

# Как заработать бухгалтеру на СВОИХ ЗНАНИЯХ

(Базовый курс)



Книга - **которая поможет вам начать свой бизнес**

Андрей Тараканов - Керенский

[www.profitvektor.ru](http://www.profitvektor.ru)

## Оглавление

<i>О чем и для кого эта книга?...</i>	3
<i>От автора</i>	4
<i>Так ли страшно быть предпринимателем.....</i>	6
<i>С чего начать обычному бухгалтеру.....</i>	13
<i>Будут ли покупать вашу идею.....</i>	16
<i>Главный секрет успешного бизнеса</i>	19
<i>Почему услуги продавать сложнее.....</i>	25
<i>11 золотых способов привлечения клиентов на ваши услуги.....</i>	28
<i>Построение системы продаж, которая продает.....</i>	41
<i>Как взять свой бизнес под контроль.....</i>	53
<i>Как начать свое дело не являясь экспертом.....</i>	59
<i>Осваиваем программу бухгалтерского учета за 1 день.....</i>	63
<i>Навыки, которые помогут победить конкурентов.....</i>	65
<i>Заключительное слово.....</i>	68

## О чем и для кого эта книга?

Книга, которую вы только что скачали, является одной из первых попыток описать способы и методы по продвижению бухгалтерских и консультационных услуг.

Это не сборник теоретических рассуждений из учебников по маркетингу или программ университетов, а набор конкретных практических рекомендаций для тех, кто уже ведет свою предпринимательскую деятельность в данной сфере или задумывается над тем как ее начать.

Профессионалы найдут здесь идеи для более успешного развития своего бизнеса, а также новые способы по увеличению своих продаж и прибыли.

Новички получают столь необходимую инструкцию к действию с помощью которой наконец смогут решиться и начать свое дело здесь и сейчас.

Даже те, кто совершенно не имеют опыта работы, найдут здесь несколько полезных практических советов.

Описанные в книге методы зарекомендовали себя на практике и успешно применяются ведущими компаниями в самых различных сферах предпринимательской деятельности.

Цель книги – помочь читателю получить конкретный положительный результат. Более того, результат гарантируется. Правда при условии реального внедрения всех или части описанных способов в жизнь.

## От автора

Меня зовут, Андрей Тараканов - Керенский. Практически с самого начала своей трудовой деятельности я, как и большинство наемных работников, часто задумывался над тем как стать свободным предпринимателем. Мечтал обрести финансовую независимость и заниматься тем, что нравится.

На деле же, различные жизненные обстоятельства и собственная нерешительность все время оттягивала этот процесс.

Мечты о своем деле, так и оставались мечтами, пока жизнь не заставила меня действовать.

Крайне не осторожная игра на фондовом рынке привела меня на край финансовой пропасти, где я уже не имел шансов на отступление и перешел от теории к практике.

По началу все шло далеко не гладко. Некоторые проекты получилась, но чаще все же проваливались.

Проблема заключалась в том, что у меня не было системы. Все скорее походило на разовую подработку, чем на серьезный бизнес.

Тем не менее, позволило получить практический опыт и «набить шишки» в различных видах деятельности, включая оказание услуг в области бухгалтерского учета и налогообложения.

В какой-то момент я осознал, что дальше так продолжаться не может и необходимо кардинально менять сам подход к организации своего бизнеса.

Так я начал перенимать опыт успешных предпринимателей и обучаться у них секретам построения бизнеса именно как системы.

Оказалось, что собственно никаких секретов нет. Нужно лишь постоянно работать над собой, идти к намеченной цели и приносить пользу людям. Деньги являются лишь мерилom успеха, но никак не самоцелью.

Важно именно действовать, а не копить в себе знания, от которых без применения на практике нет никакой пользы.

Шаг за шагом, метод за методом и я начал получать реальные результаты. Наконец появились первые клиенты и подписчики, которых на сегодняшний день уже не одна сотня!

Теперь, я бы хотел поделиться накопленным опытом и знаниями с вами дорогой читатель и очень надеюсь, что вы найдете здесь то, что искали.



Заранее хочу поблагодарить всех, кто оставит свой отзыв об этой книге на моем сайте и порекомендует ее своим коллегам, знакомым или друзьям.

Если вы хотите поделиться личным опытом эффективного ведения бизнеса обязательно напишите мне по адресу [info@profitvektor.ru](mailto:info@profitvektor.ru)

**Заранее благодарен,**

A handwritten signature in blue ink that reads "Андрей Тарасов". The signature is written in a cursive, flowing style.

## Так ли страшно быть предпринимателем



Так уж получилось, что мы с вами живем в капиталистическом обществе по законам которого люди делятся на два типа – предприниматели (они же капиталисты если говорить словами Карла Маркса) и наемные рабочие (рабочий класс) хотите вы этого или не хотите.

Соответственно возникает вопрос, по какой причине одни люди становятся предпринимателями, а другие продают свое время за деньги (зарплата)?

Вопрос прямо скажем не простой и лежит по большому счету в области человеческой психологии.

Если вы проведете опрос среди представителей обоих типов, то в большинстве случаев получите ответы в защиту той жизненной позиции, которую

опрашиваемый субъект представляет. Конечно, в той и другой группировке найдутся те, кто не доволен своим текущим положением, но в общей массе ответы будут следующими.

Предприниматели Вам скажут, что искренне не понимают, как можно работать за зарплату на чужого дядю, да еще и всю сознательную жизнь. Наемный же рабочий будет доказывать, что заниматься бизнесом это очень рискованно и поэтому лучше получать не очень много, но стабильно.

Интересно, что по-своему каждый из представителей будет прав. Поэтому, получить однозначный ответ, который будет устраивать все стороны, будет практически невозможно.

Однако давайте пойдем простым логическим путем.

По статистике 80% бизнеса прекращает свое существование в первый же год, причем оставшаяся половина отсеивается в последующие 5 лет. Таким образом, рискованность предпринимательства очевидна и подтверждается не голыми доводами, а конкретными цифрами. С другой стороны есть оставшиеся 20% у которых, хотя бы по началу более менее все хорошо.

Спрашивается, каковы шансы попасть в число этих 20%, а еще лучше 5% по настоящему успешных?

Рассмотрим две противоположные точки зрения.

Типичный представитель рабочего класса назовет вам следующие причины не заниматься бизнесом:

- это рискованно, в любой момент наступит дефолт и финансовый кризис
- у меня нет предпринимательской жилки, врожденной способности или таланта заниматься бизнесом
- нужен начальный капитал
- рынок давно поделен, мест не осталось, дальше только хуже
- нету времени
- нужен опытный партнер
- нужно подучиться в университете, прочитать много книг и тогда уже обдумать
- честно заработать невозможно, все предприниматели жулики
- нужны связи
- именно в нашем городе, деревне, селе бизнесом заниматься не возможно
- добавьте свой пункт (ы)

---

---

---

---



Теперь рассмотрим, что на это скажет опытный бизнесмен:

- заниматься бизнесом может любой человек в независимости от пола, возраста, религиозных взглядов, социального статуса и т.д.
- успешный бизнес это набор правильных последовательных действий не зависящий от генетики и так называемых врожденных талантов
- для старта бизнеса начальный капитал не обязателен, успешных примеров слишком много чтобы назвать это случайностью
- на любом рынке в любое время и при любом уровне конкуренции можно начать и построить успешный бизнес
- учиться в университете не обязательно и даже вредно, знания без практики бесполезны
- для старта не нужен партнер, можно и нужно начинать самому
- связи и крыша не нужна
- в любом, даже самом захолустном городишке можно начать свое дело, благодаря интернету сегодня даже в деревне с 2 домами можно начать бизнес
- если не начать делать здесь и сейчас потом может не наступить
- существует тысячи примеров честного и при этом успешного бизнеса
- кризис отличное время для новых проектов и обгона конкурентов

Как видим взгляды диаметрально противоположные. И отличаются они по сути только тем насколько тот или иной человек убежден в том о чем говорит.

---

Теперь перейдем к конкретному случаю. Бухгалтер, работающий за зарплату в компании и владелец компании, оказывающий бухгалтерские услуги. В чем разница?

Если не брать в расчет уровень дохода и функциональные обязанности, то разница у этих людей лишь в мировоззрении.

Предприниматель с большой вероятностью, когда-то тоже был простым штатным бухгалтером и с точки зрения своих коллег имел ровно такие же шансы стать руководителем или бизнесменом.

Так почему уже тогда он все-таки им стал, а его коллега по офису нет?

Тут мы вновь возвращаемся к вышеуказанному списку вопросов, можно ли начать свое дело.

Таким образом, пока не изменено мировоззрение с рабочего на предпринимательское, начинать бизнес действительно опасно и рискованно



Единственное в чем пожалуй сходятся обе стороны, так это преимущество занятия предпринимательской деятельностью перед трудом за зарплату.

1. Сам себе начальник, делаешь то, что считаешь нужным и правильным.
2. Самостоятельно распоряжаешься своим временем. Не надо каждый день бояться не успеть отметить карточкой на входе. Планируешь отпуск как тебе удобно.
3. Уровень дохода практически не ограничен. Всегда есть возможность расширяться или инвестировать в другой проект.
4. Если твой бизнес это хобби или увлечение, то занимаешься любимым делом и получаешь за это деньги.
5. Имеешь больше возможностей поддержать близких и помочь людям.
6. Приносишь пользу обществу, создаешь рабочие места, развиваешь государственные программы и т.д.

Даже этого списка вполне достаточно чтобы понять какой вариант лучше. Хотя, тут же найдутся скептики, которые скажут так не бывает, куда уж нам и т.д. (см. стр. 8 таблицу с ответами наемного рабочего).

К сожалению или к счастью так было есть и будет всегда. Одни пытаются измениться и сделать мир вокруг лучше и интереснее, а другие всеми силами этому противятся, обсуждают, сплетничают и того хуже вставляют палки в колеса.

Это не значит что те, кто честно работают каждый день с 9 до 6 являются тормозами прогресса. Проблема лишь в том, что такой тип людей просто не верит в то, что предпринимателем может стать каждый в не зависимости от наличия начального капитала, времени, образования и т.д.

**Теперь ответьте всего на два вопроса. К какому типу людей отнесетесь сейчас вы и что для вас лучше и интереснее?**

Механически выполнять работу или воплощать собственные идеи в жизнь делая мир вокруг себя и ваших близких разнообразнее и счастливее.

Очевидно, что второй вариант предпочтительнее и все что нужно сделать это избавиться от страха и начать действовать. Как именно, я расскажу вам в этой книге.

## С чего начать обычному бухгалтеру?



Сразу скажу, что речь идет не только об оказании классических бухгалтерских услуг, таких как ведение и сдача отчетности. Под предпринимательской деятельностью бухгалтера я понимаю всю совокупность услуг, которые так и или иначе связаны с данной сферой.

Это может быть:

- написание книг по бухгалтерскому учету и налогообложению;
- проведение курсов и семинаров, в том числе через Интернет;
- консультационные услуги в чистом виде по самым различным областям (налоговые вычеты, регистрация предприятий, отчетность в социальные фонды, учет основных средств и великое множество остальных разделов);
- создание клубов, ассоциаций, кружков;
- организация конференций и выставок;
- издание газет и журналов как в онлайн, так и в традиционном формате;
- разработка и продажа программного обеспечения;
- \_\_\_\_\_ (напишите свой вариант);

И это далеко не полный список. Достаточно проявить фантазию и найти то, что вам близко и интересно. Не исключено, что со временем вы будете заниматься сразу несколькими направлениями. И это правильно.

Теперь предположим, что ваше решение созрело. Сразу возникает вопрос, а с чего собственно начать?

Идти регистрировать фирму или индивидуального предпринимателя? Пойти на курсы повышения квалификации, ведь как можно предлагать услуги, если сам в них не разбираешься? А может еще месяцок другой получше освоить ту или иную бухгалтерскую программу, иначе как я справлюсь с дополнительным объемом работ?

**Ответ нет!**

Этого всего делать не надо. В противном случае вы просто завязните в мелочах и мечты о свободном будущем так и останутся мечтами. Такой подход может лишь добавить новых сомнений и вопросов чем реально сдвинуть дело с мертвой точки.

**Лучший путь это начать действовать не откладывая.**

В чем это проявляется? Это не значит что нужно срочно уволиться с работы и подать банальное объявление в газету «оказываю бухгалтерские услуги» сидеть и ждать клиентуру. Все должно идти поэтапно. Хотя есть конечно экстремалы, кто готов взять и сжечь мосты, однако такой подход будет все же излишне рискованным.

Идеальный вариант начать совмещать основное место работы с так называемой халтурой. У многих из вас наверняка это практикуется. То некие знакомые открыли фирму и не знают, что делать после регистрации, то подруга одноклассницы просит консультацию из серии, что лучше ИП или ООО. Старый

сосед, зная что вы бухгалтер постоянно пристает с вопросами про пенсионное страхование или случайным образом через знакомых вызвались помочь сдавать отчетность для некого ООО, которые сами не знают чего хотят.

Но так чтобы работа – халтура была отлаженной системой по поиску и обслуживанию удобных для вас клиентов получается далеко не у всех. Я бы сказал, что таких просто единицы.

Поэтому первым делом нужно четко определиться в какой конкретно области вам комфортно работать.

Здесь главное не впасть в еще одну распространенную ошибку. Наверняка вас посещали различные идеи. Условно, а неплохо было бы издать брошюру по возмещению НДС или создать сайт, обсуждающий проблемы работы отделений ФСС в Москве. Это все здорово, только с одной оговоркой. Нужно ли это другим людям?

***У вас может быть 1000 и 1 идея, но если на рынке она не востребована, то соваться туда не стоит, во всяком случае, на начальном этапе.***

## Будут ли покупать вашу идею

Для ответа на этот вопрос необходимо провести предварительно исследование, причем не очень сложное. Не буду томить и расскажу 5 рабочих фишек.

1. Зайти на специальный сайт поисковой системы Яндекс <http://wordstat.yandex.ru> и в поле поиска ключевых слов (те слова которые набирают люди когда хотят что либо найти в интернет) набрать интересующую вас тему. Например «возмещение НДС». Если по данной теме совокупное число запросов несколько тысяч, а лучше десятки это верный признак того, что данная тема волнует много людей.

Это значит, что у этих людей есть проблема, которую вы можете помочь им решить, а они в свою очередь будут готовы заплатить за ее решение. Вам остается лишь правильно предложить им ваши услуги. Как ? Об этом мы будем говорить на протяжении всей книги.

---

*С точки зрения бизнеса, наиболее интересно то, что приносит больше пользы моим клиентам. Мой бизнес развивают мои клиенты. Они у меня что-то спрашивают и я им это делаю.*

*Андрей Федоров (учредитель и руководитель компании «Безналоговъ», г. Санкт – Петербург)*

---



2. Проанализировать, опять же с помощью интернет наличие книг по вашей теме. Для этого подойдут сайты крупных книжных магазинов типа ozon и bolero. Поищите, есть ли там такие книги.

3. Найти и составить список крупнейших сайтов, форумов, рассылок, групп в социальных сетях, блогов, ЖЖ где, что называется, тусуется ваша целевая аудитория или люди которым данная тема так или иначе может быть интересна.

4. На сайтах учебных центров, форумов с анонсами образовательных мероприятий найти семинары, курсы, тренинги и другие формы обучения по вашей идее. Это даст вам представление о примерной стоимости услуг.

Если люди подтверждают звонкой монетой свои желания, записываясь на такие курсы, то это самый лучший индикатор платежеспособного спроса.

Еще лучше записаться на один или несколько подобных курсов, чтобы узнать методологию их продажи и заодно повысить свою квалификацию.

*Здесь у вас может возникнуть вопрос. А как же мне продавать свою тему, если я и сам (а) в ней не очень та разбираюсь. Никакого противоречия нет. Все правильно. Об этом мы обязательно поговорим, но чуть позже.*

5. Простудировать подписной лист почты и интернет – каталоги на предмет наличия периодики по вашей теме или где такая тема может быть освещена. Газеты, журналы, дайджесты и т.д. Примерно оценить совокупный тираж всех изданий.

Если в добавок окажется, что по вашему набору услуг проводятся специализированные выставки и конференции, то в совокупности с пятью вышеперечисленными методами исследования это даст вам дополнительную уверенность начать действовать в данном направлении. Это очень важно,

особенно для тех, кто не решается или не до конца поверил в необходимость нового пути.

Обещаю, что на первых порах будет очень неуютно, но в то же время появятся совершенно новые ощущения, которые невозможно предать словами.

Это можно сравнить с занятиями экстремальными видами спорта. Невозможно объяснить словами, какие ощущения испытывает человек при прыжке с парашютом или рассекая трех метровые волны на доске для серфа.

Главный враг это лень и стремление оставаться в привычной зоне комфорта. Очень трудно будет поменять традиционный уклад жизни и начать жить в новой системе ценностей.

Старые привычки и привязанности будут тянуть из вас силы и пытаться затащить назад в прошлое, где четко в 9 утра вы приходите на работу, получаете очередное непонятное задание от начальства и ждете когда же наступит 6 часов чтобы успеть на маршрутку или электричку.

Только после того как вы поняли в какую сторону идти и при этом видно, что в этом направлении есть спрос и люди уже покупают, переходим к следующему этапу.

## Главный секрет бизнеса

**TOP  
SECRET**

Одна из самых распространенных ошибок это начинать предпринимательскую деятельность с технических вопросов, в то время как самой главной задачей является поиск клиентов и продажи. Если нет последнего, то как бы хорошо вы не разбирались в своем предмете или не владели какими-либо техническими навыками, имели самые престижные сертификаты и корочки толку от этого просто не будет.

К техническим вопросам можно отнести следующее:

- регистрация фирмы или ИП;
- покупка компьютеров и различных программ;
- аренда офиса и закупка в него мебели;
- создание сложного сайта с дорогостоящей поддержкой продвижения (SEO);
- очередное повышение квалификации или того хуже второго - третьего – четвертого высшего образования;

Все это конечно интересно и важно, но к успешному старту в бизнесе не имеет никакого отношения.

---

**Ваш первый и самый главный актив это клиентская база.**

Не имея клиентской базы нести затраты на аренду и официальную регистрацию по меньшей мере не логично.

Если и нести какие либо расходы на самом старте так это на поиск и формирование клиентской базы. По сути это даже не расходы, а Ваша инвестиция. Это можно сравнить с депозитом в банке, который в будущем будет приносить стабильный доход.

На этом месте я всегда слышу от слушателей следующие утверждение. Для того чтобы начать свой бизнес обязательно нужен начальный капитал. Причем редко кто может назвать конкретные цифры. Обычно говорят – много. Хотя нет, в одном из интервью мне назвали точную цифру – 200 тысяч рублей.

А теперь давайте прикинем, сколько нужно на самом деле и нужно ли вообще.

Все зависит от подхода. Если вы живете стандартными категориями, то скорее всего начальный капитал вам нужен. Если вы готовы меняться и делать по новому, даже если это противоречит вашим прежним убеждениям тогда можно обойтись и без стартовой суммы. Более того, история изобилует примерами, когда люди начинали ни то что бы с нуля а вообще из минуса.

Ваш покорный слуга например именно так и начинал.

---

В большинстве случаев, неподготовленному психологически человеку даже вредно иметь начальный капитал. Скорее всего, он будет потрачен в пустую.

Зачем думать если есть деньги? Проблемы начнутся когда денег уже не будет и снова заиграет старая песня – бизнесом заниматься опасно, рынок поделен и все вокруг виноваты.

*Просто замечательно если нет начального капитала. Превосходно если вы еще и в долгах. Это невероятным образом мобилизует силы и заставляет думать над решением задачи не стандартным способом. Как раз то, что нам и надо.*

Вы возмущены? Понимаю!

Проведем небольшой тест.

Напишите пожалуйста прямо сейчас хотя бы 5 пунктов на тему - что вы сделаете в первую очередь если у вас будет 100 тысяч рублей начального капитала? При этом начинать свое дело вам нужно прямо сейчас. Например, оказывать бухгалтерские услуги.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

---

Только давайте по честному!



Прямо сейчас, напишите!

Давайте я теперь угадаю что в этом списке.

Изучить досконально предмет оказания услуги - как и что делать. Зарегистрировать фирму. Снять офис. Купить программное обеспечение из серии 1С и правовые системы. Подать рекламу.

Конечно, я не ручаюсь, что все ответят именно таким образом, но уверен что таких будет много, причем большинство так и не выполнит даже это простое задание хоть я об этом и попросил.

В этом списке мы видим ничто иное, как весьма распространенный подход от предложения к спросу. Другими словами, вначале долго изучаем и вкладываем силы на создание продукта и только потом его продаем.

**Главный секрет в том, что не нужно ничего создавать – вначале нужно продать.**

Если есть спрос, то предложение под него подогнать не составит большого труда. Особенно хорошо данный принцип работает в сфере услуг и в частности наша любимая профессия бухгалтера или консультанта.

Если вы нашли клиентов на свои услуги, будучи еще наемным рабочим в офисе какие могут быть начальные затраты? Может быть только страх, что эти услуги вы не сможете качественно или вовремя оказать. А это уже другая проблема, которая если хорошо подумать вполне решаема.

Теперь другая ситуация. Вы целиком погружаетесь в некую тему или вопрос и начинаете его усиленно изучать. Вам кажется, что на эту услугу есть спрос.

---

Проходит месяц, два. Вы досконально изучили свою тему и выходите с ней на рынок. Предлагаете здесь, потом там, рекламируете, а в результате никто не покупает.

Абыдно да!

Этот как раз тот случай, когда предложение пытаются натянуть на спрос, а потом удивляются - Как же так! Вроде все сделали правильно и начальный капитал был, а результата нет.

Конечно, не буду лукавить, что совсем без начального капитала можно будет быстро стартовать с нулевой позиции. Скажу так, затраты в пределах 300 долларов будем считать нулевыми.

Такую сумму для старта способен накопить или отложить практически каждый и при их потере не особо сильно расстроиться.

Для радикальных скептиков добавлю, есть сотни тысяч примеров когда бизнес начинался вообще без стартового капитала. В этом случае процесс запуска будет просто несколько растянут во времени.



## Почему услуги продавать сложнее

Основная сложность при продаже каких-либо услуг и в том числе бухгалтерских состоит в том, что клиенту нужно убедиться в высокой квалификации консультанта. Ему нужны доказательства, что вы эксперт в своей области. Причем важно чтобы он в это поверил, а так ли это на самом деле вопрос десятый.

### **Ведь кого в принципе можно назвать экспертом?**

Того, кто имеет аттестат профессионального бухгалтера? Того, кто закончил бухгалтерские курсы или хорошо владеет 1С? А может просто неглупого человека, который за неделю способен изучить налоговый кодекс или его отдельную главу?

Как видим, относительно понимания клиента экспертом можно назвать по сути любого человека, который знает хоть немного больше него в вопросах бухучета и налогообложения.

Соответственно вся продажа услуги сводится по сути к следующему. Доказать потенциальному клиенту, что вы являетесь тем самым экспертом. После переговоров или рекламного объявления клиент должен быть уверен, что поручив ведение дел вашей фирме или лично вам проблем у него не возникнет.

Таким образом углубляться с фанатизмом в самообразование по своей специализации не стоит, думая, что без этих знаний неудобно или нельзя продавать.

---

Если вы продадите услугу клиенту, скажем по восстановлению отчетности некоего специфического вида деятельности, с которым ранее не сталкивались, то даю руку вместе с ногой на отсечение, что вы найдете способ ее выполнить.

В конце концов, речь идет о вопросе в рамках вашей компетенции, а не о выращивании гвоздик в условиях полярной ночи.

**Поэтому Ваша основная задача на начальном этапе это сформировать убедительный образ эксперта в глазах потенциального клиента.**

### **Как это сделать?**

Ответ - просто и сложно одновременно. Объясню в чем дело.

Просто, потому что набор способов привлечения клиентов сам по себе прост. А сложно, потому что эти способы надо применять, или проще говоря делать, причем постоянно и не взирая на настроение и внешние факторы. А делать, это как раз то, что все не любят. Так устроен человек. Даже если ему надо и он понимает что это даст ему результат он будет до последнего откладывать на потом.

Всем нужна магическая фраза или некий супер - способ благодаря которому в один миг все начнет само собой работать и нужно будет только изредка приходить в банк за деньгами, а в идеале вообще не ходить и делать все сидя у компьютера.

*Поэтому если данная книга для вас не просто очередное чтение вместо сериала, а повод наконец взять и что то поменять в своей жизни или бизнесе, то необходимо будет тупо брать и делать не спрашивая почему и зачем. Когда будет результат, а он обязательно будет, то поймете.*

---

И еще одно важное замечание. Тем кто думает, что сейчас я расскажу 1 волшебный способ благодаря которому вы в короткий срок обогатитесь, то спешу разочаровать - **такого способа не существует!**

Путь к повышению продаж и построению стабильного бизнеса лежит через применение десятков и даже сотен способов, которые необходимо методично внедрять в ваше дело.

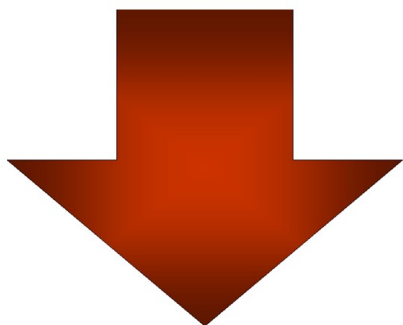
Пусть не сразу, но постепенно по плану вы должны это делать. Например, крупнейший американский ритейлер Wall Mart (для тех кто не знаком, некий аналог нашей Пятерочки) использует свыше 300 способов привлечения клиентов в свой магазин.

А большинство начинающих предпринимателей хотят, чтобы им дали всего один супер – способ, который сделает их счастливыми и клиенты выстроятся в очередь.

Как и говорил ранее, продажа услуг довольно сильно отличается от продажи товаров, поэтому способы привлечения клиентов здесь будут также более специфические.

Еще раз повторю, что ваша первоочередная задача это материализовать услугу путем позиционирования себя как эксперта в своем вопросе.

А вот те самые способы.



---

## 11 золотых способов привлечения клиентов на ваши услуги

### 1. Один из лучших и проверенных способов на сегодняшний день это создание своей почтовой рассылки

Как, вы не слышали об этом?

Тогда срочно приступайте к ее созданию. Ко всему прочему данный способ абсолютно бесплатный.

Рассылка дает вам возможность создать постоянно пополняемую базу людей, которым так или иначе интересна ваша тема. Это не значит, что надо будет каждому человеку садиться и писать персональное письмо. Современные интернет сервисы позволяют делать массовую рассылку подписчикам в один клик. Таким образом, вы сможете постоянно находиться в поле зрения вышей целевой аудитории, давать им периодически интересные материалы - статьи, аудио, видео и множество другого тематического и главное полезного для них контента.

Замечу, что это не спам. Здесь каждый подписчик добровольно соглашается на получение от вас писем по указанной в названии рассылки тематике. Если по каким-либо причинам он не захочет ее получать ему достаточно будет нажать специальную ссылку и моментально отказаться от рассылки.

---

Поэтому, прямо сейчас сядьте и придумайте название для вашей первой почтовой рассылки, например «7 способов минимизации налоговых проверок» или «Как успешно провести семинар по налогообложению в вашем городе» - названия условные и могут быть на самые разные темы.

---

*Большинство моих учеников приходит из рассылки и контекстной рекламы.*

*Татьяна Зубенко, Основатель проекта «Школа бухгалтера»*

<http://profitvektor.ru/?p=300>

---

О том, как правильно подбирать названия и делать привлекательные описания рассылок я рассказываю на своих семинарах либо на консультациях.

Неважно, даже если у вас еще нет этих навыков, главное это взять и сделать и чем быстрее тем лучше.

На сегодняшний день есть несколько проверенных сервисов, зарегистрировавшись на которых вы сможете абсолютно бесплатно начать набор потенциальных клиентов в свою базу. Это проекты [www.smartresponder.ru](http://www.smartresponder.ru), [www.subscribe.ru](http://www.subscribe.ru), [www.maillist.ru](http://www.maillist.ru). На мой взгляд, первый сервис самый удобный, но в идеале нужно охватить несколько. Это повышает ваши шансы расширить аудиторию подписчиков.

## **2. Сделать свой интернет сайт или блог**

Блог в отличии от сайта является вашей персональной страницей где вы по максимуму выкладываете информацию о себе. Вывешиваете свои аттестаты, дипломы, сертификаты о повышении квалификации, прохождение всевозможных курсов и т.п. В общем все то, что делает вас экспертом в глазах клиента.

---

Если ваш будущий или существующий бизнес завязан на личность, например, консультант или частный бухгалтер на дому, то достаточно иметь блог без сайта.

Тут же предвижу закономерный вопрос, это ведь так сложно, я не дружу с компьютером?

Во первых, сделать свой блог намного проще чем вы себе это представляете. В интернет полно видео уроков опять же бесплатных где наглядно и пошагово вам расскажут, как сделать свое виртуальное представительство в сети буквально за 1 день, если даже вы полный ноль в технике. При наличии опыта это можно сделать за несколько часов.

Во вторых, простейший блог вам могут сделать сторонние специалисты за совершенно небольшие деньги. 1000-2000 рублей. Однако, если вы только начинаете и у вас нет того самого начального капитала лучше пройти этот путь самому. Это позволит вам быстро вносить изменения на сайт и в последствии правильно выдавать технические задания вашим программистам.

Я лично знаю одну женщину, которая успешно разобралась в данном вопросе и теперь обучает других как сделать самостоятельно свой сайт или блог не имея специальных компьютерных знаний.

Кому интересно, вы можете скачать ее бесплатный курс и приступить к созданию своего сайта уже сегодня по этой ссылке <http://www.vpered.ksvetusmlm.com/>

Помните! Наличие сайта или блога не гарантирует моментальное появление клиентов. Поэтому не надо заказывать дорогой авторский дизайн и сложную анимацию. Главная задача Вашей интернет – страницы это продать вашу услугу.

---

Для этого, листаем книгу назад и смотрим, что для этого нужно сделать. Правильно, создать мнение у посетителя сайта – потенциального клиента, что вы тот самый эксперт который ему нужен и которому можно доверять.

Приведу основные разделы, которые обязательно должны быть на вашем сайте или блоге:

- рубрика обо мне (людям всегда интересно знать подробности о личности консультанта или руководителя компании). Напишите там свои достижения и выложите те самые сертификаты и корочки. О наличии фото я даже не вижу смысла говорить, без этого вообще никак. Идеально если вы разместите на сайте свое видео обращение. Эффект будет многократный.
  - отзывы ваших успешных клиентов (только ни в коем случае нельзя эти отзывы выдумывать, это сразу будет видно). В крайнем случае, просто список «наши клиенты»
  - раздел ответы на часто задаваемый вопросы (у вашей целевой аудитории наверняка есть вопросы, которые они задают чаще всего. Например, что выбрать ИП или ООО, нужен ли расчетный счет ИП и так далее).
  - спецпредложения и акции (всегда размещайте на самых видных местах сайта ваши уникальные предложения, например первые два месяца работы за пол цены, бесплатная консультации и т.д.)
  - Наполняйте сайт полезными материалами, которые будут реально полезными для ваших клиентов (электронные калькуляторы, календари отчетности, видео уроки, интервью с экспертами и известными людьми. Способов на самом деле масса).
  - обязательно разместите на сайте форму подписки на вашу почтовую рассылку.
- Делайте все возможное, чтобы заполучить обратные контакты посетителя.

Что касается рубрики «Цены», то здесь нельзя дать однозначного совета. Все зависит от специфики выбранной ниши. В общем и целом рекомендация такая.

**Продавайте на сайте не ваши услуги, а вашу презентацию.** Это может быть книга, видео курс, презентация, консультации на которой вы уже расскажите клиенту какие у вас есть услуги.

Этот метод называется двух шаговой системой продаж о нем мы подробнее поговорим чуть позже, а сейчас без лишних рассуждений просто запомните, что **продавать в лоб услуги нельзя.**

### **3. Использовать контекстную рекламу в интернет**

Данный вид рекламы очень эффективен по той простой причине, что позволяет направить к вам на сайт или офис очень качественную аудиторию. Благодаря тому, что можно устанавливать конкретные словосочетания и наборы слов, которые люди вбивают в поисковые машины, уровень целевой аудитории несоизмеримо выше чем в обычной рекламе на улице или газете.

С очень большой долей вероятности, если человек набрал в поисковике – «как сдать отчет РСВ 1 за 2011 год?» Он как минимум интересуется данной темой. А значит, ему можно и нужно презентовать услуги по этой теме. При наличии грамотного сайта и навыков продаж такой клиент имеет мало шансов уйти без покупки. Программа минимум это заполучить контактные данные такого пользователя в обмен на ваши бесплатные продукты или доступ к интересующему его контенту.

---



Здесь же хочу добавить, что эффективность контекстной рекламы во многом зависит от умения составлять рекламные заголовки. Это тема вообще очень большая и поэтому в данной книге я ограничусь лишь базовыми рекомендациями.

**Рекламируйте не сам товар или услугу, а то какой результат она дает и какие выгода принесет клиенту.**

Времена заголовков «высокое качество по низкой цене» уже давно в прошлом. Экспериментируйте или наймите опытных копирайтеров (люди которые профессионально пишут продающие тексты).

Тут же даю задание. Прямо сейчас зайдите на <http://direct.yandex.ru/> и составьте свое первое рекламное объявление.

Кстати в бесплатном видео курсе - как создать свой сайт, о котором я писал ранее, есть также раздел, где наглядно и подробно показано как подать свою первую контекстную рекламу.

#### **4. Соберите отзывы ваших клиентов**

Помимо размещения отзывов на сайте распечатайте их на отдельных листах и повесьте у себя в офисе или в комнате переговоров с клиентами. Возвращаясь к вопросу о трансформации сознания клиента о вас как эксперте.

**Отзывы довольных клиентов - один из самых сильных и действенных способов сделать вас экспертом в глазах клиента.**

## 5. Полезные материалы

В обязательном порядке пишите книги, пособия, статьи и прочий материал который будете раздавать при каждой встрече с потенциальными клиентами.

Даже если вы напечатаете небольшую брошюру или в крайнем случае листовку, в которой будет содержаться полезная для вашего клиента информация. Это станет отличным инструментом привлечения заказчиков на ваши услуги.

*Например, такой случай. Будущий предприниматель планирует регистрацию ИП. Обратился к вам на консультацию по налогам. Вы ему в доступной форме все объяснили и кроме того, что взяли его контакты для звонка или письма в будущем торжественно вручили ему брошюру с конкретными советами как зарегистрировать ИП и базовой информацией о налогах, фондах, открытии расчетного счета и т.п. В книге обязательно указывайте свои обратные координаты и набор основных услуг, а еще лучше специальное предложение. Клиент вас гарантировано запомнит как эксперта и при возникновении проблемы придет к вам за платной консультацией или бухгалтерским обслуживанием.*

## 6. Каталог услуг

Помимо книги, брошюры, листовок с советами давайте клиентам ваш каталог с описанием услуг. Описание должно быть сделано по принципу максимум выгоды и результатов для клиента. Туда же можно поместить отзывы довольных клиентов желательно с их фото.

## 7. Визитки

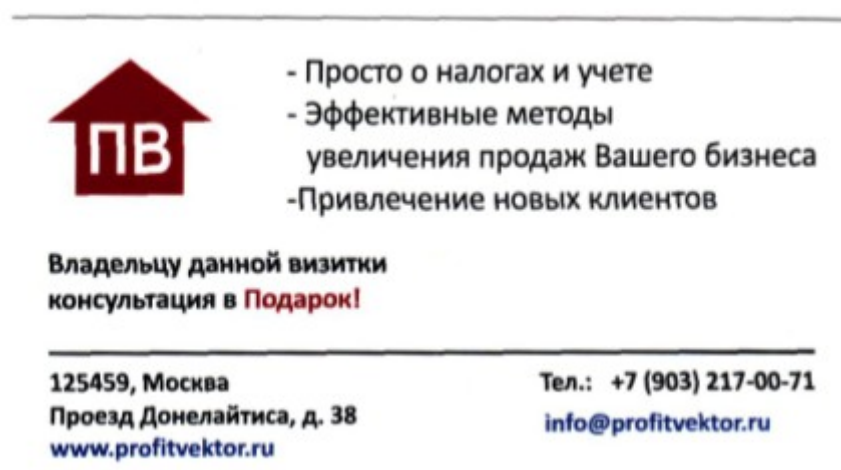
Казалось бы уж визитки та у всех есть. Тоже мне посоветовал. Есть то оно есть, но какие визитки? Что обычно пишут на визитках? Адрес телефон, должность и крупными буквами название компании.

Скажите, а что говорит клиенту название неизвестной ему компании?

Да ничего не говорит. Клиент хочет видеть свою выгоду и что ему готовы помочь решить его проблему.

Поэтому визитка также должна быть рекламным носителем, другими словами также продавать ваши услуги. Сделайте на одной стороне традиционно ваше имя и контактные координаты, а на другой ваше краткое коммерческое предложение.

Например, у меня на оборотней стороне написано - «владельцу данной визитки консультации в подарок!» и это не единственный ее вариант.



Также не забывайте перечислить пару – тройку наименований ваших основных услуг, которые лучше всего продаются и пользуются спросом. При этом писать нужно опять же ни как все. Вместо консультации по налогообложению напишите, например «Расскажу человеческим языком о налогах». Проявите фантазию, только не переусердствуйте, слишком загружать визитку информацией тоже не стоит.

## **8. Размещение банеров на тематических сайтах, где собирается ваша целевая аудитория**

Вешать банер нужно не на бухгалтерских форумах как это делают многие, а на тех форумах и порталах где общаются ваши потенциальные клиенты. Например, если вы оказываете услуги малому бизнесу, то имеет смысл повесить такой банер на сайтах о том как начать свой бизнес и им подобных. Таких в сети сейчас довольно много.

## **9. Размещение объявлений в газетах, журналах, СМИ**

Один их самых простых и распространенных способов. Хорошо работает в регионах. Здесь важно обратить внимание на правильное составление рекламного текста. Не надо писать в рекламе оказываю бухгалтерские услуги.

Необходимо рекламировать конкретный результат или выгоды для потенциального клиента, а не саму услугу. Например «сдача балансов в срок», «консультация по налогообложению в подарок » или «есть вопросы по бухучету? звони бесплатно по тел...». Повторюсь, что время кричащих заголовков типа лучшие услуги по низким ценам давно прошли.

---

Основная задача при любой рекламной компании для вас это побудить клиента позвонить вам или лучше придти в офис. Далее подключаются ваши переговорные навыки и раздаточный материал.

## **10. Проведение семинаров и презентаций**

Сейчас, очень популярным способом доведения информации до потенциальных заказчиков стали различные семинары, тренинги, презентации. Особенно набирают популярность так называемые вебинары. Это те же семинары, только проводимые с помощью Интернет. Вашим слушателям не обязательно ехать куда то, а достаточно иметь доступ в интернет и наушники.

С вашей же стороны не требуется никаких затрат на аренду помещения и специальное оборудование. Вебинары можно проводить на специальных сайтах, причем бесплатно.

Из тех которыми пользуюсь лично я и тысячи других Интернет – предпринимателей могу назвать площадки [www.kastim.ru](http://www.kastim.ru) и [www.webinar2.ru](http://www.webinar2.ru).

Все что вам нужно это собрать в определенное время слушателей на свой семинар. Даже если кто-то не придет у вас будет контактная информация участника, указанная при регистрации и вы сможете выслать ему запись. А потом предложить свои услуги.

В чем фишка?

В том, что это очень эффективный способ заявить вашей аудитории о себе как эксперте. Рассказывая полезную информацию для ваших клиентов в прямом эфире и отвечая на их вопросы, вы значительно увеличиваете их доверие к своей персоне. Продать услугу таким клиентам на порядок проще, чем человеку с улицы.

Примечательно, что вебинары вы проводите бесплатно и соответственно их и рекламируете в газетах, интернете, каталогах, визитках и т.д.

Многие из читателей сейчас будут возмущены. Ну вот еще, буду я за бесплатно кому-то рассказывать свои секреты и знания? Вот именно. Так рассуждают 99% ваших конкурентов. Лучшие из них понимают преимущество такой схемы и поэтому успешно используют ее.

**Прежде чем получить, вам нужно отдать!**

Чтобы данная информации не просто осталась у вас в голове и со временем забылась важно прямо сейчас взять и объявить набор на ваш первый бесплатный вебинар по теме, которая волнует ваших клиентов. Если вы наберете хотя бы 15-20 человек и качественно выдадите им материал. Минимум 2 из них станут вашими клиентами.

По той же схеме приветствуется проведение и живых семинаров, презентаций, раздача пробников и т.д.

При всем этом крайне важно, чтобы ваши услуги действительно были качественными и соответствовали заявленным и даже немного превосходили ожидания ваших клиентов.

## 11. Размещение резюме на сайтах вакансий

Признаюсь, что данный способ лично на себе я не тестировал. Его я подсмотрел в переписке бухгалтеров на форумах. Так как положительных отзывов в пользу данного метода было очень много, я решил также добавить его в список.

Процитирую одно из них:

*В течение трех недель я размещала (и обновляла) свои резюме примерно на 10 сайтах подобных этому. Также по вторникам и четвергам (не знаю почему, но эти дни были самыми продуктивными) я просматривала предложения работодателей. На понравившиеся высылала свои резюме. Кстати, почему-то предложений я получила достаточно прилично (примерно 6-8 в неделю). Так что просмотрите еще раз свое резюме и немного терпения.*

<http://www.superjob.ru/>

Действительно, последние годы появилось много сайтов по теме - ищу работу! И логично предположить, что работодатели ими активно пользуются. Причем далеко не всегда они там ищут человека на постоянную работу. Многих вполне устраивает вариант частичной или не полной занятости.

Поэтому, смело размещайте свое резюме на крупнейших сайтах вакансий в разделе бухгалтерский учет и финансы, ставьте ссылку на свой сайт и тем самым пополните свою копилку еще одним способом привлечения клиентов на свои услуги. Для этого наберите в Яндекс слово «вакансия» и вы получите минимум с десяток сайтов которые ждут вашего резюме.

Еще один ряд Интернет - сервисов, которыми обязательно стоит воспользоваться для поиска ваших клиентов это сайты для «фрилансеров» (люди, которые оказывают услуги в частном порядке).

Зайдите и зарегистрируйтесь на ресурсе <http://www.free-lance.ru/>. Укажите традиционно там все свои регалии, набор услуг и главное выгоды для будущего клиента.

На сайте постоянно публикуются задания для соискателей работы. Отслеживайте их и предлагайте свои услуги. Сервис удобен тем, что при условии качественного оказания услуг у вас будет расти рейтинг и накапливаться положительная история с комментариями от пользователей системы.

**Указанных 11 способов вполне достаточно, чтобы практически без всякого стартового капитала найти своих первых клиентов и начать свое дело.**

Теперь, когда каналы привлечения клиентов у вас уже есть и идет постоянная работа над их совершенствованием и расширением, необходимо подключить не менее важную составляющую вашего дела. Это **система продаж**.

Говоря академическим языком, до сих пор мы говорили о маркетинге, а теперь переходим непосредственно к технике увеличения продаж и способам увеличения вашей прибыли, то ради чего собственно многие и занимаются бизнесом.



## Построение системы продаж, которая продает

Если вы еще не заметили, то на протяжении всей книги я усиленно пытаюсь донести до вас одну главную мысль.

**Традиционные способы продажи услуг в лоб не работают!**

Что значит в лоб? Это когда мы напрямую рекламируем свои услуги или продукт. Например, «качественные и недорогие бухгалтерские услуги» или «делаю и сдаю нулевую отчетность».

Если вы хотите реально идти вперед забудьте о таких методах.

Все успешные компании и предприниматели давно применяют такой метод как двух шаговая система продаж.

Ее суть вытекает собственно из самого названия. Первым шагом предлагается что-то совсем не дорогое или даже бесплатное, которое в свою очередь будет рекламировать основной товар или услугу.

Модель строиться по тому принципу, что человеку, который уже знает о вас продать гораздо легче, чем тому кто видит или слышит о вас в первые.

Главное, чтобы этот бесплатный или не дорогой продукт действительно решал какую-нибудь насущную проблему потенциального клиента.

Таким продуктом может быть:

- книга;
- электронная книга;
- брошюра с полезными советами;
- CD диск;
- обучающие видео уроки;
- бесплатные семинары и презентации;
- промо акции и раздача пробников;

Способов на самом деле очень много.

Данные продукты даются не просто так, а в обмен на контактные данные. Возможно, вы уже сталкивались в магазинах или торговых центрах с тем, когда вам предлагали бесплатный диск или журнал в обмен на заполнение небольшой анкеты. Этот прием как раз из этой серии.

У тех, кто строит свой бизнес через интернет это может выглядеть как заполнение формы с E mail и именем в обмен на скачивание файла с полезной информацией. Точно также как вы сделали это, скачав данную книгу.

Еще раз повторю, что информация, которую скачивает или получает клиент должна быть действительно полезной и качественной.

Далее, используя накопленную базу данных потенциальных клиентов Вы можете с ней контактировать на предмет предложения своего товара или услуги.

Часто, в бесплатном продукте уже может содержаться реклама основного продукта или услуги.

---

Статистика и опыт успешных бизнесменов показывает, что при такой системе отклик клиентов купить именно у вас возрастает многократно в отличие от простой рекламы которую люди увидели и забыли. Точно также с интернет сайтом. Посетителей много, а возвращаются и тем более покупают единицы.

Более того, вы можете исследовать свою клиентскую базу на предмет потребностей. Просто спросите у них, что их волнует и дайте им это!

Это работает, потому что одним из основных факторов помимо цены и качества при покупке является доверие к продавцу либо компании. Наличие бесплатных продуктов позволит вам донести клиенту необходимую информацию о себе и завоевать его доверие.

Таким образом, задача построения эффективной системы продаж сводится к следующему:



Работа с потенциальными клиентами и привлечение их в базу данных



Работа с теми, кто уже в базе



Работа с теми, кто уже что-то у вас купил



Работа с VIP клиентами

Тем, кто мыслит категориями, что главное это «впарить», ждет большое разочарование. Такой подход не приведет вас к построению долгосрочного успешного бизнеса.

Важно именно помогать клиентам решать их реальные проблемы. При этом не менее важно, чтобы продукт или услуга, которую вы продаете должна быть действительно качественной, а не фуфлом в красивой обертке.

Не смотря на кажущуюся легкость такого подхода, каждый из описанных шагов имеет свои тонкости и нюансы. Требуется внимательного отношения и постоянной работы над собой и своим бизнесом. Именно поэтому искателей «волшебных способов» я попросил удалиться в самом начале.

Для профессионалов здесь же добавлю, что не менее важно построить правильный отдел продаж, функции которого будут четко распределены между всеми группами клиентов.

На эту тему можно написать вообще отдельную книгу, поэтому подробно я освещаю этот материал на платных тренингах и индивидуальных консультациях.

Скорее всего, базовые фишки по построению эффективного отдела продаж войдут в следующую книгу «Как заработать бухгалтеру на своих знаниях (продвинутый курс)».

Если вам эта тема интересна, то отправьте мне на почту [info@profitvektor.ru](mailto:info@profitvektor.ru) запрос с темой «отдел продаж» и уже очень скоро получите мой специальный пресс – релиз.

---

**И так, какие же конкретно есть способы увеличить ваши продажи и прибыль**

## **1. Партнерство**

Этот вид увеличения продаж и прибыли вашего бизнеса может вообще стать чуть ли не основным. Как известно, бухгалтерия тесно связана с такими областями как: юриспруденция, корпоративные финансы, программное обеспечение, кадровое делопроизводство, консалтинг и массой других.

Ничто вам не мешает предложить клиенту в качестве дополнительной опции оказание услуг из вышеописанных областей. Если вы не являетесь экспертом, скажем по корпоративному праву, то можете скооперироваться с теми, кто в этом вопросе отлично разбирается и на партнерских началах работать в паре.

Вы, как бухгалтер, обладая ключевыми показателями финансовой деятельности компании клиента, как никто другой видите его проблемы. Возможно, клиенту необходимо внедрить систему финансового планирования и бюджетирования, автоматизировать некоторый участок работы или как минимум зарегистрировать кассу.

Если клиент с вами давно работает, сделать это будет гораздо проще. Если он доверяет вам, то с большой вероятностью будет доверять и тем, кого вы порекомендуете в качестве эксперта по решению его проблемы.

Тут, однако, также не стоит идти в лоб и напрямую навязывать дополнительные услуги. Необходимо подготовить для него бесплатное предложение с конкретными ответами на вопрос, что нужно сделать?

---

После того как клиент сам увидит, что ваше предложение или предложение вашего партнера реально полезное и поможет ему вести бизнес лучше и прибыльнее, то он будет готов заплатить за услуги по ее реализации именно вам, а не сторонней организации.

Помните, что продажа дополнительных услуг для компаний несколько отличается от продажи частным лицам. Компаниям, точнее их руководителям важно увидеть в конкретных цифрах насколько лучше им станет после внедрения той или иной услуги.

Скажем, если вы предлагаете привести в порядок кадровую документацию, различные положения, приказы и т.д. то в своем предложении обязательно опишите к каким последствиям может привести их отсутствие. Например, штрафы и санкции Роструда и им подобным. Укажите, что в результате данных мероприятий они сэкономят, а не просто потратят свои деньги.

## **2. Ценообразование**

Наиболее простая и распространенная форма обхода конкурентов это снижение цен. Причем подобная тактика часто является, чуть ли не единственным способом к которому прибегают предприниматели и компании.

На самом деле этот способ самый примитивный и неэффективный. Цените свои знания и работу. Прогибаясь под клиентов, вы теряете не только свою прибыль, но и уважение. Как ни странно многие клиенты любят жестких партнеров, а слабых напротив дают без жалости.

---

**Не берите за свои услуги меньше чем в среднем по рынку!**

---

Один из вариантов, когда можно и нужно снижать цену, это применение гибкого ценообразования на свои услуги.

О чем идет речь?

Вы можете использовать следующую тактику. Первый месяц – два с новым клиентом работать по льготным ценам. Особенно хорошо это работает в отчетные периоды, когда клиент быстро видит реальный результат от работы бухгалтера.

Дело в том, что многим психологически трудно расстаться с бухгалтером который уже показал себя как профессионал и знаток своего дела. Это ситуация похожа на услуги врача.

Согласитесь, ведь мы скорее всего не пойдем к другому врачу если и так хорошо лечимся у своего. Даже если он поднимет цены на 20%.

Также и тут. Первый месяц или два обслуживания клиента скажем за 1000 рублей подразумевает дальнейшую работу с ним по цене 2 500 рублей в месяц, что выше в среднем по рынку на 20%. Далеко не все клиенты будут готовы уйти от вас после успешной отчетной компании из - за 500 рублей в месяц. Если клиенту жалко лишних 500 – 1000 рублей на хорошего бухгалтера, такой клиент в принципе бесперспективен.

Кажущаяся невыгодность на момент льготного периода обернется вам более высокой прибылью на клиента в будущем.

Попробуйте применить этот способ прямо сегодня на нескольких новых клиентах и увидите, как это работает.

### **3. Линейка продуктов**

Обязательно имейте в каталоге ваших продуктов услуги разной ценовой категории. Бесплатные, дешевые, дорогие и VIP. Даже если у вас нет еще VIP клиентов указать такую услугу в каталоге вам никто не мешает. Скажем, эксклюзивное оформление компании от А до Я включающая в себя весь сервис от регистрации до постановки на учет, открытие сета, регистрацию кассы, всей кадровой и бухгалтерской документации, полное консультационное обслуживание, полная автоматизация и массу специальных бонусов и т.д. Стоимость такого пакета к примеру пусть стоит у вас 100 000 рублей. На фоне такого предложения, консультация за 1 000 рублей будет смотреться более доступно.

Этот прием очень успешно применяется во всех сферах деятельности.

### **4. Специальные предложения**

Обязательно делайте специальные предложения. Рекламируйте их на самом видном месте сайте, каталога и даже в визитках.

Придумывать различные акции одно удовольствие. Особенно хорошо они работают в периоды острого нехватки времени, когда до сдачи отчетов осталось немного дней или истекает срок предоставления каких-либо документов.

Когда все взвинчивают цены, вы напротив предлагайте подарки с расчетом на долгосрочное обслуживание.

---



Только для ИП и только в сентябре постановка в фонды бесплатно! Отчет по форме 2-НДФЛ в подарок! и т.п.

Исключение составляют лишь разовые услуги клиентам, которым нужно сделать что-то очень срочно. В этом случае можно и нужно поднимать цену

Отлично работают зачеркнутые цены, например, нулевая отчетность за 2011 год ~~3000~~ – новая цена 2 570.

Порой даже такие мелочи как надпись на сайте «забор первичных документов за наш счет» может ускорить принятие решение у клиента выбрать ваши услуги.

## 5. Ограничения

Обязательно используйте в рекламе ограничения по срокам и количеству. Вы не представляете, как это хорошо работает. Только в третьем квартале или только первым 5 позвонившим, все это является порой определяющим мотивом обратиться за услугами именно к вам.

## 6. Довесок

По статистике каждый третий клиент в момент покупки психологически готов приобрести что-нибудь еще.

Вспомните пресловутый McDonalds. Там вам всегда к покупке предложат пирожок, картошку или в крайнем случае кетчуп и примечательно что мы часто соглашаемся.

---

Точно таким же образом, предлагайте клиенту дополнительные услуги и опции. Не делая этого, вы теряете дополнительный доход примерно в каждом третьем случае.

Здесь снова хочу заострить ваше внимание на том, что не нужно «впаривать» клиенту не нужные услуги. Такая стратегия не долговечна. В первую очередь мы должны помогать клиенту решить проблемы. Деньги это лишь наше вознаграждение за помощь.

## **7. Применение рассрочек**

Часто бывает, что рассрочка платежа влияет на окончательное решение клиента. Если вы продаете достаточно дорогую услугу, особенно если она состоит из этапов. Позвольте клиенту платить частями. Однако и здесь можно применять интересные ходы по ценообразованию.

Например услуга состоит из трех этапов. Если платить поэтапно то каждый участок будет стоить по 1000 руб, то есть всего 3000, а если оплатить сразу за все то 2 500. Это предоставит клиенту выбор заплатить дешевле и прямо сейчас либо постепенно, но дороже.

## **8. Не круглая цена**

Все уже наверное привыкли к таким ценникам как 1999 рублей и я очень часто слышу возражения о том, что этот трюк устарел. Интересно, что такое говорят те, кто такой метод у себя в бизнесе не применяет. Те же кто активно его использует на практике говорят об обратном. Действительно, психологически ценник в 990 рублей смотрится гораздо комфортнее чем 1020.

Ставьте цены учетом данной специфики.

---

## 9. Прием заказов через сайт

Многие компании весьма успешно практикуют скидки при заказе через Интернет сайт. Это также может стать для вас одним из способов привлечь клиента.

Заполни такую то форму, отправь нам и получи скидку 10%!

Обязательно на сайте, да впрочем и любой другой рекламной площадке пишите понятные и четкие призывы к действию. Позвони по номеру. Для регистрации нажмите здесь! Заказать прямо сейчас тут!

## 10. Рекомендации клиентов

Очень эффективным способом являются рекомендации ваших же клиентов. Вы можете предложить им скидки в обмен на рекомендации вас их партнерам и контрагентам. При этом не забудьте снабдить их соответствующими материалами, которые усилят впечатление.

Каталог продуктов с отзывами клиентов и описанием ваших акций и спецпредложений в купе с живой рекомендацией практически гарантируют вам новых клиентов.

Конечно, способов на самом деле существует великое множество. А сколько используете лично вы?

Если ваша позиция такова, что кому надо тот и сам купит, а во времена кризиса лучшее что вы можете придумать это снизить цены, то боюсь понятие успешный бизнес не про вас.

---

Нельзя замыкаться на одном или трех методах продаж. Необходимо использовать десятки, и даже сотни.

Почему?

Потому что, бизнес не строится вокруг одного супер - способа, а является системой внедрения и тестирования сотен вариантов, которые по отдельности добавляют по несколько процентов эффективности в общую копилку успеха.

Далее, архи важно и архи нужно иметь систему измерения этой самой эффективности.

Если вы будете пробовать разные приемы маркетинга и продаж в своем бизнесе и при этом не замерять физически в цифрах как было до и после, то такая деятельность может стать просто бессмысленной.

О том, как замерять и контролировать ключевые показатели вашего дела поговорим в следующей главе. Не расслабляемся!

## Как взять свой бизнес под контроль

Это глава не только для тех, кто уже начал свой бизнес, но и для тех кто только собирается это сделать.

Очень важно изначально представлять, как должна быть устроена ваша бизнес модель управления.

Отсутствие элементарного контроля основных показателей и системы управления бизнесом лишает вас возможности развиваться. Часто можно наблюдать такую ситуацию, когда люди вроде как формально занимаются своим бизнесом, а на деле пашут круглые сутки, выполняя рутинную техническую работу.

Они просто разгребают нескончаемую массу текущих проблем забывая о том, что они не работники, а предприниматели.

**Задача бизнесмена построить систему, а не плыть по течению.**

Здесь мы возвращаемся к самому началу книги, а точнее к психологической проблеме смены мышления рабочего на мышление предпринимателя. Это далеко не означает, что бизнесмен должен быть бездельником. Его работа заключается в разработке стратегий и улучшения эффективности бизнеса. Это просто иной вид работы, а уж сколько времени ему уделять каждый решает сам.

Со временем управление своим делом превращается в стиль жизни, без которого предприниматель не представляет свое существование и поверьте деньги здесь далеко не главный фактор.

## Что нужно сделать первым делом?

Очевидно, чтобы понять поменялись ли к лучшему или худшему ваши показатели необходимо их в чем-то мерить. К примеру, вы узнали о новом способе привлечения клиентов, таком как вебинары. Хорошо, провели и что дальше? Если мы до этого не знали, сколько в среднем из 100 обратившихся потенциальных клиентов покупало в итоге нашу услугу, то мы не сможем и понять улучшил данный способ наш бизнес или нет.

Поэтому, срочно и прямо сейчас внедрите систему оценки привлечения клиентов на ваши услуги.

Сделать это не сложно, сложнее как и во всем остальном делать это регулярно. Причем так, чтобы это вошло в привычку и вы не представляли как вообще можно без этого вести свой бизнес.

**Всегда важно знать и вести учет следующих показателей:**

### **1. Количество лиц посмотревших ваше объявление или рекламу**

Особенно точно это можно узнать в Интернет благодаря использованию специальных счетчиков. Например, при размещении объявления с помощью контекстной рекламы на <http://direct.yandex.ru/> или [www.adwords.google.com](http://www.adwords.google.com) всегда можно посмотреть статистику того, сколько пользователей видело ваше объявление. Если вы размещаете банер или текстовую рекламу на каких либо сайтах, там всегда имеется статистка посетителей из которой можно понять сколько людей увидело вашу рекламу. Для газет таким показателем может стать тираж.

## 2. Количество обратившихся клиентов

То есть те кто не просто посмотрел объявление, а сделал конкретное действие.

Позвонил, написал, иным образом заинтересовался вашими услугами. Учет нужно вести отдельно по каждому каналу привлечения (газеты, радио, интернет и т.д.). Это можно сделать, указывая например различные номера ваших телефонов и электронных адресов в той или иной рекламе.

Продолжая тему с контекстной рекламой, таким показателем является коэффициент CTR. То есть, сколько пользователей увидавших ваше объявление кликнуло по нему для перехода на вашу страницу или блог. Это очень важный показатель, ориентируясь на который вы можете оценить, насколько эффективно составлено ваше рекламное объявление.

К примеру, на ваш стандартный текст «оказываю качественно бухгалтерские услуги» кликает 1 человек из 200 ( $CTR=0.5$ ). Теперь вы внесли в него некие изменения, допустим, заменили на «консультация по УСН бесплатно».

Буквально на следующий день вы уже сможете понять лучше или хуже такой рекламный текст стал привлекать вам клиентов. Если CTR поднялся до 1, то есть теперь 1 человек из 100 просмотревших, а не из 200 как ранее стал кликать на ваше объявление, становится понятно, что такой текст продает лучше.

Здесь поделюсь одним секретом: прежде чем подавать объявление в местную газету протестируйте несколько рекламных текстов в Интернет и замерьте на какой вариант объявления лучше всего кликают. Смело берите лучший, даже если он вам не нравится, а в большинстве случаев так и будет.

---

Практика показывает, что лучшими оказываются практически всегда ни те объявления, которые нам самим кажутся привлекательными. Предоставьте право выбора вашей целевой аудитории и клиентам.

### **3. Отношение количества обратившихся клиентов к числу тех, кто реально купил и заказал вашу услугу (показатель конверсии)**

Например, если из 100 звонков услугу заказали 5, то ваша конверсия составляет 5 единиц.

Данный учет с одной стороны позволяет контролировать работу менеджеров по продажам и секретарей и с другой позволяет объективно сравнивать, чем новые каналы и методы привлечения лучше или хуже прежних.

Допустим, обычно конверсия звонков составляет 5 единиц, а ваш новый секретарь снизил ее до 3, то скорее всего что-то не в порядке с вашим секретарем. Не достаточны навыки общения с клиентами или банальное хамство и незаинтересованность. Если на звонки вы отвечаете лично, то такая система учета покажет вам наглядно насколько вы эффективны как продавец.





#### **4. Средний чек покупателя**

Средняя сумма, которую ваш клиент платит за одну покупку. Ваша задача постоянно увеличивать эту сумму. Для этого существуют различные способы (см. главу продажи).

Вы всегда должны знать средний чек ваших покупателей и вести динамику этого показателя.

#### **5. Количество покупок клиента за период времени (в неделю, месяц и т.д.)**

Очевидно, что чем чаще клиент покупает, тем лучше это для вас. Здесь однако важно не переусердствовать и не начать продавать клиенту то что ему не нужно.

#### **6. Прибыль с одного клиента и стоимость его привлечения**

Если вы не знаете стоимость привлечения одного клиента и вашу среднюю прибыль с него, можно сказать вы совершенно не контролируете свой бизнес.

Типичная ситуация. Вы что-то делаете. Вроде как идут поступления и в то же время есть некие расходы. А прибыльна ли ваша деятельность не понятно.

Многие «бизнесмены» плывут таким образом по течению и даже не задумываются, а что нужно делать и куда они идут?

Отсутствию целей, планов и системы учета показателей эффективности работы бизнеса, один из главных признаков неудачных компаний и причин разорения.

---

Работа над каждым из перечисленных коэффициентов эффективности работы вашего бизнеса приводит к тому, что вы либо увеличиваете либо уменьшаете прибыль. Большинство ваших конкурентов и новичков заботятся лишь о том, чтобы увеличить количество просмотров своего рекламного объявления. То есть не придумывают ничего лучше как тупо подавать и еще раз подавать рекламу.

Просто спросите любого среднестатистического предпринимателя, что ему нужно сделать, чтобы привлечь больше клиентов и в 90% случаев вы получите ответ – подавать больше рекламы.

Конечно, реклама важна как способ привлечения потока заинтересованных клиентов, но далеко не является единственным инструментом.

Гораздо дешевле порой грамотно построить ценовую политику на свои услуги либо предложить существующим клиентам дополнительные опции и сервис или даже банально подтянуть свой навык ведения переговоров, чем очередной раз вбухивать кругленькую сумму в рекламу.

Ко всему прочему если у вас до сих пор нет системы измерения отдачи от конкретных видов рекламы, то деньги, можно сказать тратятся впустую.

## Как начать свое дело, не являясь экспертом

На самом деле я бы перефразировал данный заголовок на «Как начать свое дело, если вы думаете, что не являясь экспертом?».

В жизни мы видим очень много примеров того, как отличники своего дела буквально прозябают в неизвестности, а середнячки или даже двоечники становятся успешными.

Проблема лишь в том, что отличники страдают, если можно так выразиться «синдромом переучивания». Им кажется, что нужно досконально выучить предмет и только после этого что-то начать делать.

Среднячек же наоборот, быстро принимает решение и начинает действовать.

Сколько вы знаете людей, которые без конца учатся? Получает очередные корочки, сертификаты, третье высшее образование, курсы MBA и так далее.

Что толку от таких знаний кроме как личного удовлетворения амбиций и статуса знатока в глазах родственников, друзей и коллег.

Вместо того, чтобы взять и эти знания начать применять на практике или обучить других они ходят задрав нос и при каждом удобном случае хаут тех, кто пытается что-то сделать.

Их преследует глубокая зависть, что они такие умные должны быть там где сейчас находятся более удачливые, но более глупые, по их мнению коллеги.

Именно от таких людей ждите удары в спину и тонны грязных слов в свой адрес, когда у вас реально начнет что-то получаться в своем бизнесе.

Ну да ладно, вернусь к сути главы.

Если вы только начинаете осваивать профессию бухгалтера - закончили курсы, университет или хоть немного поработали в данной сфере и видите что путь наемного рабочего не для вас. Скорее всего, вы задаете себе следующий вопрос:

Как я могу оказывать услуги и что-либо советовать, если у меня самого еще так мало знаний?

Здесь можно успешно применять такую стратегию.

Вы должны выбрать в общей массе знаний по своей теме одно или несколько узких направлений. Например, что касается бухгалтерского сопровождения. Выбрать в качестве специализации только «Упрощенку» или только услуги для Индивидуальных Предпринимателей.

Затем изучить в Интернет и иными доступными способами основные проблемы и вопросы, которые возникают у клиентов по этому направлению.

Найти и изучить несколько книг и сайтов где есть ответы на типовые проблемы и вопросы. Законспектируйте их!

В качестве теста своих знаний пообщайтесь на форумах где люди задают такие вопросы. Зарегистрируйтесь и отвечайте на них. Таким образом, вы будете копить себе положительную историю эксперта и одновременно учиться.

Не бойтесь если вас начнут поправлять более опытные. Это нормально.

Далее напишите небольшую электронную книгу, где укажите не менее 5 наиболее острых проблем и главное способов их решения. В качестве примеров решения возьмете ситуации из жизни. Ваши живые общения с клиентами и переписку с форумов с вашим участием.

Создайте свою почтовую рассылку (см. главу 11 способов привлечения клиентов) и распространяйте книгу бесплатно в обмен на контактные данные.

Сделайте свой сайт или блог. Разместите на нем ответы на типовые вопросы и в обязательном порядке форму подписки на вашу книгу.

Распечатайте, а лучше издайте книгу (даже тупо на принтере) и раздавайте ее всем потенциальным клиентам с кем встречаетесь.

Обязательно запустите контекстную рекламу по ключевым словам вашей узкой тематики. Обычно это гораздо дешевле и эффективнее. Например, запрос по теме «как заполнить книгу доходов и расходов» будет привлекать к вам более качественную целевую аудиторию, чем просто «бухгалтерские услуги» где ценник за клик уже зашкаливает и довольно высока конкуренция.

Для начинающих частных бухгалтеров на дому вариантов может быть масса. Начать только с нулевых отчетов, оказывать услуги только ИП на УСН, сосредоточиться только на поиске клиентов на ЕНВД или Патентной системе и так далее.

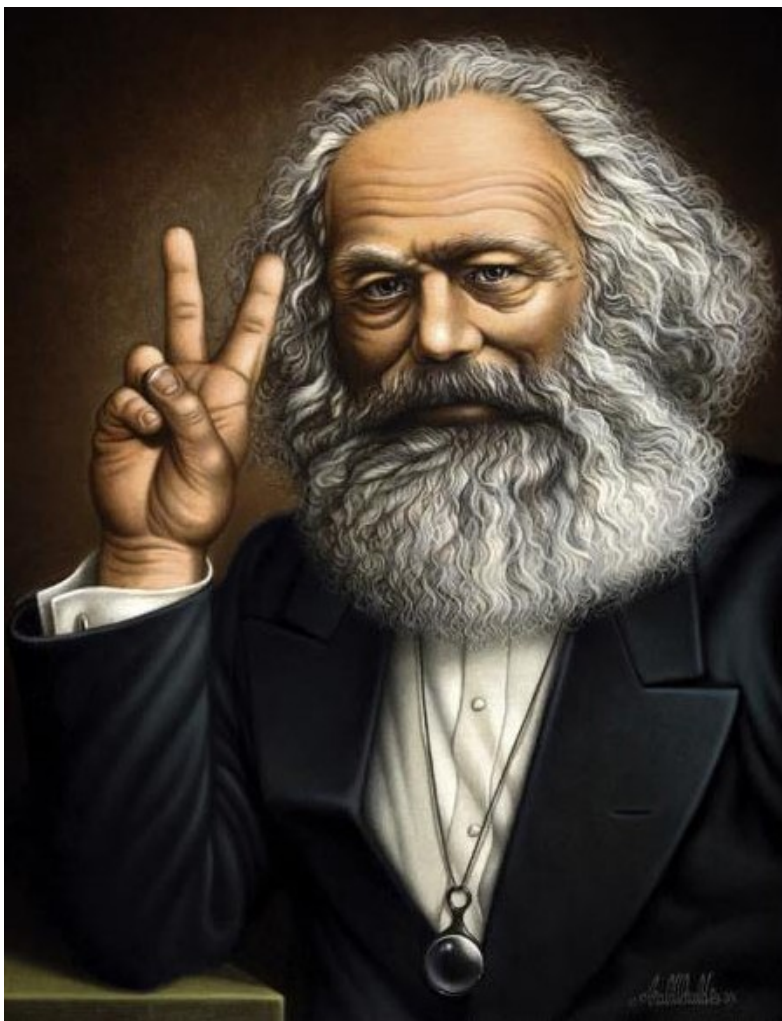
Для тех, кто уже имеет свой бизнес и видит, что дела идут не ахти. Такая стратегия может стать отличным выходом из сложившейся ситуации.

Кроме того, нишевание (от слова ниша) можно также успешно применять на уровне видов деятельности. Стать экспертом в области учета в строительстве, некоммерческих организациях, ТСЖ, ВЭД и т.п.

---

Это позволит вам сконцентрироваться на одной цели и не загружать голову массой не нужной информации и существенно сэкономить на расходах по привлечению клиентов.

При большом желании любой вменяемый человек может стать экспертом в узкой области и пройти все вышеуказанные шаги буквально за 1 месяц.



## Осваиваем программу бухгалтерского учета за 1 день

Даже для тех, кто совсем «зеленый» в бухгалтерском учете и еще не дружит с программными продуктами по учету и составлению отчетности также есть относительно простой способ начать свое дело, не откладывая в долгий ящик.

Учитесь в процессе! Да будут ошибки. Да будут те, кто станут говорить вам - куда ты лезешь? Кто ты такой вообще? Тоже мне нашелся специалист, иди учись!

Не обращайте внимания на них. Идите вперед. Ошибки это неизбежный атрибут любого дела. Если их бояться, то никогда и не начнете. А если будут те, кто пытается вас отговорить или говорить всякие гадости это лишь верный признак того, что все идет правильно.

Но, вернемся к технике. Всем конечно знакомы продукты компании 1С и они действительно очень удобны и просты в понимании даже новичку. Тем не менее, они требуют определенных навыков первичной настройки и работы.

Так что же делать?

Сейчас на рынке появились так называемые SaaS решения, которые позволяют, не имея глубоких бухгалтерских познаний полностью вести учет малого бизнеса.

Например, такой сервис как Электронный бухгалтер – Эльба. Ссылка здесь

<http://www.e-kontur.ru>

Сервис представляет собой программу, доступ к которой предоставляется через Интернет. Вам не нужно ее устанавливать на компьютер. Достаточно

зарегистрироваться на специальной Интернет странице, получить логин, пароль и практически сразу приступить к учету.

Это удобно тем, что не нужно без конца обновлять формы отчетов и документов. В программе это делается автоматически. Вы можете лежать на южном побережье ледовитого океана и при наличии Интернет вести весь учет и формировать первичные документы.

По этой теме я даже создал отдельную рубрику на своем сайте <http://profitvektor.ru/?cat=33> где периодически публикую видео уроки, демонстрирующие наглядно как это в действительности легко и просто.

Единственное ограничение на сегодняшний день это то, что программа позволяет вести учет только для малого бизнеса, а точнее для тех, кто работает на Упрощенке. Тут мы снова возвращаемся к теме нишевания.

Возьмите в качестве старта обслуживание ИП на УСН и ведите их учет с помощью Электронного бухгалтера.

Гарантирую, это сможет сделать любой и в довольно короткий срок.

Зайдите на сайт разработчика по ссылке <http://www.e-kontur.ru> и попробуйте функционал программы в бесплатном режиме.

В этой же программе абсолютно бесплатно можно сформировать пакет документов и получить подробнейшую инструкцию того, как зарегистрировать себя в качестве Индивидуального Предпринимателя или учредить фирму.



## Навыки, которые помогут победить конкурентов

В завершении хотелось бы немного поговорить о навыках, которые крайне необходимы любому начинающему предпринимателю, особенно если еще нет достаточных ресурсов на наем сотрудников.

### Навык №1. Копирайтинг

Копирайтинг – если очень коротко, то это искусство написания продающих писем.

Этот навык просто незаменим и довольно быстро окупает вложенные затраты, поскольку не менее быстро дает результаты.

Данный навык поможет вам составлять рекламные заголовки, которые будут хорошо продаваться, а также писать цепляющие тексты для ваших продуктов и услуг.

В сети сейчас довольно много бесплатной информации и курсов по копирайтингу. Поищите их.

### Навык №2. Планирование времени

Изучайте эту науку обязательно и главное не забывайте внедрять до тех пор пока у вас не будет это на уровне привычки.

Правильное планирование времени позволит вам увеличить количество выполняемых дел чуть ли не в разы.

---

Прямо сейчас составьте список всех ваших дел. Разделите их по приоритетам важности и срочности.

Крупные дела разбейте на мелкие задачи и шаги. Начинайте выполнять их от простого к сложному.

Важно делать одно конкретное дело в течении от получаса до полутора в зависимости от сложности НЕ отвлекаясь на другие дела.

Человеческий мозг устроен таким образом, что при частом переключении с одной задачи на другую он теряет много сил и энергии. Поэтому вы сильно устаете и не понимаете, как же все успеть.

План очень помогает. Если с 10 до 11 утра у вас запланировано написание статьи по определенной теме, то занимайтесь строго этим и ничем другим.

Выключите телефоны, Интернет, телевизор, одноклассники и любые внешние раздражители.

Сложнее будет тем, кто начнет делать это совмещая с основной работой или у кого есть маленькие дети (проверял на себе).

Дела требующие предельной концентрации планируйте на те часы когда вас никто не потревожит.

Посетите несколько тренингов по тайм – менеджменту, читайте книги по повышению личной эффективности.

Вообще эта тема очень большая и заслуживает отдельного рассмотрения. Из самого важного добавлю лишь, что старайтесь максимально выполнять план. Не один раз или через раз, а постоянно. Примерно через месяц это уже войдет в привычку и вы сами не будете понимать как можно жить иначе.

---

**Навык №3. Уметь говорить НЕТ клиентам**

Есть категория клиентов которая думает, что если платит вам деньги значит имеет право звонить в любое время и по любым вопросам.

Работайте с теми с кем вам комфортно работать. Увольняя «некомфортных» клиентов вы освобождаете время для тех, кто действительно нуждается в ваших услугах.

Строго очертите рамки и круг вопросов в устной, а лучше письменной форме.

**Навык №4. Постоянное самообразование**

Помимо профессионального образования в обязательном порядке ходите на семинары, тренинги, курсы по теме развития бизнеса, продажам, маркетингу и т.д.

Со временем ваши навыки управляющего должны вытеснить технические.

Навыков конечно же намного больше и все они просто не поместятся в формате настоящей книги. Обещаю подробно раскрыть этот вопрос в продвинутом курсе. Следите за анонсами на моем сайте и рассылке.

## Заключительное слово

Под занавес поделюсь с вами наверное самым эффективным способом быстрого перехода их категории рабочего за зарплату в категорию предпринимателей. Причем это никакой не секрет. Об этом говорят и пишут многие тренеры по бизнесу.

Найдите опытного успешного предпринимателя в вашей теме и пойдите к нему в ученики. Общайтесь с ним постоянно, записывайте и внедряйте все услышанное в своем деле.

Признаком того, что все идет правильно и вы готовы идти дальше это момент когда вы поймете, что вам нужен бухгалтер.

А уж по каким критериям его выбрать надеюсь вам объяснять не надо.

Вперед!



Через неделю после выхода книги  
состоялся мой авторский **семинар** с одноименным названием

## "Как заработать бухгалтеру на своих знаниях?"

На котором рассматривались следующие темы:

1. Как сделать качественный рывок в своей жизни и найти дополнительные источники получения дохода?
2. Как определить есть ли спрос на ваши услуги?
3. Идеальная стратегия для старта здесь и сейчас не являетесь экспертом
4. Мой реальный пример быстрого заработка на бухгалтерских услугах с помощью интернет с начальным капиталом всего в 500 рублей
5. Главные инструменты привлечения клиентов в свой бизнес
6. Стратегии продвижения ваших услуг и товаров, которые не применяют 99% ваших конкурентов

**Только для читателей данной книги!**  
**Есть возможность стать участником семинара**  
**на специальных условиях!**

**В качестве приложения к семинару Вы получите Бонусы  
которые помогут Вам применять знания на практике уже сегодня!**

- пошаговая наглядная инструкция о том как сделать свой сайт или блог без специальных знаний буквально за 1 день
- как создать свою первую рекламную компанию в интернет с бюджетом в 300 рублей
- Специальное приложение со всеми ссылками из «живого» эфира, которые помогут вам начать применять на практике методы, изложенные в семинаре
- Простая и понятная инструкция о том, как оформить свою предпринимательскую деятельность без ошибок и платных консультантов (создаем ИП или ООО)
- серия интервью с успешными предпринимателями в области бухгалтерского учета и консультаций

**Для кого семинар?**

Семинар будет полезен не только матерым бухгалтерам, налоговым консультантам, аудиторам, но и тем кто только начинает осваивать азы этой интересной профессии.

Существует заблуждение, что нужно очень долго учиться, прежде чем начать свое дело. Это не так. Я расскажу вам простые методы, используя которые вы сможете начать прямо здесь и сейчас не являясь при этом экспертом.

Не буду лукавить, что совсем без знаний бухгалтерского учета и налогообложения можно заработать большие деньги. Это не правда. Но знать абсолютно все участки или иметь аттестат профессионального бухгалтера вам точно не обязательно.

**Кому не стоит приходить на семинар?**

- Тем кто думает что достаточно узнать 1 супер способ и потом ничего не делая получать прибыль. Такого не бывает.
- Тем, кто изначально хочет только послушать и ничего не делать. Без выполнения на практике заданий результата не будет по определению.
- Тем, кого устраивает нынешнее положение и нет желания учиться чему либо новому. Мне не нужны пассивные зрители. Я работаю с теми, кому нужна помощь.
- 

**ЗАКАЗАТЬ ЗАПИСЬ СЕМИНАРА СЕЙЧАС**

## Отзывы участников семинара



Здравствуйте, Андрей! Ваш вебинар мне очень понравился. Всё по существу. Честно скажу, что меня мало интересовал бухгалтерский бизнес в интернете, однако зайдя на ваш вебинар слушала его с превеликим удовольствием. Не знаю на сколько он был полезен для бухгалтера, а вот для человека, который хочет заниматься инфобизнесом и пока не знает с чего начать - ваш вебинар был находкой. Просто, доступно, живо и очень по доброму. Благодаря вашей ссылке на сайт Светланы Черновой я уже начала оформлять свой сайт уже большой, а не одностороничный. Спасибо за вебинар.

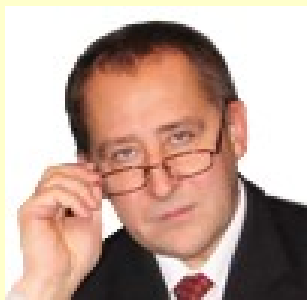
С уважением и благодарностью к Вам,  
Ирина Кузьмина

Добрый день, Андрей.

Спасибо за вчерашний семинар. Я не знаю какие были у Вас планы, но информация полученная мною оказалась для меня лично очень ценной. Очень жду семинар в записи, чтоб уже повторно, более внимательно и детально разобраться в столь полезной и самое главное нужной информации.

С уважением и огромной благодарностью, к Вам и Вашим трудам,

Юдина О.А. Главный бухгалтер



Андрей!

Сказать СПАСИБО, значит ничего не сказать

СПАСИБО!!!!

Буду изучать.

Ты МОЛОДЕЦ!!!

С уважением,

Николай Степенко

<http://www.stepenko.ru>

Впечатление от семинара очень неплохое!

Но думается, что необходимо при проведении семинара не отвлекаться на вопросы чата, а лучше вообще его отключать, т.к. это позволяет более полно осветить все намеченные вопросы семинара.

с уважением, Олег  
предприниматель в области бухгалтерских, консалтинговых услуг,  
услуги по 1С, Контур-Экстерн

Было приятно слышать частично знакомую информацию.

Закрепить несколько подсказок по размещению своих услуг. Получила пару идей про визитки.

Главное, направление на самостоятельность.

И полезные ссылки на уроки по созданию сайтов.

Где бы еще смелости набраться.)) Тк вполне можно развивать направление по блиц-курсам по 1С: Бухгалтерии.

Благодарю за вебинар. Считаю, что в нем поместилось очень много полезной информации. Очень щедро!

Татьяна

**[НАЖМИТЕ ЗДЕСЬ ЧТОБЫ ЗАКАЗАТЬ ЗАПИСЬ  
СЕМИНАРА НА СПЕЦИАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ  
ПРЯМО СЕЙЧАС](#)**

До встречи на семинаре!

Искренне Ваш,

