять один прием за другим, предпринимать действия, которые значительно увеличат вашу прибыль. Ваш бизнес начнет изменяться: сначала медленно, потом все быстрее и лучше. Как только мы разработаем оптимальную стратегию и мощное позиционирование вашего бизнеса, мы продолжим выстраивать, улучшать, возвращать и развивать ваш бизнес, закрепляя успех каждый месяц. Не имеет значения, как ваш бизнес сейчас генерирует продажи, занимаетесь ли вы маркетингом или вообще не изучаете рынок. Работая совместно каждую неделю над улучшением вашего бизнеса, мы поможем вам найти совершенную стратегию развития, которая работает именно для вашей компании. К тому же, вы откроете для себя целый мир новых возможностей, источников прибыли, которые вы, возможно, до этого не применяли, не использовали их потенциал в полной мере или просто не знали об их существовании.

Также мы поможем (и это самое важное) сфокусировать ваш бизнес так, чтобы он был продуктивнее, выгодно выделялся на рынке. Мы поможем вам стать уникальными, ваши клиенты будут видеть в вас вашу «изюминку». Вы сможете победить любого конкурента на вашем рынке. В конце концов, ваша компания станет для клиентов единственно достойным и САМЫМ ЛУЧШИМ выбором.

Вдобавок вы узнаете, как выстроить тесные, доверительные и длительные отношения с вашими клиентами на долгие-долгие годы. Это гарантирует вам максимум возможных покупок и максимальное число повторных покупок. Имидж вашей компании на рынке будет генерировать поток бесценных рекомендаций от ваших клиентов, которые помогут вашему бизнесу процветать.

Готовы начать наше совместное путешествие? Отлично!

Мы начинаем наш путь, и я обещаю вам интересное общение, которое поможет вашему бизнесу стать успешным и преуспевающим. Я даю вам слово и беру на себя обязательство, что никогда не подведу читателей своего блога.

Если вы постоянно читаете статьи в моем блоге, вам не придется платить ни копейки за уроки бизнеса, которые я предлагаю. Конечно, иногда я буду представлять ссылки на платные ресурсы, но это не является моей главной целью.

Буду рад общению с вами. Добро пожаловать в наше сообщество успешных компаний!

<http://www.e-xecutive.ru/blog/jay/>