

ВСЁ
ОБО ВСЁМ



ГДЕ ВЗЯТЬ ДЕНЬГИ?

**ПОСОБИЕ ДЛЯ
НАЧИНАЮЩИХ БОГАЧЕЙ**

Все обо всем

Д.В. Чумичкин

А.Б. Букреев



пособие
для начинающих богачей

Ростов-на-Дону
«Феникс»
2004

Чумичкин Д.В., Букреев А.Б.

Ч 90 Где взять деньги? Пособие для начинающих богачей. — Ростов н/Д: Феникс, 2004. — 224 с. (Серия «Все обо всем»).

Книга посвящена тому, как в наши дни, пораскинув мозгами, быстро заработать кучу денег. Она даст тебе не только советы и рекомендации о том, как устроиться на работу, но и поможет понять принципы функционирования такой области бизнеса, как сетевой маркетинг. В ней ты сможешь без труда найти информацию о том, как открыть свое дело и о заработке в сети Интернет (причем с реальными ссылками на реальные сайты и фирмы).

В основном книга ориентирована на молодого читателя (выпускников школ, студентов), поэтому авторы учитывали, что он будет искать временную работу. Так как времени у него мало, все предлагаемые места работы — это возможность заработать в очень короткие сроки. Хотя, конечно, есть и профессии, которые при всем желании назвать временными очень трудно. Авторы старались подобрать места, где практически не требуется особых индивидуальных способностей или знаний. Чтобы устроиться на такую работу нужны только две вещи: хотя бы минимальная сообразительность и неумное желание озолотиться.

Все проверено на собственной шкуре авторов. Нарботавшись до отвала, они передают накопленный опыт тебе, дорогой читатель, так что, давай смелей, перелистывай страницу и воспользуйся плодами нашего труда. И помни: эта книга сделает тебя человеком, который как магнит притягивает к себе деньги.

ББК 84

ISBN 5-222-04052-6

© Чумичкин Д.В., Букреев А.Б., 2003

© Оформление, изд-во «Феникс», 2004

ВСТУПЛЕНИЕ

Ты держишь книгу в руках. Это значит, что скорее всего она была тобой куплена. Для кого книга написана? Какие цели преследует? Все это ты поймешь, если продолжишь читать дальше. Уже из названия понятно, что книга о работе, а если точнее, о деньгах, которые есть реальная возможность заработать. Хочешь грести их лопатой и не особенно при этом напрягаться, тогда ты попал (или попала, я же тебя не знаю) по адресу. Сразу оговорюсь, это возможно только при одном условии: тебе надо понять в чем твое «призвание», и как только это будет сделано, работать станет значительно легче. Вот тут-то и пригодится тебе наша книга, она расскажет о различных видах работы, покажет тебе преимущества и недостатки каждой отдельной должности. Авторы у книги два, но для удобства восприятия считайте, что она написана от первого лица.

Еще каких-нибудь десять лет назад студенты и выпускники начинали думать о будущем месте работы после окончания вуза. Теперь ситуация такая, что приходится беспокоиться об этом чуть раньше — за год или два до получения диплома. Однако не каждый работодатель встретит «зелененького» кандидата с распростертыми объятиями и будет платить бешеные деньги (что, наверное, и является твоей прямой целью), так как вряд ли захочет тратить время на его обучение, отпускать на сессии и все такое. Не расстраивайся, все, к счастью, не так уж и плохо. То, что существуют компании, заинтересованные именно в молодых кадрах, наглядно продемонстрировал VII международный форум «Карьера», состоявшийся 9 и 10 апреля. Главными организаторами мероприятия выступили Московский студенческий центр и Международная ассоциация IAESTE.

Традиция проводить такие форумы возникла в 1993 году. Они проходят дважды в год: весной только для москвичей, а осенний форум имеет общероссийский охват. По словам Марины Веренич, руководителя проекта по организации форума, «из года в год в этом мероприятии принимает участие все больше компаний, в этот раз их было более 110. Причем это только прямые работодатели. Дело в том, что у многих молодых людей сформировалось негативное впечатление от кадровых агентств, поэтому наша политика такова, что мы не предлагаем агентствам участвовать в форуме. На форуме можно получить работу с достаточно высокой зарплатой, в основном в международных компаниях. Например, ассистент менеджера по маркетингу в компании «Coca-Cola» получает около четырех-пяти сотен баксов наличными. Думаю, никто не станет отрицать, что для студента без опыта работы (и без денег) это просто шикарно. Но чтобы получить такое место, надо отлично знать английский язык и свой предмет».

Форум дал возможность пройти собеседование и предложить свое резюме одновременно многим компаниям. Среди них были такие известные, как «Procter&Gamble», «The Pepsi Bottling Group», «Nike», «Stimorol», «British Petroleum Amoco», «Mars», «Gillette», «Pizza sbarro», «Nestle», «Green Mama», «Очаково», «Альфа-Банк», «ВымпелКом», «Тройка Диалог», «Аэрофлот», «РосИнтер», АО «МЭЛЗ», ОКБ РСК «МиГ» и другие. Ну что, впечатляет? Меня тоже. Общее количество рабочих мест, предложенных компаниями на Форуме, — более пяти тысяч. Вообще, что удивительно, было достаточно много студентов младших курсов. Их требования к первой работе были вполне адекватными и во многом схожими. Получившийся портрет среднестатистического студента-соискателя:

1. хочет работать по специальности или в области, близкой к ней;
2. на большую зарплату не претендует, но сумма меньше двухсот баксов кажется ему несерьезной;

3. компания, в которой он будет трудиться, должна быть международной или просто крупной.

Представители кадровых служб многих фирм-участников готовы рассматривать резюме выпускников или студентов-преддипломников. Правда, в «Альфа-Банк», например, есть шанс попасть только у выпускников банковских колледжей. «Всем новичкам, не имеющим опыта работы, мы предлагаем начать с начальных позиций — операционист, контролер, — подчеркивает Елена Климушкина — начальник отдела HR, но больше шансов продвинуться у обладателей высшего образования. Однако мы не ставим статус вуза во главу угла, важно, чтобы человек имел представление о банковской деятельности. В процессе стажировки мы даем практические знания, наиболее успешных берем в штат».

В зависимости от того, какую кадровую политику проводит компания, можно найти работу с частичной занятостью и даже сделать ее темой дипломной работы. Такую возможность предоставляет выпускникам технических вузов ЗАО «Портативные системы». Менеджер по персоналу фирмы Екатерина Маслова говорит: «Наша компания занимается продажей портативной техники: ноутбуков, цифровых камер, мини-компьютеров. Меня интересуют Product-Managers, они должны совмещать в себе все — и маркетолога, и специалиста по продажам и закупкам, то есть быть мини-Бизнес-Единицами. Речь может идти не только о работе в штате, а, например, о подготовке исследования: для преддипломника — это практика, а для нас — некий реальный материал. Мне нужны талантливые ребята, которые хотят развиваться вместе с компанией».

Не все компании-участники имеют на сегодняшний день открытые позиции. Например, крупнейшая нефтяная «British Petroleum Амосо» заинтересована в формировании банка данных, чтобы набирать специалистов, когда фирма будет расширяться.

Радиоинженеры и связисты имеют возможность

сделать карьеру в компании «ВымпелКом». Здесь много вакансий в области маркетинга, финансов, продаж, обслуживания клиентов и абонентского обслуживания. Вы можете начать с работы оператора, которой вас обучат в течение 6 недель.

А куда идти студентам младших курсов, у которых пока мало профессиональных знаний, а деньги нужны? В столице и крупных городах постоянно расширяется сеть ресторанов быстрого обслуживания. В компаниях «Сбарро» и «РосИнтер» предоставляется возможность работать по гибкому графику, и на работу вас могут взять, даже если вам еще не исполнилось восемнадцати лет.

Кто откажется побывать за границей на стажировке, да еще неплохо заработать, причем получая зарплату за квалифицированный труд? Такую возможность предоставляет Международная ассоциация IAESTE, которая первоначально и была ориентирована на организацию рабочих стажировок для российских студентов. Ассоциация имеет отделения в 70 странах мира, которые осуществляют обмен студентами. На форуме желающие могли заполнить анкету, которую затем рассмотрят. Далее тебе придется пройти еще один отбор по уровню знания иностранного языка. Чаще всего бывают заявки на программистов, а также технических специалистов, которым предлагается стажировка в качестве ассистентов отдела.

Итак, как заработать, имея какое-то образование, или обучаясь в престижном вузе, ты теперь представление имеешь. Конечно, без вышеперечисленного стать богачом в рекордно короткие сроки сложнее, но не спеши расстраиваться, это уже удалось многим, значит, удастся и тебе. Главное, не бойся пробовать и экспериментировать: «за спрос не ударят в нос». Все последующие страницы посвящены тому, как это сделать. Изучив их, ты будешь иметь возможность выбора, стать ли тебе продавцом-консультантом, или работать в Интернете, или, может быть, открыть свое дело. Так что, **ЧИТАЙ, ВЫБИРАЙ и БОГАТЕЙ!**

Глава 1. КАК УСТРОИТЬСЯ НА РАБОТУ



КАК И ГДЕ ИСКАТЬ РАБОТУ

Успешное трудоустройство и массовые стереотипы, которые этому мешают

Прежде всего, хотелось бы рассказать об одном примере, который очень наглядно показывает насколько массовые стереотипы бывают вредны для человека, который устраивается на работу. Сколько выпускников вузов махнули рукой на свою профессию и подались в агенты по продаже товаров, наслушавшись пессимистических прогнозов «бывалых людей»! А вот моей знакомой Наде удалось устроиться на работу по специальности в уважаемую адвокатскую фирму, не имея ни опыта, ни связей. Согласись, неплохое начало для вчерашней студентки.

Может быть, ее опыт поможет кому-то поверить в себя и найти достойную работу. Для этого нужно перестать подсчитывать свои шансы и просто хорошо учиться и много трудиться.

Стереотип первый:

Без блата на хорошее место не устроиться

Адвокатская фирма «Барщевский и партнеры» — хорошее место? Говорят, это одна из лучших юридических фирм в Москве. Ни о каком блате даже речи не идет: Надя пришла туда «с улицы». Профессии и возможности родителей совершенно в других сферах, и дочери пришлось с самого начала пробиваться самой. Первый опыт был неудачным; зарплату не платили, хамили и вообще работали без лицензии. Здесь все по-другому, и плюс внимательный и лояльный начальник, один из «партнеров». Что очень важно — он не командует, а учит. И уму-разуму, и секретам профессии.

Стереотип второй:

Платное образование — плохое образование

Ничего подобного. Надя окончила платное отделение Московской государственной юридической академии. Образование обошлось родителям дорого, но дочка не подкачала: на собеседовании у Михаила Барщевского продемонстрировала хорошие базовые данные. Иначе бы она работу не получила. Уже работая, Надя убедилась в том, что пробелов в знаниях у нее действительно нет. Нет и опыта, но на то она и молодой специалист, чтобы каждый день учиться мастерству у звезд адвокатуры.

Стереотип третий:

Красный диплом устроиться на работу не поможет

Опыт Нади показывает другое. Красный диплом выдается только в обмен на отличные знания, работодатели понимают это и поэтому любят отличников. Во всяком случае, предпочитают их середнячкам.

Стереотип четвертый:

Рассылать по факсу резюме «наугад» бесполезно

Это смотря сколько. Если отослать штук десять и ждать шквала звонков, то, конечно, бесполезно. У

Нади совсем другая статистика: триста резюме за неделю! Это колоссальный труд, в том числе и физический. А в результате «только» восемь предложений. Кавычки вполне уместны. Восемь по сравнению с тремястами кажется немного. Но, помилуйте, целых восемь предложений вчерашней студентке! Такому обрадуется любой соискатель со стажем.

Стереотип пятый:

Сотрудники без опыта работы никому не нужны

Внимание, кадровые агентства. Те самые, которые отказались предоставить Наде хотя бы один шанс. (Это не все агентства, но почти все.) Их главный и единственный аргумент — отсутствие опыта работы. Конечно, нужно следовать требованиям клиентов-работодателей. Но не возводить их в абсолют. Надя — не единственная выпускница, работающая у Барщевского. Больше того, в этой адвокатской конторе трудятся даже студенты-юристы. Судя по результатам, с пользой и для себя, и для своей фирмы.

Вообще, в последнее время ведущие юридические фирмы отдают предпочтение молодым перспективным специалистам без опыта работы. Это связано со стремлением работодателей самостоятельно воспитать верного интересам фирмы профессионала.

Стереотип шестой:

Модельная внешность — залог успеха

В модельном бизнесе уж наверняка требуется соответствовать стандарту. А там, где нужно работать головой, в юридической фирме например, выглядеть как с обложки модного журнала совсем не обязательно. Там в цене индивидуальность. Надя составляет договоры, меморандумы, исковые заявления, ведет документацию по делу, вскоре будет представлять интересы клиентов на судебных заседаниях. Приятная улыбка, хорошие манеры, интеллигентность, трудолюбие, а главное профессионализм — это залог будущего успеха Нади.

Существует большое количество источников получения информации о вакансиях. Каждый из этих

источников предоставляет особую возможность найти себе подходящее рабочее место и содержит свои специфические по объему и содержанию сведения о вакантных рабочих местах. Для повышения вероятности успешного поиска работы необходимо пользоваться всеми доступными вариантами получения информации о вакансиях. Но эта информация эффективна только в том случае, если ты осуществляешь активный поиск вакансий. Почему работу нужно искать самому/самой? Ответ прост: многие, а может быть, и большинство вакансий не рекламируются. Для того чтобы грамотно прорекламировать имеющиеся вакансии, работодателю необходимо совершить определенные действия — затратить, время, силы и деньги. К сожалению, не многие работодатели готовы к этому. Большая часть из них наивно полагает, что в нынешней ситуации на рынке труда нужный человек сам появится в нужном месте и в нужное время. Почему бы тебе не стать этим человеком?

Государственная служба занятости

Как правило, учреждения Государственной службы занятости имеют наибольший по объему банк вакансий рабочих мест. В каждом районе любого города или области России имеется районный центр занятости населения. Эти центры являются подразделениями Федеральной государственной службы занятости населения. Ты можешь обратиться в любой районный отдел занятости населения для того, чтобы узнать, какие вакансии имеются на сегодняшний день в банке Государственной службы занятости города или района. Ты узнаешь полные сведения о вакансиях, включая название профессии и должности, название организации, адрес и телефон работодателя, предлагаемый уровень заработной платы, условия труда, требования

к специалисту. Для получения информации о вакантных рабочих местах тебе не нужно вставать на учет и регистрироваться в качестве безработного. Ты можешь прийти в центр занятости любого района и узнать о наличии вакансий по любой интересующей профессии. В обязанности районных отделов занятости входят: регистрация и перерегистрация безработных, регистрация предприятий, выплата пособий, выдача справок, статистические отчеты, направление безработных на профессиональное обучение, организация общественных работ, профориентация, функционирование «Клубов ищущих работу» и т. д.

В центре занятости населения ты можешь также получить информацию:

- о возможностях профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации;
- об услугах, которые можно получить в Государственной службе занятости;
- об адресах и телефонах учреждений Государственной службы занятости;
- об основных положениях Закона о занятости населения Российской Федерации.

Все без исключения услуги Государственной службы занятости для всех категорий клиентов: для работодателей, для безработных граждан, для незанятого населения, для всех, кто ищет работу, бесплатны. А если говорить точнее, то они уже оплачены. Ведь каждое предприятие в обязательном порядке платит специальный налог в фонд занятости. Поэтому при непосредственном обращении в службу занятости ничего платить не нужно. В Государственной службе занятости имеются сведения о тех вакансиях, о которых сообщают работодатели. Работодатели подают заявки на поиск сотрудников, а специалисты службы занятости направляют к ним клиентов, которые соответствуют указанным требованиям. Далее работодатели сами решают, кого они принимают на работу. Если работодатель принимает работника, то он должен сообщить в

службу занятости о том, что соответствующая вакансия занята, и ее исключают из банка вакансий. Однако эта форма работы не всегда бывает удобна как для работодателей, так и для кандидатов на вакантные рабочие места.

- *Во-первых*, когда работодатель сообщает о привлечательной вакансии, то по причине доступности банка вакансий Государственной службы занятости к нему направляется большое количество людей, значительная часть которых не удовлетворяет его требованиям, и это серьезно затрудняет работу кадровых служб предприятия. Поэтому многие работодатели стараются не сообщать о своих вакансиях в службу занятости, а используют для найма другие каналы. Некоторые работодатели хотят, чтобы информация об их вакансиях была ограниченной и чтобы к ним направляли только тех клиентов, которые полностью удовлетворяли бы их требованиям. То есть они требуют, чтобы служба занятости проводила не только поиск, но и подбор кандидатов по их заявкам. А для этого банк вакансий должен быть доступным только для специалистов, осуществляющих подобный подбор.
- *Во-вторых*, часто бывает, что специалисты службы занятости направляют на заявленные вакансии тех безработных клиентов, которые на самом деле не хотят работать, а хотят получать в службе занятости пособие по безработице или быть направленными на бесплатное профессиональное обучение. Такие клиенты приходят к работодателю и просят написать в их направлении отказ в трудоустройстве, чтобы вернуть это направление в службу занятости. Кому из работодателей это понравится? Поэтому многие работодатели неохотно, с сомнением и осторожностью обращаются с заявками в Государственную службу занятости. И только в том случае, если другие способы подбора сотрудников для них дороговаты или не привели к успеху.

- *В-третьих*, широкая доступность банка вакансий Государственной службы занятости приводит к серьезной конкуренции среди тех людей, которые ищут работу. Как только появляется информация о привлекательной вакансии, на нее в тот же день устремляется огромное количество кандидатов. И успеть занять действительно хорошую вакансию может быть очень сложно. За те несколько часов или дней, пока работодатель сообщит о заполнении вакансии и администратор базы данных службы занятости удалит ее из банка, к работодателю могут обратиться десятки кандидатов. Следовательно, чтобы повысить шанс на трудоустройство, ищущие работу должны обращаться по указанным вакансиям немедленно, не откладывая это ни на минуту. Для этого они должны быть готовы тут же звонить, договариваться и ехать на встречу со всеми необходимыми документами.

В общем, можно сказать, что в банке вакансий Государственной службы занятости имеется большое количество информации о вакансиях в городе. Однако вакансии, представленные в этом банке, как правило, не являются высокооплачиваемыми и не предъявляют повышенных требований к профессиональной квалификации и опыту работы. Среди них, как правило, преобладают промышленные, транспортные и строительные специальности, рабочие места в сфере торговли, обслуживания, здравоохранения и образования, а также должности в милиции и армии. В банке вакансий Государственной службы занятости довольно трудно найти престижные и высокооплачиваемые места в сфере бизнеса, финансов, менеджмента, информатизации и высоких технологий.

Скажу тебе вот что, если ты без работы, затрачивай на поиски работы столько же времени, сколько ты обычно тратишь на работу.

Коммерческие агентства по найму и подбору кадров

Поскольку в сфере труда действуют те же рыночные законы, что и в других сферах экономики, естественно, что помимо Государственной службы занятости существуют и коммерческие фирмы, оказывающие аналогичные услуги. Следует сказать, что сектор коммерческих услуг на рынке труда динамично расширяется, и все большее количество фирм начинают свою деятельность в данной области. Обращение в эти организации может быть для тебя весьма полезным, однако следует понимать их особенности. Рыночные отношения строги, и этим фирмам выгоднее работать либо с теми сегментами рынка труда, где существует явная нехватка рабочей силы, либо с высококвалифицированными специалистами, за трудоустройство которых можно получить хорошие деньги. В большинстве случаев информация об имеющихся вакансиях и реальном положении дел у фирмы, в которую ты обращаешься, рассматривается как коммерческая тайна. В отличие от Государственной службы занятости, получить какую-то информацию от коммерческой фирмы очень непросто или, во всяком случае, не бесплатно. Обращайся за помощью в поиске работы в службу занятости и коммерческие фирмы по подбору персонала. Оставь там информацию о себе. Существуют две основных категории коммерческих фирм, предоставляющих услуги в сфере трудоустройства. Одни фирмы получают деньги и с работодателей за подбор кадров, и с работников за предоставление возможно-стей трудоустройства. Работник, обращающийся в такую фирму, платит деньги за то, что его координаты внесут в банк ищущих работу по специальности, которую он избрал. Некоторые фирмы проводят психологическое тестирование, стоимость которого либо входит в общую плату, либо оплачивается отдельно. Другие фирмы получают деньги только от работодателей за подбор кандидатов на вакантные ра-

бочие места. В таком случае взимается плата с ищущих работу за внесение информации в банк специалистов. Тем самым привлекается большее количество потенциальных специалистов, среди которых производится дальнейший подбор кадров. Однако при этом могут оказываться те или иные дополнительные платные услуги для ищущих работу, такие как психологическое тестирование, консультации по планированию карьеры, занятия по поиску работы и трудоустройству, помощь в составлении резюме и т. п. Прежде чем обращаться в коммерческую фирму, занимающуюся трудоустройством, стоит обдумать и оценить два момента.

- *Во-первых*, какова твоя конкурентоспособность на рынке труда. Иными словами, обладаешь ли ты такой специальностью или какими-то другими качествами, что фирме будет выгодно иметь с тобой дело.
- *Во-вторых*, что это за фирма. Понятно, что если такое агентство недавно начало свою деятельность, то можно предполагать, что банк вакансий у них невелик и, следовательно, твои, кровно заработанные деньги, вылетят в трубу. В то же время стоит поинтересоваться, — сколько тебе будет стоить трудоустройство в той или иной фирме, потому что разброс цен здесь очень велик и, возможно, небольшая фирма найдет тебе работу за приемлемую цену.

При оценке коммерческих фирм в сфере занятости следует интересоваться, как долго существует эта фирма. Рынок труда очень динамичен, и если коммерческая фирма удержалась на нем полтора-два года, то это хороший знак. Кроме того, следует выяснить, имеет ли фирма лицензию на право предоставления услуг в сфере трудоустройства безработных граждан и незанятого населения. Лицензия выдается фирме на определенный срок и является гарантией качества предоставляемых фирмой услуг. Для получения такой лицензии фирма должна потратить довольно много

времени — пройти экспертизу в органах занятости, которые в дальнейшем следят за качеством работы фирмы. Преимущественно клиентами рекрутинговых агентств являются фирмы, заинтересованные в поиске и подборе высококвалифицированных кадров и готовые платить за услуги агентств. К сожалению, большинство фирм берут плату и со специалистов. По содержанию же у них бывают самые разные вакансии: от менеджеров высшего звена до квалифицированных рабочих. В рекрутинговые агентства за поиском работы обращаются в основном люди, неудовлетворенные имеющейся работой, потерявшие работу, студенты и выпускники учебных заведений, люди, которые переехали на новое место жительства, сменили профессию или хотят сменить работу в связи с состоянием здоровья. Как правило, большинство людей ищут новое рабочее место в связи с желанием иметь более интересную и высокооплачиваемую работу, вследствие не сложившихся отношений в коллективе или с руководством, из-за желания приобрести новый опыт, перспективы роста, самостоятельность и ответственность в принятии решений. Кроме того, некоторые ищут более удобное расположение места работы и подходящий режим труда или более стабильную работу.

Средства массовой информации: газеты, радио, ТВ

К средствам массовой информации обычно относят газеты, журналы и другие периодические издания, а также телевидение и радио. Здесь вы можете встретить не только конкретные объявления о приеме на работу, но и различные статьи, интервью и обзоры о новом или расширяющемся бизнесе, в которых может содержаться полезная информация. Однако к ней нужно правильно относиться. Объем газетных публи-

каций или передач обычно недостаточен для того, чтобы рассказать о какой-то сфере бизнеса или предприятии во всей полноте. Более того, журналистский стиль предполагает, что разговор ведется только о самом интересном, важном или привлекающем внимание. Некоторые публикации представляют собой скрытую рекламу какой-либо фирмы и написаны для того, чтобы вызвать к ней интерес. Естественно, что моменты, связанные с приемом новых сотрудников, какие-то частности и нюансы могут упускаться, а именно они тебя и интересуют. С другой стороны, в подобных материалах скрыто рекламируется множество реально существующих возможностей для работы. И здесь необходимо проявить свои аналитические способности. Как говорил Шерлок Холмс: «Умный человек и по капле воды догадается о существовании океана».

Использование средств массовой информации при поиске места работы предполагает, что ты обратишься не к одной, а сразу ко многим газетам, радио и телепередачам. Чем больше ты просмотришь рекламных и информационных объявлений, различных статей и т. д., тем более обширную информацию о рынке труда и возможностях трудоустройства ты получишь. Наибольшее внимание следует уделить местным средствам массовой информации. Центральные газеты могут помочь тебе только в целях самой общей ориентации в современной ситуации на рынке. Обрати внимание и на газеты бесплатных объявлений, которые, кстати, уже давно пора вынуть из почтового ящика. В них бывает много всякой информации, однако, следует учитывать, что газеты бесплатных объявлений не несут никакой ответственности за содержание опубликованного на своих страницах. Поэтому эту информацию следует проверять особенно тщательно. Будет полезным, если в своей работе с этими источниками информации ты будешь следовать следующим принципам:

1. «Широкий охват» — изучение как можно большего количества газет, журналов, радио- и телепередач.

2. «Выделение фактов» — отделение фактов от журналистского комментария и эмоциональных оценок этих фактов.
3. «Анализ фактов» — определение того, чем полученная информация может помочь лично тебе.
4. «Уточнение и проверка» — сбор дополнительной информации по интересующей тебя теме с помощью телефонных звонков, личных посещений и разговоров с компетентными людьми.

Кстати, полезно иметь специальный блокнот, куда ты будешь записывать или вклеивать необходимую информацию. На его страницах ты можешь также отмечать то, чего тебе не хватает для дальнейших поисков, и составлять планы на будущее. Регулярно просматривай информацию о вакансиях в местных средствах массовой информации, и давай информацию о себе в ответ на интересные объявления. Не пренебрегай и различными профессиональными газетами, в которых также может содержаться полезная информация о возможностях трудоустройства. В средствах массовой информации надо размещать и свои собственные объявления о поиске работы.

Эффективность таких объявлений зависит от того, как ты их составишь. Иногда вслед за такими объявлениями следует шквал звонков, большей частью пустых. Это происходит в том случае, если цель твоего поиска неправильно сформулирована. Многократно публикуй в газетах объявления о себе как о специалисте, ищущем работу. Объявление должно удовлетворять определенным требованиям.

- *Во-первых*, оно должно быть кратким.
- *Во-вторых*, оно должно содержать только выигрывающую информацию.

Данные о себе должны помещаться в объявление только в том случае, если они выгодно демонстрируют твои достоинства и прикрывают недостатки. Поэтому без особенной нужды не говори, например, о своем возрасте, образовании, дополнительных возможностях.

В сети существует огромное число источников информации о работе практически во всех странах мира. Сейчас происходит бурный рост информационных возможностей Интернета в сфере трудоустройства. Разумеется, использовать сеть для поиска места землекопца в ближайшей от твоего дома конторе не совсем логично. Гуляя по сети, ты можешь выйти на массу агентств, предлагающих вакансии по всему миру. Ты можешь узнать лишь их адрес, а можешь получить и информацию о требующихся кадрах. Тебе легко вступить в диалог с фирмой, даже если она находится в тысячах километрах от того места, где ты сейчас живешь. Ты можешь послать в агентство свое резюме, запросить подробности по заинтересовавшим тебя позициям и все такое.

Но я буду говорить только о русскоязычных средствах поиска работы в Интернете. Информация о рабочих местах в сети очень динамична. Каждый месяц появляются новые серверы, сайты и страницы, посвященные поиску работы и трудоустройству. Для того чтобы получить информацию о текущих русскоязычных источниках информации в сфере трудоустройства, советую воспользоваться информационно-поисковой системой Rambler (www.rambler.ru), в принципе это дело вкуса, можешь пользоваться и любой другой. В разделе «Работа» этой системы ты найдешь адреса всех доступных на текущий день ресурсов сети на русском языке, посвященных поиску работы. Большинство из них принадлежит коммерческим кадровым агентствам. Как правило, возможности этих сайтов позволяют бесплатно просматривать информацию о вакансиях в различных странах, городах, отраслях, фирмах. Некоторые сайты содержат конкретную информацию о вакансиях, включая название должности, название фирмы, предлагаемый уровень заработной платы, условия труда, требования к соискателю, почтовые и электронные адреса, номера телефонов и фак-

сов работодателей. Это позволяет немедленно установить контакт с работодателем по телефону, послать ему резюме по факсу или электронной почте. В других сайтах контактная информация о работодателе доступна только после контакта с соответствующим агентством и оплаты услуг. Кроме того, большинство сайтов, посвященных поиску работы, дает возможность размещать в своих базах данных резюме соискателей, к которым в том или ином объеме имеют доступ работодатели, заинтересованные в подборе сотрудников. Как правило, доступ к информации о вакансиях и резюме соискателей в режиме чтения является бесплатным для всех желающих, а вот размещение информации о вакансиях со стороны работодателей и резюме соискателей на некоторых сайтах требует оплаты.

В настоящий момент для трудоустройства в Санкт-Петербурге могут быть полезны сайты кадрового агентства «Human Resources I On-line» (<http://www.hro.ru>) и кадрового агентства «Ares» (<http://www.job.sp.ru>). «Human Resources On-line» является первой российской фирмой, которая занимается предоставлением услуг в сфере трудоустройства с помощью Интернета. В то же время HRO является типичным представителем виртуального кадрового агентства. В HRO существует многоступенчатый ряд возможностей для поиска работы.

1. В разделе «Вакансии» ты выбираешь страну и город, в котором ищешь работу, затем в списке предлагаемых специальностей выбираешь интересующую тебя и просматриваешь список вакансий от различных организаций, набирающих персонал.
2. Если тебя не устраивает ни одна из предлагаемых вакансий или тебе не удалось попасть в число кандидатов на позицию, ты можешь собственноручно поместить свое объявление в раздел «Поиск работы».
3. Самый эффективный способ заявить о себе — это размещение информации в разделе «Резюме». Резюме — это документ, который позволяет наибо-

лее полно представить себя; свои способности и опыт потенциальному работодателю.

Некоторые агентства придумали весьма перспективную рубрику «Если у вас есть работа» — к ней можно обращаться, подумывая о переменах в своей жизни. Как правило, конфиденциальность твоего обращения гарантируется, и нынешний работодатель ничего не узнает о твоих намерениях.

Тот, кто в первый раз обращается к Интернету в поисках работы, почти всегда испытывает разочарование. Результаты оказываются хуже, чем ожидалось. Причина чаще всего в том, что человек не знает, как сформулировать свой запрос. Самый эффективный путь — составить запрос, вставив в него 2–3 слова, характерных для профессиональной лексики по интересующей специальности. Не надо давать сложных определений или, наоборот, слишком узких, конкретных названий своей специальности.

Наиболее целесообразно искать работу через сеть в том случае, если ты:

- имеешь дома или на работе персональный компьютер с модемом, подключенный к сети;
- являешься специалистом высокой квалификации.

При этом поиск работы становится более удобным благодаря тому, что:

- ты можешь искать вакансии, сообщать информацию о себе и устанавливать контакты с работодателем, не выходя из-за рабочего стола;
- ты легко можешь искать работу в другом городе или даже в другой стране;
- ты можешь общаться с работодателем, находящимся в любой точке мира, при этом делать это более быстро, надежно и дешево, чем с помощью телефона или факса;
- информация, которую ты размещаешь о себе, доступна для широкого круга пользователей круглосуточно, хранится сколь угодно долго и обходится дешевле, чем использование платных объявлений в других средствах массовой информации. Так что вещь удобная.

Люди могут оказать вам неоценимую помощь в поиске информации о возможностях трудоустройства, да и в самом трудоустройстве. Причем в этом качестве могут выступать не только ваши близкие, но и совсем незнакомые вам люди. Лишь бы у вас было желание общаться с ними. Итак, чем тебе могут помочь разные люди. Составь список родных, друзей и знакомых, которых ты намерен подключить к поиску работы для тебя. Сообщи им о том, что ты ищешь работу. Передай им свои резюме. Регулярно обзванивай их или встречайся с ними, напоминая о себе и интересуясь результатами.

Друзья, знакомые, родственники и даже случайно встреченные тобой люди могут:

- знать о конкретных возможностях трудоустройства, существующих вакансиях;
- согласиться иметь тебя в виду на предмет возможного трудоустройства;
- знать кого-то, кто уходит с работы, освобождая рабочее место;
- знать о конкретных фирмах и организациях, куда стоит обратиться;
- слышать о том, что поблизости начинают работать новые фирмы или уже существующие предприятия расширяют свое производство.

Сотрудники организаций, представляющих для тебя интерес:

- знают об имеющихся предполагаемых вакансиях;
- могут организовать встречи с потенциальным нанимателем по поводу получения работы;
- сообщить о тебе нанимателю в случае, если они собираются принимать кого-то на работу;
- передать нанимателю копию твоего резюме.

Люди, которые сами только что трудоустроились, кстати, тоже могут быть полезными, они могли недавно столкнуться с организацией или фирмой, в кото-

рой есть вакансии для новых соискателей работы. Близкие друзья и родственники могут спросить у своих знакомых об известных им вакансиях, порекомендовать тебя потенциальному работодателю и организовать встречу с ним.

Люди, которые имеют контакты в твоей профессиональной области, коллеги по бывшей работе:

- могут передать экземпляр твоего резюме заинтересованному лицу;
- порекомендовать тебя своему нанимателю и организовать встречу с ним.

Те, кто также занят поиском работы, могут:

- знать о вакансиях, которые их самих не заинтересовали;
- столкнуться с наличием интересующих тебя вакансий;
- при собственном поиске работы интересоваться также работой для тебя.

Для того чтобы активно и конструктивно использовать этот источник информации, тебе нужно соблюдать некоторые принципы. *Следует общаться с максимально возможным числом людей.* Это означает, что тебе нужно каким-то образом (по телефону, по почте, лично) связаться с максимально большим количеством своих друзей, родственников, знакомых, бывших коллег. Кроме того, стоит чаще общаться с незнакомыми людьми у друзей, знакомых, в магазинах, в транспорте и все такое. Понятно, что установление контакта с незнакомым человеком представляет известные трудности. Отнесись к этому как к тренировке своих способностей к общению. Эти способности в полной мере понадобятся тебе, когда ты пойдешь на личное собеседование с потенциальным работодателем.

Также тебе совершенно необходимо точно знать и уметь объяснить людям, чего ты хочешь. Это означает, что общение надо предварительно планировать, планировать, что сказать и о чем просить окружающих. Тебе нужно точно объяснить тем людям, с кото-

рыми общаешься, какого рода работу ты ищешь, каковы твоя квалификация и опыт, чем тебе может помочь твой собеседник.

Кроме того, необходимо перестать бояться того, что кто-нибудь может подумать о твоей наивности или недостаточной осведомленности в какой-нибудь области. Это означает, что в разговоре следует уточнять все подробности относительно возможностей трудоустройства. Задавай вопросы и узнавай точное название фирмы, ее адрес и телефон, что их может заинтересовать, к кому надо обратиться, его фамилию и должность, вообще, любые полезные мелочи. Учти, все это очень пригодится в дальнейшем.

Что о работодателе может сказать объявление

Как говорится, в начале пути отклонишься на шаг — скоро будешь на чужой дороге. Объявление о поиске сотрудников, если его читать очень-очень внимательно, может многое сказать о тех, кто его дал. Надо ли говорить, что эта информация позволит тебе принять правильное решение — стоит бороться за объявленную вакансию или лучше эту возможность предоставить другому соискателю.

Тебе приходилось когда-нибудь терять работу? Если нет, то поверь мне на слово — это очень большая неприятность, готовая в любой момент обернуться трагедией. Для неподготовленного человека увольнение сопряжено с огромным стрессом, психологическим дискомфортом, и все такое. Неуверенность в завтрашнем дне возрастает с каждым разом. И чем дольше человек остается «не у дел», тем глубже депрессия и тем сложнее ее преодолеть. С другой стороны, и к такой неприятности можно быть готовым. Как?

В наличии современного безработного достаточно большой спектр инструментов, умелое владение которыми позволит ему максимально быстро найти более-

менее нормальную работу: государственные службы занятости, кадровые агентства, Интернет, объявления в СМИ. Именно о том, как ищут работу с помощью объявлений мы и поговорим.

Что нужно знать, прежде чем читать объявления о приеме на работу?

Будь готов/готова к тому, что искать работу по объявлению не очень приятно. Куда более бесхлопотно работать с кадровым агентством. Ведь если ты отличный специалист, то тебе придется всего-навсего сидеть дома и рассматривать предложения, одно выгоднее другого, которые ты скромно отвергаешь, ожидая своего «золотого» часа. Но, увы, далеко не все могут находиться в таких вольготных условиях. И, зачастую, не работа ищет нас, а мы ее. Большая часть тех, кто состоит на учете в кадровом агентстве, так и не дожидается звонка. И со временем они начинают понимать, что:

- не предложат;
- может быть, когда-нибудь предложат, но ждать невозможно;
- и в итоге — ничего не поделаешь — покупаешь газету с объявлениями или срываешь многообещающий листок с двери своего подъезда...

Объявления о приеме на работу нужно читать внимательно даже в условиях «сытого» стабильного рынка. Сейчас, когда все смешалось, это особенно актуально. Тех, кто сможет воспользоваться твоей растерянностью, предостаточно. Тысяча волшебных баксов плюс «транспортные», «социальные пакеты», «пенсионные льготы» — ты впитываешь эти сладкие слова и веришь, что не все еще потеряно. Однако успокойся! Обуздай свои эмоции. Не спеши хвататься за телефон. Оцени ситуацию трезво. Лозунги из разряда «Для всех», «Для молодых и энергичных», «Для серьезных и честлюбивых», «Для желающих заработать быстро и прилично», риторические вопросы «Нет денег? Хотите иметь?», ликующие восклицания «Это ваш шанс!» и налет солидной респектабельности «Работа в

инофирме» должны тебя моментально насторожить. Обещание сумасшедших денег при полном отсутствии сведений о характере работы — первый признак того, что тебя приглашают за бесплатным сыром в мышеловку. Второе, что должно заставить тебя задуматься, — таинственность. Например, расплывчатые формулировки вроде «организационно-кадровая работа», «работа с людьми», «административная работа». Позвонив потенциальным работодателям по телефону, ты не узнаешь, что же все-таки они предлагают. Ты будешь полчаса добиваться четкого и ясного ответа, но так и не получишь его. Зато тебя будут навязчиво приглашать на собеседование (интервью, презентацию, переговоры и т.п.). Цель? Добиться того, чтобы ты пришел/пришла: телефонный разговор — это одно, а личная встреча — совсем другое. Там под натиском обаятельных улыбок, проникновенных честных взглядов и ласковых обещаний ты ведь можешь и сдаться...

Тебе предложат заняться распространением продукции (нередко весьма сомнительного качества). Если твой опыт работы не позволяет претендовать на большее, то дерзай. Возможно, ты не только сможешь заработать немного денег (далеко не столько, сколько тебе будут сулить), но и приобретешь бесценный опыт общения и продаж в сетевом маркетинге.

Однако если твои цели не приобретение опыта, а его использование, то рекомендую игнорировать объявления подобного рода.

Следующая по популярности мышеловка — предложение стать «менеджером по продажам в солидной фирме». Тебе нужно знать: скорее всего, тебя нанимают в коробейники. Ты будешь бегать по офисам с сумками, набитыми товаром, или с рекламными проспектами. В этом тоже нет ничего плохого, и эта работа, так же как и предыдущая, дает бесценный опыт. Но нужно это только тем, у кого опыта работы нет. Обычная система оплаты труда в этом случае — проценты от продаж. Со временем, когда ты научишься идеально «работать языком», когда в твоём кармане будет лежать стопка визиток, когда в течение рабочего дня ты

умудришься восемь раз добраться из Чижовки в Зеленый Луг и обратно на общественном транспорте (и так всю дня в день), возможно, тогда твой месячный заработок будет исчисляться заветными 1,5–2 сотнями долларов.

Теперь — о капканах для соискателей надомной работы. Тут действует все тот же классический принцип: утром деньги — вечером стулья. Согласившись на «обработку корреспонденции», ты получишь плохую ксерокопию с призывом перевести по почте (или прислать в конверте) на адрес абонентского ящика Иванова-Петрова-Сидорова небольшую сумму — рублей пятьдесят. Обоснование: ты высылаешь деньги для того, чтобы фирма могла выслать тебе «пакет документов с подробными условиями работы». Дальше события могут развиваться по двум вариантам. Первый и нетрудоемкий: ты отправишь деньги, и этим все закончится. Второй: на самом деле придет увесистая бандероль. Условия работы будут заключаться в следующем: растолкать по конвертам содержащиеся в ней рекламные проспекты и листовки, наклеить марки, подписать адреса и отнести на почту (конверты и марки, естественно, за свой счет). Ты добросовестно растолкаешь, наклеишь и отправишь. Через пару месяцев трепетного ожидания зарплаты ты, наконец, поймешь: тебя не только использовали в качестве бесплатного рекламного агента, тебе за эту честь пришлось еще и заплатить.

Как видишь, искать работу по объявлениям действительно не самое простое занятие. Однако опытные соискатели быстро учатся отличать «Гербалайф» от солидных компаний. Чем же отличаются объявления, на которые **ОБЯЗАТЕЛЬНО** стоит обращать внимание.

- Во-первых, конкретностью. Указаны конкретные требования и очерчены конкретные предложения.
- Во-вторых, такие объявления не станут расклеивать на фонарных столбах и остановках общественного транспорта. Их место — страницы специализированных изданий, теле/радио эфир.

Если ты решишь откликнуться на такое объявление, тебя, скорее всего, не пригласят посетить презентацию, а попросят отправить по факсу профессиональное резюме.

Не трать свое драгоценное время зря. Поиск работы — это тоже важная работа. А от качества ее выполнения зависит твое будущее.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ

Начать этот раздел хотелось бы с основ психологического воздействия на абстрактного работодателя. Действительно, важность этого момента очень сложно переоценить, от него напрямую зависит первое впечатление, производимое тобой на людей, а оно хоть и оказывается чаще всего ошибочным, но все равно играет решающую роль при подборе работников. Важный момент, мешающий успешному поиску работы, — это неумение человека правильно себя преподнести. Заместитель декана Европейского университета финансов, информационных систем, менеджмента и бизнеса Павел Прыгунов считает, что «...у наших студентов неразвиты способности к самореализации и самопрезентации... Анализ анкет показывает, что основная причина отказов — неподготовленность к конкурсному отбору. Поэтому мы ввели курс профессионально-психологической подготовки студентов. Мы хотим объяснить ребятам, что, например, потеря работы — это еще не потеря жизни. Что это нужно принять как урок и извлечь из него пользу. Нужно научиться продавать себя на рынке труда. Для этого мы даже используем систему Станиславского. На занятиях по практическому предпринимательству у нас сейчас присутствует еще и психолог. Это помогает оценить не только теоретические знания, но и то, как они пре-

подносятся. Дрожащий голос и дрожащие руки говорят, что человек практически к работе не готов. А для нас эта готовность очень важна».

Главная твоя задача, как ни банально это звучит, понравиться боссу и не дать ему понять, что ты с ним «играешь». Сразу говорю: «Не пугайся, это совсем не так сложно, как кажется на первый взгляд». Старайся помнить одно простое правило, применимое к девяноста пяти процентам работодателей: «Босс такой же точно человек, как и вы, но с той лишь разницей, что он находится немного выше по служебной лестнице». Повторяя это предложение как мантру, ты сумеешь очень быстро перебороть и природную стыдливость, и застенчивость, и много еще чего, что мешает тебе показать свои достоинства и до максимуму скрыть недостатки. Помни, что проявляющий свою нервозность человек, автоматически показывает не только неумение контролировать самого себя, но и подсознательно наводит на подозрения (если волнуется, значит, есть, что скрывать), а «кота в мешке» (или кошку) никто брать на работу не станет, мало ли что он (или она) «выкинет». Поэтому основой основ, наверное, можно назвать банальный самоконтроль. Опять же, как и в любом другом деле, важно не перестараться, ибо твоя активная показуха может показаться работодателю больше похожей на неприкрытое хамство, не забывай и того, что он все-таки босс и ему очень понравится себя таковым чувствовать. Одним словом, будь, уверен в себе, но «палку не перегибай», в конце концов, вежливость и скромность еще никому не мешали.

Колоссальное психологическое значение имеют пол и возраст работодателя. Постарайся, чтобы он видел в тебе не только хорошего и аккуратного работника, но и «родственную душу», т. е. человека, в духовном плане схожего с ним. И последний, но очень важный совет: *естественность прежде всего*, старайся не думать о том, что ты на собеседовании, от которого зависит вся твоя последующая жизнь, попробуй

представить себя в спокойной, привычной тебе обстановке, это опять-таки обязательно поможет тебе побороть дрожь в голосе и коленках и обрести внутреннее равновесие.

Но если ты перепробовал все эти приемы, а они не помогли тебе достичь желаемого результата, и ты все равно бледнеешь при воспоминании о важной встрече с работодателем, то единственный совет в таком случае это — старайся внешне сохранять спокойствие. Пусть в душе у тебя пожар, а сердце вот-вот выпрыгнет из груди — босс ничего не должен увидеть, потому что, даже взяв к себе на работу такого сотрудника, он рассчитывает на то, что ты будешь для него подобием «козла отпущения». Это своеобразный закон природы, почувствовав твой страх, он постарается тебя использовать в своих целях. Он не должен думать, что имеет возможность так поступить, поэтому тебе надо дать ему понять, что ты человек свободный и такого отношения к себе не потерпишь.

Как пережить собеседование

Думаю, никто не усомнится в том, что собеседование является самым распространенным на сегодняшний день условием приема на работу. Конечно, существуют всякие там анкеты и все такое, «Только собеседование дает наиболее объективную картину» — любят говорить работодатели. Зачастую, однако, этот способ перестает быть достаточно эффективным. И происходит это в силу нескольких причин. Одна из них хорошо известна всем тем, кто время от времени играет роль соискателя, т. е. пытается устроиться на работу. Порою приходится сталкиваться с такой ситуацией: работник кадровой службы с ободряющей улыбкой, поощрительным тоном просит: «Расскажите, пожалуйста, о себе, о своей работе». После этого он принимает вид внимательного слушателя и больше не говорит ни слова. Ясно, что при подобном ходе собеседование перестает быть таковым и превращается в чи-

это формальное мероприятие. Возникает ситуация, которая напоминает слова хорошо известной песни («Тихо сам с собою я веду беседу»). Сойскатель по ходу встречи вынужден строить гипотезы о потребностях компании и мысленно продумывать вопросы самому себе, а затем в монологе излагать то, что (по его представлениям!) важно знать о нем «собеседнику». Если это не проверка памяти и логического мышления (с чем, надеюсь, у тебя, дорогой читатель, проблем нет), то быть или не быть соискателю сотрудником данной фирмы зависит уже не только и не столько от его профессиональных качеств. К сожалению, и диалог как таковой еще не гарантирует взаимопонимания. «По одежке встречают, по уму провожают» — хорошо известная народная мудрость. Однако, как показывают исследования, проведенные американским психологом Юджином Мэйфилдом, поговорка эта верна иногда лишь в первой своей части. Ученый, изучавший эффективность собеседования как инструмента отбора кадров, выявил ряд проблем эмоционально-психологического характера, которые к этому приводят. Это связано с тем, что специалисты по подбору кадров по натуре своей очень субъективны. Они оценивают претендентов на вакантные места, основываясь на первом впечатлении, на своем восприятии (именно поэтому, я и считаю, что главное — понравиться работодателю). Все, что говорится в остальной части собеседования, абсолютно не учитывается. Другая проблема состоит в том, что ты как очередной кандидат сравниваешься с предыдущим. И если последний выглядел плохо, то следующий «средненький» кандидат будет выглядеть хорошо или даже очень хорошо. Бывает и так, что сотрудники, проводящие интервью, дают более благоприятную оценку тем кандидатам, чьи внешний вид, социальное положение, возраст и манеры в большей мере напоминают их собственные.

Основная информация по собеседованию тобой получена и далее ты найдешь практические советы о том, как себя вести, чтобы о тебе сложилось положительное впечатление. Далее для удобства (моего и читате-

ля) человек, которого называют работодателем, интервьюером, наемщиком, будет называться просто и понятно, «босс».

Босс-мужчина

Один современный поэт сказал, что хотят того женщины или нет, но этот мир — «мир мужчин». И действительно, хотя количество женщин на «высоких постах» и увеличивается быстрыми темпами, но абсолютное большинство всякого рода руководителей (по данным последних статистических исследований, около восьмидесяти процентов) все же мужского пола. Как же правильно использовать недостатки мужчин? А очень просто! С самого раннего детства мальчиков воспитывают иначе, нежели девочек, им внушают, что они должны быть более обязательными, исполнительными и тому подобные вещи. В результате мужчины значительно более рациональны и рассудительны, чем женщины. И принимая тебя на работу они безусловно обратят больше внимания на твои рекомендательные письма, твое образование, стаж работы. Ни в коем случае не показывай ему свое желание понравиться, помни, ты интересен ему исключительно в качестве возможного сотрудника фирмы и резкое вмешательство в его внутренний мир может решительно настроить против тебя. Помни, осторожность может сослужить тебе неплохую службу, старайся показать свои исключительные деловые качества и профессионализм, при этом не «переборщив» и не испортив таким образом впечатление.

Войдя в кабинет работодателя...

Войдя в комнату, старайся по возможности поменьше глазеть по сторонам, в конце концов, ты же не секретный агент, у тебя задача несколько иного ха-

рактера, тем более, что если все пойдет по запланированной схеме, то в итоге у тебя в дальнейшем будет множество возможностей разглядеть все помещение в мельчайших подробностях. Пока тебе не предложили сесть, ты уже «включаешься в игру», постарайся выглядеть как можно более уверенно, а что, как не походка, служит своеобразным показателем внутреннего состояния человека. Поэтому то, как ты войдешь в комнату, во многом предопределист твою дальнейшую судьбу и предопределист отношение к тебе будущего начальника. При этом он сам об этом может и не догадываться, тем лучше для тебя потому, что действовать он будет, руководствуясь только своим подсознанием, которое обязательно подскажет ему то, что выгодно тебе. Помни, что подсознание — штука тонкая, контролировать его невозможно, а воздействуя на него, можно добиться самых неожиданных результатов.

Рукопожатие босса

Далее босс, скорее всего, протянет тебе руку. Вот тут открывается отличная возможность проверить его к тебе отношение. Важно все: как он при этом на тебя смотрит, привстал ли он со своего стула, поднялся или остался сидеть. Если привстал, то можно говорить о формальном уважении, которое он к тебе изначально питает, это, условно выражаясь, отсутствие всякого отношения, тебя для него не существует, и его мнение будет складываться в зависимости от твоих дальнейших действий. Если босс остался сидеть, то и руку, скорее всего, он подал, не глядя на тебя, как бы нехотя, просто соблюдая некую устоявшуюся формальность. В этом случае тебе придется, как говорится немного «попотеть», чтобы заслужить его расположение. Если же он встал заранее, немного раньше того, как ты к нему приблизился на достаточное расстояние и, с интересом глядя тебе в глаза, протянул руку, то у тебя только одна задача: не разрушить его позитивный

настрой. Хотя это и не так просто, как кажется на первый взгляд, но всё же значительно проще, чем переубеждать, просто будь внимательнее к своей речи и старайся стать для него приятным собеседником, больше слушай и меньше говори. Само рукопожатие является собой не что иное, как древний ритуал, показывающий, что ты безоружен и «пришел с миром». Нельзя недооценивать его, потому что это еще один фактор, в соответствии с которым тебя будут оценивать на подсознательном уровне. Правильно пожав руку, ты можешь нейтрально настроенного человека привлечь на свою сторону и заставить слушать себя с абсолютно иным настроением. Чтобы сделать рукопожатие своим козырем, необходимо грамотно оценить ситуацию. Если ты устраиваешься на работу к сильному, волевому человеку, то необходимо постараться сжать его руку достаточно сильно, но не чересчур. Слишком сильное рукопожатие он может воспринять, как посягательство на его территорию, на его место. Ты должен как бы показать ему, что ты ни на что не претендуешь, но и в обиду себя не дашь. Если перед тобой «замученный» постоянными проблемами босс, то и рукопожатие должно быть еще более слабым. Такой человек чувствует усталость, и поэтому руку ему стоит жать, просто держа ее и слегка покачивая, таким образом, ты можешь, как бы удовлетворить его ярко выраженную потребность в отдыхе, за что он тебя, несомненно, отблагодарит. Если же босс не выражает никаких эмоций по вашему поводу, то и ты старайся пожать его руку без особых чувств, просто слегка сожми и быстро отпусти. Но будь начеку, потому что, вполне возможно, босс скрывает под маской безразличия свой глубокий интерес к твоей персоне и пока ты наивно позволил себе расслабиться и думаешь, что предпринимать какие-либо меры уже поздно, поскольку вакантное место уже нашло своего не менее тебя достойного претендента, он активно следит за тобой и делает выводы. Поэтому ни при каких обстоятельствах не стоит недооценивать других людей.

Поза и жесты при разговоре с работодателем

Далее работодатель скорее всего предложит тебе присесть, чтобы обсудить некоторые детали. Достаточно большое значение имеет то, как ты сядешь на предложенный стул. Старайся не нервничать, но и не забывай, что ты находишься под пристальным вниманием, и одно твое движение, один жест могут рассказать о тебе значительно больше, чем все последующие за ним слова. И любой мало-мальски грамотный работодатель будет обращать на них гораздо больше внимания, чем на твою убедительную речь только потому, что, используя слова, ты стараешься схитрить или обмануть его, тогда как твои руки, поза и тому подобные «мелочи» предательски красноречиво в это время выдают всю твою подноготную. Например, сидеть сложа на груди руки не стоит, таким образом ты покажешь свою скрытность и недоверие ему как человеку и тем самым неизбежно настроишь его против себя. Помни, что каждый босс пытается найти в тебе не только работника, но и просто близкого человека. Правда, в случае, когда босс мужского пола, это правило нужно применять с большой осторожностью потому, что как только он поймет, что ты метишь ему в друзья, ты окажешься без работы. Это обусловлено тем, что мужчины, как правило, более скрытны и не склонны к дружескому сближению со своими подчиненными. Они это объясняют тем, что каждый в этой жизни должен знать свое место, на самом же деле они просто-напросто боятся предательства со стороны не очень хорошо знакомого человека. Поэтому «замыкаться», конечно, не стоит, но и «в душу лезть» тоже не советую. Присаживаясь на стул нужно избегать сидения на самом краешке потому, что благодаря этому ты приобретаешь некий «просящий» облик в глазах работодателя. Нельзя давать ему понять, насколько ты нуждаешься в этой работе потому, что тогда он предложит тебе ме-

нее выгодные условия, но нельзя и «перегибать» в обратную сторону, тогда он обязательно подумает, что тебе она не нужна. Старайся придерживаться «золотой середины». Учитывая все вышеописанное, можно сказать, что наилучшей позой можно считать свободное (но не развязное) положение, без уклонов в ту или иную сторону и не наваливаясь на письменный стол, руки в свободном и естественном состоянии (стоит избегать «замкнутых» позиций, а все остальное разрешено), спина ровная, можно слегка облокотиться на спинку. Помни, что он должен видеть в тебе помощника, а не соперника, претендующего на его «лавы».

Молодой босс (не старше сорока лет)

Перечисляя отличия молодых боссов от боссов более старшего поколения, нельзя забывать тот факт, что у молодых зачастую больше энергии и работодатель может тебя утомить долгой беседой, ни в коем случае не давай ему понять, что ему нужно быть более кратким, он тебе этого не простит. Его это такого не потерпит. Так что старайся быть как можно более терпеливым и внимательным, будь уверен, он это оценит. Также очень важно, что молодой мужчина скорее всего, по достоинству оценит твои необычные задумки и нововведения. Еще не стоит забывать о том, что молодые боссы в силу своего возраста и связанного с ним некоего максимализма более мнительные и властные, и если ты хочешь произвести на них хорошее впечатление, то тебе лучше не перечить им. Они не очень грамотно распоряжаются своим временем и, как следствие, часто бывают заняты, поэтому старайся меньше задавать вопросов, тем более, что ответы почти на все эти вопросы ты, скорее всего, найдешь в договоре. Эти люди как никто придерживаются первого следствия из закона капитала, которое гласит, что самым драгоценным ресурсом является время, и трату его на нелепые вопросы не признают.

Эти люди не являют собой прямую противоположность «молодым» боссам, но все же некоторые интересные отличительные черты, безусловно, имеют место быть. Например, «зрелые» люди обычно с меньшим ажиотажем с головой бросаются в какие-то новые идеи, и зачастую этим демонстрируют некую финансовую дадьновидность. Объясняется это тем, что обычно к своим годам они имеют весьма обширный неудачный опыт и придерживаются правила «тише едешь — дальше будешь». Удивить такого человека каким-то «ноу-хау» довольно-таки непростая задача, но если он все же увидит в твоей идее нечто действительно стоящее, то смело рассчитывай, что через месяц об этом будет говорить весь мир. Такие люди имеют своеобразный «профессиональный нюх», отточенный годами проб и ошибок, и именно поэтому и не думай идти к ним с какими-то, даже тебе кажущимися нереальными, идеями. Старайся показать себя как хороший, перспективный работник. Неплохую службу тебе также могут сослужить и рекомендации с прошлых мест работы. Помни, таких людей интересуют профессиональные, а не личные качества, умение обо всем забыть ради работы, аккуратное исполнение обязанностей. Старайся быть как можно собраннее и естественнее. Даже не думай хитрить, ибо обмануть таких людей — задача не из легких. Не забывай, что, достигнув такого возраста, единицы не обзаводятся семьей и, показав при крепком рукопожатии обручальное кольцо, ты можешь очень «подняться» в глазах босса, как бы говоря ему, насколько ты ответственен. Если он «в лоб» спросит тебя о том, зачем тебе работа, то лучшим ответом будет: «Мне нужно кормить семью». А если на тебе вдобавок ко всему будет белоснежная сорочка, то этого, скорее всего, хватит для того, чтобы он с «распростертыми объятиями» принял тебя на работу.

Женщина имеет особый, отличный от мужского, менталитет. Иногда он их «спасает», иногда он их «казнит», но так уж они устроены и ничего с этим поделать не могут. Вот тут-то в дело и включаешься ты, ведь если человек не контролирует (или не до конца контролирует) себя, то этим можно воспользоваться. Все знают, что во все века женщину «растили» исключительно для того, чтобы она впоследствии стала матерью, а ее карьера — это настолько зыбкое и отвлеченное понятие, что об этом помимо нее самой никто даже думать не утруждался. Поэтому все женщины на «руководящих постах» считают себя своеобразными героинями, активно борющимися с предрассудками, которые сложились в нашем обществе. Но при этом они ни в коем случае не перестают быть «слабым полом» и, принимая решения, в большинстве случаев руководствуются внутренним «чутьем», интуицией, что, несомненно, иногда помогает им принимать единственно верные решения в бизнесе. Итак, твоя задача, как и прежде, понравиться работодателю, будь то мужчина или женщина.

Женщина-босс и ее интуиция

Не секрет, что интуиция является для женщины очень важным атрибутом в жизни, скорее всего, это потому, что физически слабая, она должна «обороняться» от агрессии внешнего мира, и интуиция в этом случае выступает в качестве ее оружия. Женщине представляется абсолютно невозможным мыслить рационально и рассудительно (по крайней мере до тех пор, пока у нее не появились дети) и это во многих случаях помогает ей избежать «провала». Если ваш шеф — женщина, то вы можете считать, что находитесь в весьма сложной ситуации, с одной стороны, понравиться ей значительно проще, чем мужчине, но то, что она не изменит своего мнения за первую неделю,

тебе не сможет гарантировать никто. Сразу же оговорюсь, что речь не идет абсолютно обо всех на свете представительницах этого бесспорно прекрасного пола, я лишь говорю о наиболее часто встречающихся типах и формах поведения. Возвращаясь к нашему разговору, хочу сказать, что правильно и целенаправленно воздействуя на женское подсознание, можно заставить их думать, что им тебя «рекомендовала» их собственная интуиция, и добиться тем самым потрясающих результатов. Помни одно правило: женщины любят уверенных в себе людей, и никто не хочет нанимать к себе на работу неудачника.

Кабинет работодателя

Тыходишь в комнату. Сразу же, не теряя ни секунды, начинаешь незаметно осматривать ее в мельчайших подробностях, именно они и дадут тебе всю необходимую информацию о хозяйке. Помни, что каждая женщина на генетическом уровне стремится обустроить помещение, в котором находится. Если в интерьере нет ничего лишнего и все функционально и разложено по местам, то можешь иметь абсолютную уверенность в том, что женщина перед тобой очень спокойная и рассудительная. Доминирующим цветом, скорее всего, будет либо светло-серый, либо с вкраплениями белого. Зачем тебе это надо? Просто вполне естественно, что именно таких качеств она потребует от тебя, так что будь готов к этому. Представь себя в роли шахматиста, тщательно продумывающего сложные комбинации, кроме того, предугадывающего все ответные шаги противника. Стоит ли говорить, что на собеседовании у такого человека не нужно, запрокинув голову, хохотать и «строить глазки». Если же стены кабинета красного или фиолетового цвета, а на письменных столах и «прилегающих к ним территориях» мирно покоятся папки с документами, то перед тобой женщина, не особенно рассудительная и, может

быть, даже немного легкомысленная, которая не привыкла скрывать свою сексуальность. В такой ситуации ты можешь позволить себе некую раскованность и легкий флирт, но сразу хочу предостеречь: флирт должен быть очень легким, практически незаметным, как бы дающим надежду, что это только начало. Будь предельно осторожен — если ты хотя бы чуть-чуть перестараться, твои надежды по поводу этой работы рухнут как карточный домик. Синий цвет и производные от него тоже имеют свое психологическое объяснение: это потребность в покое, физическом и духовном. Женщины, выбирающие его в качестве главного в интерьере, нуждаются в отдыхе и защите, поэтому, используя простые словарные обороты и сочетая их с мягкостью голоса, ты вызовешь в такой женщине наилучшие эмоции. Говорить с ней следует не очень громко, стараясь сделать свою речь как можно более плавной. Попытайся сделать так, чтобы твой голос звучал ниже, чем на самом деле. Остальные же цвета, желтый или черный, например, редко используются в оформлении офисов.

Значение женского рукопожатия

Сразу же оговорюсь, что женщины не уделяют этой «процедуре» достаточного внимания, и поэтому не удивляйся тому, что начальница может вообще не подать тебе руки. Не думай, что она хотела оскорбить тебя таким образом, просто ей это не кажется необходимым. Она как бы дает понять, что не собирается заводить с тобой дружбу, сразу показывает границы дозволенного. И твоя дальнейшая задача состоит лишь в том, чтобы не нарушать ее заранее установленные правила. Собранность и спокойствие — вот слова твоего поведения. Если она с чем-то не согласна, старайся с ней не спорить, как правило, такие люди не признают оппозицию. Чтобы заинтересовать ее, говори чуть-чуть медленнее, чем обычно, это сделает твою речь звучащей более осмысленно, рассудительно, двигай рука-

ми (если ты не умеешь так жестикулировать, то посмотри выступление какого-нибудь депутата, уверяю тебя, научишься моментально). Учти также то, что если женщина протягивает руку, как бы приподняв ее, то, скорее всего она ждет легкого поцелуя (не в губы, конечно, в руку). Такие женщины как бы проверяют на «степень рыцарства». Правда, стоит отметить, что подобное поведение, скорее всего, обусловлено либо ее изначально позитивным настроем, либо тем, что ты уже произвел на нее хорошее впечатление. Если так, то во время собеседования твоя задача упрощается, тебе нужно просто не испортить ее к себе отношение. Много улыбайся, мало говори, всем своим видом показывай свое направленное на нее благодушие, даже, если она тебе глубоко неприятна. Существует также третий тип (вообще-то их, конечно, больше, но для удобства, пусть их будет три), это в некоем роде мужеподобные женщины. Протянув тебе руку и получив поцелуй вместо рукопожатия, она неприятно скривится и с силой выдернет свою кисть из твоей. По своему поведению и деловым качествам она, скорее всего, будет очень напоминать мужчину, но это не должно сбить тебя с толку, помни: перед тобой женщина, которая на первый взгляд не кажется такой уж слабой и незащищенной. Это всего лишь маска, с которой ей легче найти общий язык с компаньонами по бизнесу. Делай все как на собеседовании у мужчины и ни в коем случае не пытайся ее разоблачить — наживешь в ее лице себе врага. Не забывай, что сжав со всей силы ее руку, ты не докажешь ей свою «богатырскую» силу, а лишь добьешься сомнений с ее стороны по поводу твоего психического здоровья.

Поза при разговоре с работодателем-женщиной

Еще раз хочу акцентировать твое внимание на мелочах, умелое их использование обеспечит тебе достижение всех твоих целей. Садясь на предложенный

боссом стул, не падай на него как «подкошенный», а осторожно опустишься, предварительно пододвинув его. Этим простым и незаметным жестом ты дашь боссу информацию о своих полезных для него качествах, таких как целеустремленность и предусмотрительность. При этом ты окажешься на более близком к ней расстоянии, что покажет тебя как человека внимательного и заинтересованного. В разговоре старайся не отводить глаза и смотреть прямо на собеседника, а не по сторонам, и тебе удастся добиться того, что она начнет думать о тебе как о человеке искреннем и правдивом. Когда начальница говорит, не лишним будет и подтверждающее ее слова легкое кивание головой, делай вид, что тебе очень интересно то, что она хочет рассказать. Перебивать, как бы тебе этого ни хотелось, не стоит, дай ей почувствовать себя боссом, поверь, за это она тебя в ближайшем будущем щедро отблагодарит. Сидя дома в спокойной обстановке, детально продумай ответы на ожидаемые вопросы, свое поведение в определенных обстоятельствах. Если это необходимо, репетируй перед зеркалом. Это обязательно поможет тебе обрести недостающую уверенность в своих силах. Твоя речь не должна быть очень примитивной (с точки зрения лингвистики), но и не старайся перенасытить ее сложными оборотами. Твои слова должны быть понятны, ибо если ты «перестараяешься», то шеф будет чувствовать себя неуютно в твоём обществе и, скорее всего, откажется от твоих услуг в пользу кого-нибудь попроще. Вольное значение имеют также жесты, которыми ты пользуешься при непосредственном общении с шефом, «с глаза на глаз», как говорится. Не старайся привлечь ее внимание, пользуясь слишком активной жестикуляцией, это вызовет удивление и, как следствие, недоверие. Конечно, это не повод сидеть в буквальном смысле слов «сложь руки», твои движения не должны иметь слишком большую амплитуду, говоря проще, не размахивай руками. А еще лучше, положи руки на стол так, чтобы она их видела (правда, для достижения наилучшего эффекта, они

должны быть ухоженными), при помощи этого незамысловатого трюка ты покажешь ей, что, во-первых, безоружен и ничего не скрываешь, а во-вторых, что «твой помыслы чисты». Вообще запомни как правило: босс-мужчина не очень-то будет интересоваться твоей чистоплотностью или аккуратностью, ты для него — потенциальный работник, и оценивать он будет тебя только с этих позиций. Женщина же зачастую не руководствуется логикой и наивно полагает, что с чистыми и ухоженными руками ходят только духовно «чистые» люди.

Босс — молодая женщина (приблизительно до сорока)

К сожалению, в наше непростое время молодые женщины редко занимают «руководящие посты», но тенденции последнего десятилетия располагают нас думать, что в ближайшее время ситуация кардинально изменится и мы обязательно должны быть готовы к этому. Опять же, как всегда, действовать нужно, учитывая ситуацию. Молодых женщин-боссов условно можно разделить на две категории: те, которые «доказывают всему миру», что они могут управлять фирмой не хуже (а может, даже и лучше) любого мужчины, и те, которые реально этим занимаются. Первые по складу своего ума — люди довольно властолюбивые и тщеславные, поэтому говорить с ними надо очень осторожно, чтобы ни в коем случае, случайно не «задеть». Перед тем как сказать что-либо, представь себя на месте этого человека, продумай, каков бы был твой ответ, будь ты на его месте, и только тогда, убедившись, что тебе ничего не «угрожает», произноси вслух. Другой же тип молодых женщин-боссов обычно очень легко «идет на контакт», поэтому в вашем общении не должно возникнуть никаких проблем. Единственный совет, который я могу дать — максимально возможная

естественность и открытость, несомненно, помогут тебе в достижении своих целей.

Босс — женщина старше сорока лет

Если твой работодатель — женщина такого возраста, то наиболее разумным шагом будет обратиться к ее материнскому инстинкту. Это намного проще, чем кажется, например, укажи ей не только на свои очевидные преимущества перед другими, такие как мастерство или опыт, но и сделай скрытый акцент на то, что ты «не стоишь на месте», находясь в процессе обучения, постоянно получаешь какие-то новые знания. Этим ты, во-первых подчеркнешь разницу в возрасте, а во-вторых, напомнишь ей об ее внуках-детях. Опять же «кольцо на пальце» сослужит тебе великолепную службу, женщины такого возраста, как правило, считают брак самой важной вещью в жизни человека, кроме того, они с пониманием отнесутся к твоему благородному стремлению «кормить семью». Однако эти женщины, хоть и довольно-таки простодушны в этом отношении, но радоваться раньше времени я все же не советую, потому что прежде чем принять тебя на «службу», они обязательно в деталях ознакомятся с твоими бумагами, а возможно, даже не поленятся обзвонить твоих бывших боссов и узнать, насколько трудолюбие характерно для тебя.

ИСПЫТАТЕЛЬНЫЙ СРОК: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Зачастую соискатели не очень хорошо осведомлены о юридических тонкостях предназначения, процедуры прохождения и результатов испытательного сро-

ка, поэтому я с удовольствием поделюсь с тобой сведениями об этом, пожалуй, наиболее неоднозначном этапе общей процедуры трудоустройства. Итак, что же тебя ожидает?

Что нужно знать об испытательном сроке

Итак, тебе удалось пережить собеседование. Пришлось, конечно, использовать кое-какие хитрости, но кто из нас без греха? Что дальше? Очень просто: девяносто процентов работодателей предлагают испытательный срок, мол, поработай, а там видно будет, возьмем мы тебя в штат или нет. Следующие страницы посвящены именно этому.

Согласно законодательству, испытание работника проводится для того, чтобы проверить, насколько он соответствует работе, ему поручаемой. Установление испытания — это право, а не обязанность работодателя, поэтому считается, что оно определяется обоюдным согласием сторон при заключении трудового договора. Хотя, справедливости ради, надо заметить, что «согласие» здесь все же понятие условное, поскольку если работник отказывается от испытания, трудовой договор не может считаться заключенным. Условие об испытании обязательно должно быть указано в приказе (распоряжении) о приеме на работу.

Во время прохождения испытания на тебя будет распространяться трудовое законодательство. Это означает, что, с одной стороны, тебе нужно выполнять все трудовые (должностные) обязанности, закрепленные за тобой в трудовом договоре и нормативными документами о труде, а с другой стороны — испытание не влечет за собой никаких ограничений твоих трудовых прав.

Согласно закону о труде работодатель не имеет права устанавливать испытательный срок для следующих категорий работников:

- лиц, не достигших 18 лет;
- молодых работников после окончания профессиональных учебных заведений;
- молодых специалистов после окончания высших учебных заведений;
- лиц, уволенных в запас с военной или альтернативной службы;
- инвалидов, направленных на работу в соответствии с рекомендацией медико-социальной экспертизы;
- при приеме на работу в другую местность, при переводе на другое предприятие;
- при приеме по конкурсу и в других случаях, предусмотренных законодательством.

Продолжительность испытательного срока

Испытательный срок всегда исчисляется в календарных днях и не может длиться дольше 3 месяцев, для представителей рабочих специальностей — более одного месяца, а некоторых случаях, предусмотренных законодательством, — более 6 месяцев. Если тебе назначат испытание продолжительностью в 6 месяцев, не забудь уточнить, согласовано ли это решение с представителями соответствующего комитета профсоюза.

Продление испытательного срока, согласно законодательству, возможно лишь в одном случае: если в период испытания тебя не было на работе по уважи-

тельными причинам (например, в связи с болезнью, подтвержденной медицинской справкой), длительность испытания продлевается на соответствующее количество дней. Во всех остальных случаях работодатель не имеет права продлевать испытательный срок, даже если ты не протестируешь против его продления.

Преждевременное прерывание испытательного срока по инициативе работника

Так уж получилось, что право проводить испытание принадлежит работодателю, работник же со своей стороны не имеет аналогичного права «испытать» работодателя или условия работы. Поэтому если ты захочешь уволиться до окончания испытательного срока, тебе предстоит делать это на общих основаниях по собственному желанию, предупредив работодателя за две недели. При наличии уважительных причин работодатель обязан уволить тебя в срок, о котором ты просишь. К таким причинам относятся:

- переезд на новое место жительства;
- перевод мужа или жены на работу в другую местность;
- поступление в высшее учебное заведение;
- невозможность проживания в данной местности, подтвержденная медицинской справкой;
- беременность;
- присмотр за ребенком до достижения четырнадцатилетнего возраста или за ребенком-инвалидом;
- присмотр за больным членом семьи в соответствии с медицинскими заключениями или за инвалидом I группы;
- выход на пенсию;
- прием на работу по конкурсу, и др.

Преждевременное прерывание испытательного срока по инициативе работодателя

Работодатель может уволить тебя по собственной инициативе в период испытания при наличии на то определенных оснований, например, за нарушение трудовой дисциплины; за прогул, в том числе отсутствие на работе больше трех часов в течение рабочего дня без уважительных причин.

Если в результате испытания будет установлено, что ты не соответствуешь работе, для выполнения которой тебя приняли, работодатель имеет право разорвать заключенный с тобой трудовой договор. Увольнение в связи с неудовлетворительными результатами прохождения испытательного срока по инициативе работодателя согласно закону производится по упрощенной схеме, т. е. порядок разрыва трудового договора по инициативе владельца предприятия или уполномоченного им органа в этом случае не применяется, согласие профкома не требуется.

В трудовую книжку будет внесена следующая запись: «уволен в связи с неудовлетворительным результатом испытания». Разрыв трудового договора в этом случае ты можешь оспорить в порядке, установленном для рассмотрения трудовых споров по вопросам увольнения.

Критерии оценки продуктивности работы

Скорее всего, у тебя возникнет вопрос: по каким критериям работодатель будет оценивать твое соответствие должности, на которую ты претендуешь? К сожалению, объективных критериев оценки нет, поэтому ориентироваться он будет на одном у него лишь

известные субъективные параметры. За рубежом широко распространена практика использования независимых организаций, осуществляющих оценку деловых качеств как претендентов на определенную должность, так и работников в процессе трудовой деятельности, — оценочных центров. Эти самостоятельные государственные организации, имеющие в штате высококвалифицированных специалистов (экономистов, финансистов, правоведов, психологов), проводят комплексную оценку специалистов. В литературе по подбору персонала часто приводятся данные, свидетельствующие о высокой эффективности подобной деятельности. Будем надеяться, что и у нас со временем сформируется подобная практика.

Тем же, кто будет проходить испытательный срок в ближайшее время, пока можно посоветовать следующее: в начале испытательного срока, а еще лучше до выхода на работу, попроси у непосредственного руководителя конкретное и четкое описание твоих служебных обязанностей и критериев оценки эффективности твоей работы. Перечень обязанностей не обязательно должен быть предоставлен тебе в письменном виде, ты можешь просто послушать руководителя или записать информацию с его слов. Имея под рукой подобную «подсказку», а также критерии оценки выполняемых работ, ты сможешь заглядывать в них и в случае необходимости корректировать собственную деятельность. Твои шансы на успех в таком случае значительно повысятся.

Зарплата во время испытательного срока

В строгом соответствии с законодательством, зарплата в период испытательного срока не должна отличаться от той, которую тебе будут выплачивать при зачислении на постоянную работу. Однако на практике эта норма соблюдается редко. И спорить с работода-

лем зачастую не имеет смысла. Специалисты по рекрутингу советуют не соглашаться на работу, если в период испытательного срока зарплата будет отличаться от основной более чем на 30 %, аргументируя это тем, что солидные компании не позволят себе опускать зарплату во время испытательного срока ниже этого уровня.

Если ты устраиваешься на работу на предприятие, не известное широкой общественности, может случиться так, что во время испытательного срока тебе вообще предложат поработать без зарплаты. Соглашаться на эти условия не стоит, иначе ты можешь оказаться жертвой нечестного отношения.

Хотя следует отметить, что все же существуют категории работников, которым есть смысл соглашаться на прохождение испытательного срока без оплаты труда. Специалисты по подбору персонала советуют соглашаться на неоплачиваемый испытательный срок таким категориям потенциальных работников:

- выпускникам средних школ, не имеющим специального образования и опыта работы. В данном случае испытательный срок — прекрасная возможность приобрести необходимые для работы навыки;
- выпускникам высших или средних специальных учебных заведений, имеющим хорошую подготовку, но не имеющим профессиональных навыков, соответствующих заявленной должности. Испытательный срок, таким образом, открывает возможности для практического совершенствования в профессиональном плане. И даже если в штат работник так и не будет принят, имея некоторый практический опыт, он впоследствии сможет заинтересовать других работодателей;
- соискателям, решившим поменять профессию или сферу деятельности. Во время испытательного срока можно не только получить опыт работы в новой сфере, но и наладить деловые связи и контакты в этой отрасли.

Если решишь согласиться с работодателем и поработать во время испытательного срока бесплатно, не забывай, что таким образом ты лишаешься на какое-то время средств к существованию. Конечно же, не стоит одалживать деньги в счет будущей зарплаты. Это слишком рискованно. В случае если ты собираешься менять род деятельности, лучше позаботиться о средствах заранее.

Результаты

К сожалению, в трудовом законодательстве не предусмотрена процедура окончания испытательного срока и факт установления его результатов, т. е. не предусмотрена обязанность работодателя сообщить тебе, удалось ли пройти тебе испытание или нет. Остается надеяться, что работодатель отнесется к тебе гуманно и по собственной инициативе сообщит о результатах. В противном случае знай, что если испытательный срок закончился, а ты продолжаешь работать, согласно законодательству, считается, что испытание пройдено. И твое дальнейшее увольнение возможно лишь на общих основаниях.

Глава 2. СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ



НЕМНОГО ТЕОРИИ

Сетевой маркетинг: проблемы и стереотипы

Словами «сетевой маркетинг» и «дистрибьютор» сейчас никого не удивишь. К сожалению, стараниями отдельно взятых любителей сиюминутной наживы, которых в народе называют простым словом «жулики». Они с блеском в глазах и с пеной у рта обещали золотые горы, чем и заслужили общую нелюбовь. И в то же время «многоуровневая система продаж» представляет собой популярную во всем мире концепцию торговли. Сетевую стратегию использовали (и используют по сей день) именитые и преуспевающие торговые марки. Это себя оправдывает: на Западе (с тем

уровнем конкуренции, который формируют многочисленные предприятия) значительно быстрее продается то, что предлагается и демонстрируется каждому покупателю индивидуально. Так в чем же причина такого «незападного» отношения к сетевому маркетингу в нашей стране?

Как закалялась сеть

Зачатки сетевого маркетинга возникли в середине XIX века в США. Небезызвестная фирма «Зингер» первой организовала дилерскую сеть для реализации товаров на дому у потребителя. Коммивояжеры (агенты сети) демонстрировали покупателям образцы товаров, и, собственно говоря, продавали их. Первая действующая модель компании, работающей по современным принципам сетевого маркетинга, была внедрена в начале тридцатых годов прошлого столетия американцем Карлом Ренборгом, химиком по образованию. В 1934 году Ренборг основал компанию California Vitamins Inc. (позднее — Nutrilite Products), занимающуюся производством биологически активных добавок. Система продаж по тем временам была довольно необычна: каждый новый покупатель становился одновременно и распространителем (дистрибьютором) продукции. Получая определенные проценты со своих продаж, дистрибьютор привлекал новых реализаторов, получая при этом некоторую долю и с продаж своих «подшефных».

Стимулируя таким образом разрастание сети своих дистрибьюторов, Nutrilite достигла довольно большого объема продаж. Но, как оказалось впоследствии, — это далеко не предел для компании, работающей по схеме сетевого маркетинга. В 1959 году двое дистрибьюторов уходят из Nutrilite и создают компанию AmWay, где практикуется новая, усовершенствованная система продаж. Дистрибьютор по-прежнему получает комиссионные со своих продаж и с продаж им лично привлеченных дистрибьюторов, но, кроме это-

го, он получает определенные проценты с продаж тех, кого приобщили привлеченные им дистрибьюторы, — и так далее, до бесконечности. Таким образом, самые успешные распространители могли «собирать по ягодке», стоя во главе десятков подобных «колен». Так появилась современная модель многоуровневого маркетинга (MLM, Multi Level Marketing). На сегодняшний день AmWay — самая масштабная MLM-компания в мире, занимающаяся продажей самых разных товаров — зубных щеток, пластмассовых ведер, автомобилей и тому подобных «атрибутов» современного быта.

Финансовые пирамиды

В середине семидесятых AmWay и другие MLM-компании подверглись незаслуженным гонениям со стороны Федеральной комиссии по торговле. Причиной тому стали участвовавшие финансовые аферы. Под видом MLM-компаний стали появляться и «исчезать» так называемые пирамиды — организации (в народе, «лохотроны»), занимающиеся нехитрым перераспределением денежных средств внутри себя, так сказать «снизу вверх». Распространители товаров сомнительного качества вербовали новых распространителей, которые для вступления в «братство» должны были сделать денежный взнос n -ного размера. Взнос этот тут же поднимался вверх по цепи, каждому звену доставалось копейка — таким образом создавался «эффект честного заработка». Когда «фундамент» пирамиды разрастался до определенных размеров — она «падала», и тысячи незадачливых распространителей, потерявших свои кровные, оставались в лучшем случае с несколькими экземплярами никому не нужных мыльниц, «говорящих» будильников или депозитных векселей. Недоверие к MLM росло не по дням и только в 1979 году AmWay, и другие сетевые компании были «реабилитированы» — MLM был признан законным видом маркетинга. Американцы и европейцы раз

и навсегда уяснили для себя различия между честными MLM-компаниями и компаниями-пирамидами. Что касается стран СНГ — то, к сожалению, некоторые слои нашего постсоветского общества по сей день подвержены различным (и в то же время — однообразным) «пирамидальным» махинациям.

На вкус и цвет

На сегодняшний день в нашей стране существует масса организаций, реализующих товары и услуги по принципам сетевой торговли. Со времен появления у нас сети всем известного «Гербалайфа» прошло уже больше десятка лет, но традиции и устои MLM не теряют своей популярности. Конечно, нет уже того ажиотажа среди желающих «что-нибудь» распространять и странной, почти сектантской одержимости уже распространяющих. Отошли на второй план ставшие малоэффективными методы «группового убеждения», которые применялись для формирования целых армий распространителей, идеализирующих чудодейственные пилюли, массажные щетки и прочую дребедень.

Сегодня люди идут в MLM, уже зная и даже умея многое из того, что должен знать и уметь дистрибьютор. Кроме того, в развитых и перспективных компаниях уделяется немало времени таким образовательным моментам, как обучение основам рекламы и школа нейролингвистического программирования НЛП. Научный подход к формированию знаний и навыков распространителей рассчитан на улучшение не столько количественных, сколько качественных характеристик сетевых систем. Чем следует руководствоваться потенциальному дистрибьютору при выборе MLM-компании? В первую очередь — видом товара и уровнем его качества. Это самое первое и самое главное правило — реализуемый товар должен представлять интерес и для распространителя, и для покупателя. Практика показывает: если дистрибьютор начинает заниматься «знакомым», интересным для

себя товаром, о котором в состоянии поведать все и всем, то объемы его продаж, минуя обыкновенный для начинающих «низкий старт», резко идут в гору.

Конечно, у твоего пытливого ума не может не вызвать подозрений организация, реализующая товар, не имеющий нормального спроса и сертификата качества. А если, плюс ко всему, дистрибьютору предлагают купить партию данного товара для предъявления покупателям в качестве образца, то вежливый отказ от сотрудничества с такой, явно «пирамидальной», компанией будет наилучшим решением. Любой первоначальный взнос, дающий право на вступление в организацию, как бы он ни назывался, какую бы форму ни приобретал — является основным признаком пирамиды, так что уясни одно очень простое правило: платить должны тебе, а не ты! Первый шаг на пути к успешному заработку в сети тобой уже сделан (покупка и чтение этой книги). В некоторых компаниях предусмотрительные директора предоставляют брошюры и тому подобную макулатуру для того, чтобы будущий работник мог ознакомиться со своим промыслом. Но обычно для успешной работы этого недостаточно. Все дело в том, что такие «бумажечки» бесполезны с практической точки зрения потому, что содержат в себе «тонны» теоретической информации, которая не так уж и важна, не говоря уже о том, что не интересна. «Задушевные» беседы и аутотренинги — это само собой, но этого не хватит для работы в условиях современного рынка. Так что книга, как та, что ты держишь сейчас в руках, является более предпочтительной альтернативой для того, чтобы быстрее понять суть того или иного способа заработать.

При выборе места работы важно помнить, что в старых, преуспевающих компаниях все «места под солнцем», как правило, заняты. Тебе придется много и упорно работать, чтобы добиться более или менее приличного статуса (и, конечно, заработка). Если же компания только начала свою деятельность, то нет никакой гарантии ее состоятельности и долговечности.

Большая часть сетей прекращает свою деятельность на первом году существования. Так что решай, что для тебя важнее, ищи «золотую середину».

Это надо знать

Большинство дистрибьюторов начинает с нуля. Речь идет даже не о зарботке (это само собой разумеется): единственная статья доходов начинающего дистрибьютора — круг друзей и знакомых, на которых можно «попрактиковаться» в мастерстве продаж и консультирования.

Что касается нехватки знаний и навыков — это скажется позднее, когда придется «выходить в люди» и тратить массу времени и сил на поиск клиентов. В последующей «обработке» каждого клиента в отдельности тебе будет недостаточно таких «профессиональных качеств», как настойчивая общительность и беспредельный энтузиазм. Прошли те времена, когда люди внимательно и до конца выслушивали эмоциональную болтовню «канадских» юношей и девушек, предлагающих «необходимых в хозяйстве» плюшевых обезьянок. Современный отечественный потребитель не нуждается в долгих и нудных увещеваниях — это вызывает у него раздражение и, как следствие, неприятие любых, даже самых выгодных предложений. Умение дистрибьютора создать простой, «чистый», нужный конкретному потребителю образ предлагаемого товара (так называемый «гештальт») не только ускорит процесс продажи, но и увеличит процент удачных сделок до максимума. Нынешнее серьезное, «взрослое» отношение клиента к распространителю (и к предмету распространения) диктует новые тенденции в MLM. Последовательность действий дистрибьютора остается классической: завладеть вниманием, вызвать интерес, сформировать желание и побудить к действиям (покупке, приобщению). Но что касается

методов и приемов, то они подверглись серьезным изменениям.

«Приходите, мы Вас научим!» — говорят представители современных MLM-компаний. И это действительно так: большинство крупных и перспективных MLM-организаций в состоянии обеспечить сотрудникам методичный процесс обучения и повышения квалификации. В самый короткий срок дистрибьютор постигает основы рекламного дела (сейлз-промоушн, гештальтпсихология), обучается наименее трудоемким и наиболее результативным приемам ведения как индивидуальных, так и групповых бесед-консультаций.

Особое место в воспитании нового поколения дистрибьюторов занимает школа нейролингвистического программирования (НЛП). Слово «нейролингвистика» означает влияние определенных словарных выражений на процессы работы головного мозга. Не стоит пугаться — речь идет о том, как при помощи определенного сочетания слов попасть «в десятку» ожиданий потребителя. Слова-стереотипы, слова-символы способны эмоционально окрасить любое обращение к любому индивидууму и «заставить» его стать покупателем, а впоследствии, возможно, — дистрибьютором данной продукции. Методы НЛП не включают в себя никаких «незаконных» и «неэтичных» приемов. Это не гипноз и не «зомбирование» — это наука убеждать.

Сначала

Сначала, как всегда, самое основное, без чего, «как ни крутись», все равно не обойдешься. «Основа основ» успешного сетевого маркетинга базируется на том, что препарат, который будешь продавать, должен быть проверен тобой на «собственной шкуре». Ибо, как ты можешь убедить кого-то приобрести то, о чем не имеешь никакого представления. На собственном (самом наглядном) примере ты в полной мере поймешь действие препарата, его противопоказания и побочные

действия, это даст тебе возможность продумать приемы и способы воздействия на потенциального покупателя. Однако не стоит, испробовав препарат на себе, сразу «бросаться» его выставлять на всеобщее обозрение, потренируйся, ведь лучшая импровизация — та, которая была заранее подготовлена. В качестве подопытных кроликов можешь использовать близких тебе людей или родственников, уверяю, они не обидятся. Таким образом, ты сразу увидишь силу убеждения и производимое тобой действие на окружающих, с той лишь разницей, что работая, ты не всегда будешь иметь возможность видеть своего «партнера». Если же результат тебя не порадовал, то попробуй понять, в чем твоя ошибка, что ты делаешь «не так». Помни, даже малейшей лжи быть не должно. Если ты, глядя человеку в глаза, не можешь убедить его потратить деньги на твой продукт, по телефону, например, ты не сможешь этого и подавно. Ведь если ему хотя бы на секунду твое предложение покажется недостойным внимания, он «отключится» от тебя и считай, что он «потерян». При этом он еще может «раструбить» всему честному народу, что за ерунду ему пытались навязать, и выставит тебя и фирму, в которой ты работаешь, в самом неприглядном свете. Поэтому подумай, в чем причина нежелания твоих знакомых покупать «столь ценный и уникальный» продукт. Может быть, дело в излишней скромности, а может быть, в излишнем «напоре». От этих проблем можно легко избавиться с помощью «волшебного» зеркала. Так я называю обычное зеркало, которое обычно есть в любой уважающей себя ванной комнате, его скрытая волшебность заключается в том, что оно «вмиг» показывает все недочеты, которые довольно-таки сложно увидеть как-то иначе. Простой пример, к тебе приходит человек, пусть даже и близкий, и начинает активно рассказывать о твоих недостатках. Нетрудно догадаться, что ты ему на это ответишь. Учти, что негативный эффект от слишком плохо подготовленной продажи значительно превосходит издержки, которые «уходят» на тренировки и репетиции.

В сетевом маркетинге, как и в любом другом виде человеческой деятельности, существуют некие «секреты», знание которых моментально «превращает» дилетанта в специалиста. Секрет первый: не пытайся продавать человеку какой-то конкретный продукт. «Продавай результат», который этот продукт производит на его организм (или на что он там у вас воздействует). Это обусловлено тем, что в большинстве случаев предлагают продавать малоизвестные «вещи», которые вдобавок ко всему, еще и не слишком эффективны. Так что рассказывать потенциальному клиенту следует о «чудодейственном» и революционно-новом в препарате, что уже почувствовали жители разных «развитых» стран и теперь имеет «фантастическую» возможность почувствовать он. Таким образом, мы постепенно подошли ко второму секрету: старайся, как можно больше ссылаться на различные авторитеты, если есть возможность, то лучше на реальные, но, если нет, то можно и придумать. Если тебе недоступно использование имен знаменитостей, то этими авторитетами могут служить обычные люди, например, представители какого-нибудь «привилегированного» класса общества или жители более благополучных государств. Третий секрет: знания — далеко не главное в сетевом маркетинге, тебе надо уметь успешно сочетать их со своими эмоциями, причем эмоции играют более важную роль. Это объясняется тем, что обычный человек не хочет (да и не может) понимать теорию, для него это не так уж и важно, потому что он не специалист. Ему гораздо интереснее, как преподносится информация. Хотя, конечно, определенный уровень знаний все же необходим. И последний секрет состоит в том, что тебе нельзя врать. То есть врать, конечно, можно, а иногда, прямо скажем, даже необходимо, но делать это надо настолько осторожно и «профессионально», чтобы клиент не на секунду не усомнился ни в одном твоём слове. Ибо если он поймет, что его «ду-

рят», он от тебя «ускользнет», и все, что ранее было сделано, неизбежно «вылетит в трубу».

Также важно то, что тебе просто необходимо перед тем, как начать вступление в непосредственный контакт с возможным клиентом, продумать, а удобное ли это для него время. И не стоит удивляться, если клиент говорит с тобой быстро и не уделяет тебе достаточного внимания, когда твой звонок застал его за пять минут до выхода из дома (или офиса) или в момент умственного (или физического) напряжения. Постарайся выбрать оптимальный, удобный для всех промежутков времени, и ты сразу увидишь результат. Также для того, чтобы разговор получился результативным тебе (неопытному новичку) скорее всего придется составить примерный план. Согласен, выглядит это смешно, но, поверь мне, абсолютно все «светлые умы» начинали именно с этого. Это объясняется тем, что первый раз звоня (или связываясь) по сети с совершенно незнакомым человеком, ты внезапно для себя и окружающих начинаешь «мандражировать», да так, что «всем чертям становится тошно».

ОСНОВЫ ОСНОВ

В каждой профессии существуют свои инструменты, однако важно другое: если они качественные, это очень сильно помогает в работе и повышает качество продукции. Имеются они и в сетевом маркетинге. Конечно, разница есть. В сетевом маркетинге инструмент — это ты сам (или сама), т. е. твоя собственная личность играет решающую роль. Если тебе уже приходилось заниматься этим бизнесом, то тебе, как никому другому, понятно, как это важно при продажах, при рекрутации, при любом другом общении. Покупают у одного человека и почему-то не покупают у другого. Продукция одна и та же, принципы построе-

ния организации одинаковые. «Неудачник!» — скажешь ты и отчасти будешь прав. Однако что его таким сделало — вот в чем вопрос. А сделало его таким наше общество. И если ты из числа таких, для успешного заработка нужно срочно менять свою натуру потому, что не сделав этого, ты ничего не добьешься и всю жизнь будешь на втором плане. В этом бизнесе сделан акцент на личность, а не на компанию и не на продукцию. Хотя все это, конечно же, имеет значение.

НАЧАЛО РАБОТЫ В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

Встречают по одежке

Начнем с внешности, с которой начинается оценка. Встречают-то по одежке. Об этом написаны горы литературы. Одежда обязательно должна соответствовать обстановке, аудитории и ситуации. Хорошо, если у тебя в наличии имеется несколько костюмов, но если он все-таки один, то должен быть «делового покроя», как говорят портные. Продвинутую молодежь вряд ли будет сильно раздражать твой консерватизм, а осторожное большинство никогда не простит тебе новомодных нарядов. Не забывай, что все они являются твоими потенциальными клиентами и партнерами.

Если говорить о цветах одежды, то у делового человека ей обычно присущи неяркие оттенки синего, коричневого, серого. Эти цвета универсальны для делового костюма. Допустимы черные тона, но проблема в том, что в некоторых ситуациях этот цвет восприни-

мается как траурный или чрезмерно официальный. Обувь — это очень важная часть гардероба, очень многие люди в первую очередь обращают внимание на обувь, а уж потом на все остальное. Обувь нужно подбирать очень аккуратно и со вкусом, но это опять не самое главное. Главное то, что обувь всегда должна быть идеально чистой! Не стоит недооценивать важность этого момента! Часто случается так, что обувь намного дороже и качественнее всего костюма. Существовало даже в народе такое расхожее выражение: одежда делает человека человеком, а обувь делает его господином!

Также помни и о том, что твой имидж формируется не только из одежды, обуви и ширины улыбки, но и из таких, казалось бы, мелочей, как деловой блокнот или тетрадь, дорогая ручка (лучше, если их, на всякий случай, будет несколько), солидный кейс или рабочий портфель. Думаю, что эти вещи обязательно должны быть не только качественными и красивыми, но и выгодно подчеркивающими твое тонкое чувство стиля. Ведь при первом контакте, это то, что твой собеседник оценивает пристальнее всего. Согласись, когда предлагаешь человеку новую жизнь, ее нужно «продемонстрировать», а чем ты можешь ее продемонстрировать, как не своими рассказами и внешним видом. Также может круто помочь значок, прикрепленный на видном месте твоего костюма: пусть люди видят, как ты гордишься компанией, в которой работаешь.

Улыбка. Доводилось ли тебе встречать людей с плохой улыбкой (злые профессора из американских мультиков, не в счет), думаю, что если и доводилось, то всего несколько раз в жизни. Улыбка — универсальный инструмент, который помогает нам наладить контакт с человеком, можно оставить о себе превосходное впечатление, не сказав ни слова. Улыбка — это своеобразное секретное оружие, которое действует даже в случае, когда собеседники не видят друг друга, например по телефону. Она способна в один момент изме-

нить наше настроение и самочувствие. Так почему же мы до сих пор не овладели ей в совершенстве? Чтобы заново научиться улыбаться и узнать, на что способно твое лицо (имею в виду мимику), нужно просто выбрать удобный момент, стать и покривляться перед зеркалом, а потом представить, как это выглядит со стороны, и от всей души улыбнуться. Уверю, ты найдешь очень много нового в своем лице. Все дело в том, что окружающие всегда видят человека не таким, каким он себя представляет, и узнать свое настоящее, а не «мнимое», лицо представляется довольно трудной задачей. «Я же смотрюсь в зеркало, — скажешь ты, — я знаю, как выгляжу». Весь юмор заключается как раз в том, что ты смотришь на свое отражение, заранее подготовившись и приняв выражение лица, которое, на твой взгляд, является наиболее подходящим. Этим можно объяснить и тот факт, что многие люди не могут смотреть видеозаписи со своим участием, а фотогеничными (и видео- тоже) называют людей, которые естественны и хорошо знают свое лицо. Постарайся улыбнуться себе радостно и красиво, поищи свою добрую улыбку. Тебе это кажется простой задачей, но на первых порах у тебя ничего получаться не будет. Вместо красивой улыбки у тебя будет кривая и жалкая, но с каждой тренировкой ситуация станет на глазах улучшаться. Так что ничего плохо не случилось, ни в коем случае не отчаивайся. Найди улыбку, которая будет нравиться тебе больше всего. Из зеркала на тебя должен смотреть уверенный в себе, доброжелательный человек. Когда найдешь такую улыбку, постарайся сохранить ее в течение нескольких минут, обрати внимание на то, как при этом изменятся она, твое настроение, состояние духа и даже твоя внешность в целом. Выходя из дома настраивай себя «на положительный лад», повесь большое зеркало напротив входной двери (если его у тебя еще нет) и каждый раз, выходя на улицу, улыбайся своему отражению. Все это обязательно поможет тебе чувствовать себя увереннее и, как следствие, стать богаче.

Как помочь компании и себе

Ты, наверное, думаешь, что это слишком сложно, да и бессмысленно (к чему эта самодеятельность), и еще, наверное то, что эти компании существуют не первый год и их знают уже все вдоль и поперек. И вот тут ты сильно ошибаешься. Как говорится: на Аллаха надейся, а верблюдов привязывай. И вообще, подумай о том, что твою инициативу, если она, конечно, будет успешной, обязательно заметит руководство и (это самое приятное) скорее всего, отметит материально. Так что смысл этим заниматься, безусловно, есть. Далее я приведу наиболее простые и доступные каждому способы.

Визитки. Их можно изготовить в домашних условиях, денег на это много не уйдет, а польза от них очень даже существенная, и, что важно в этом деле, почти сразу заметная. Можно сделать простые кусочки картона со своими координатами, но ведь это скучно, не так ли? Подойди к этому делу творчески. Даже что-нибудь банальное, например забавная картинка или какой-нибудь звучный слоганчик, уверяю тебя, эффективность визиток прямо на глазах вырастет до невероятных размеров. Помни, что оригинальность практически во всех случаях даст тебе преимущество перед конкурентами. В свое время, когда я занимался этим бизнесом, мне очень помогла вот такая фишка: в кармане у меня всегда имелось несколько видов визиток. Зачем мне это? Все просто: когда я видел потенциального клиента, я мысленно его оценивал, прикидывал, что он за человек. Например, для суровых, пунктуальных у меня были аккуратные визиточки строгого серого цвета, без картинок и прочего, для более молодых и жизнерадостных — яркие, с веселыми иллюстрациями (там были нарисованы такие смешные толстые дядьки с торчащими из карманов в разные стороны пачками денег и довольными лицами). Ты сможешь самостоятельно навыдумывать различные

темки, главное то, что ограничивает тебя только твоя фантазия, а она, как известно, безгранична. Можно, к примеру, сделать визитки с незаполненными графами, это позволит просить данные у собеседника, и он сам заполняет чистую карточку, чувствуя себя при этом очень важным.

Органайзер. Его приобретение поможет тебе более продуктивно работать. Таким образом, органайзером (или ежедневником, на худой конец) ты поможешь не только себе, но и компании, на которую ты трудишься. Лично я подобными вещами не пользуюсь, ибо обладаю хорошей памятью, но очень многим моим коллегам обойтись без него практически не представляется возможным. Когда я только начал заниматься бизнесом, я решил, что отлично проживу и без записей, но уже через несколько дней я понял, что работать все труднее и труднее, и тоже прикупил органайзер. Так что, если ты хочешь профессионально заниматься сетевым маркетингом, тебе просто необходимо обзавестись такой штукой.

Библиотека. По мере карьерного роста и развития у тебя будет скапливаться всевозможная литература, если приложить немного усилий, то можно организовать собственную библиотеку, сначала, конечно, она будет маленькой, но ты удивишься, как быстро она будет расти.

Картотека. Создать собственную картотеку — практически необходимо. Причем пока ты этого не сделаешь, всей важности момента ты не поймешь. В свою картотеку ты внесешь всех своих клиентов (или кого ты там собираешься внести) и, как говорится, «на каждого мусье у тебя досье». Позже, например, клиентов, которым понравился продукт «твоей» фирмы, можно превратить в своих коллег, посредством их рекрутации, при этом заманить на работу таких людей значительно проще, чем тех, кто слухом не слыхивал ни о тебе, ни о продукте, ни о фирме.

Фотоальбом. Собери фотографии с разных мероприятий, на которых тебе посчастливилось присутствовать (крупные семинары, презентации, знакомства с

известными лидерами). При общении с возможными клиентами можно его показывать как вещественное доказательство твоих слов. Уверяю тебя, люди прямо на глазах меняют свое негативное (или безразличное) отношение на самое что ни на есть благодушное. Можно часами человеку что-нибудь «втирать» и в итоге остаться ни с чем, но если ты покажешь фото, считай, что он уже почти твой клиент.

Тетрадь с результатами. После заключения выгодной сделки можно попросить клиента описать свои впечатления о продукте, результаты его использования. Если показать эту тетрадь человеку, который сомневается, стоит ли иметь ему с тобой дело, то эффект не заставит себя долго ждать.

Диктофон. Вещь весьма полезная и на сегодняшний момент совсем не дорогая. Он может помочь тебе передать стиль, ритмику, экспрессию речи. Записав на пленку выступление самого известного лидера своей компании, ты можешь многому научиться у него, например интонациям. А навыки ораторского мастерства, как тебе уже понятно, безусловно пригодятся. Так что учись у старших товарищей и постигай секреты их убедительных голосов.

Видеомагнитофон. Тоже вещь очень даже нужная, причем не только в быту, но и в работе. Можно проводить полноценные занятия, используя при этом только кассету с записью и удовлетворительно воспроизводящий видеомагнитофон.

Компьютер. Возможности использования компьютеров и Интернета в сетевом маркетинге очень широки: это и электронная почта, и факс, и возможность создания своей странички, и неограниченный доступ к информации, и возможность удобного набора и печати текстов.

Телефон. Нельзя недооценивать его роль, он заслуживает очень уважительного отношения. Причем главное даже не то, что без него невозможен выход в Интернет, а то, что многие сетевики проводят у телефона большую часть рабочего дня и утверждают, что «лучше друга не найти».

Теперь пришло время рассказать тебе, что должна предоставить тебе компания, на которую ты работаешь. Во-первых, это нечто, называемое стартовой литературой, т. е. книги и буклеты, непосредственно вводящие тебя в курс дела, те, которые должны обучить тебя основам. Как я писал раньше, обычно информация, которая в них содержится (история компании, портреты лидеров, область деятельности, чуть-чуть о зарплате и никаких практических советов, мол, тебе все станет понятно в процессе работы) обычному человеку не хватает. К ним еще прилагаются всевозможные каталоги, брошюры. Также обязательно должны быть представлены сертификаты продукции и сами образцы ее. Обрати внимание на то, что образцы предоставляются на халяву, т. е. платы за них никто ни с кого не взимает, ведь когда ты собираешься заниматься продажей этого продукта, ты еще не переносчик крупных сумм (ты же и работать поэтому устраиваешься, что денег у тебя нет), а попробовать продукт для успешной его продажи просто необходимо. Опять-таки образцы продукции обязательно должны быть на любой презентации, в индивидуальной беседе, «домашнем кружке», причем одна упаковка открытая, предназначена для демонстрации и пробы, а вторая — запечатанная, для продажи. В качестве инструмента (в хорошем смысле слова) старайся использовать спонсора, он может передать тебе громадный багаж знаний, накопленных за долгие годы работы. Еще можно использовать его авторитет, обаяние, профессионализм. Но запомни, спонсор работает с тем, кто работает. Он обязательно откликнется на твой энтузиазм и желание преуспеть, потому что от этого выигрывают все. Компания обычно помогает в организации всевозможных презентаций и школ, дней здоровья, где можно очень серьезно расширить сеть своих клиентов с помощью высококвалифицированных специалистов. Частенько компания проводит всякие юбилеи и крупные семинары, на ко-

торых есть отличный случай познакомиться с руководством и лидерами и получить от них информацию и энергетику.

Список знакомых

Далее, тебе абсолютно необходимо создать то, что в этом бизнесе называют «список знакомых». То есть работать-то тебе поначалу придется со знакомыми, и чтобы облегчить себе задачу, составь список. Для этого постарайся посмотреть на них с принципиально новой точки зрения, с точки зрения партнерства. Сначала тебе довольно трудно будет написать хотя бы сотню имен, но впоследствии, несмотря на твое искреннее удивление, твой список резко вырастет в несколько раз. Не веришь? Просто посчитай, сколько людей записаны в твоей записной книжке, кстати, это поможет тебе вспомнить тех, кто был незаслуженно забыт и может оказаться полезным в твоем новом бизнесе. После этого постарайся разбить всех людей на несколько категорий:

- негативно настроенные люди (не убирай их совсем из списка, просто «отложи» в сторону);
- позитивные люди, которые являются лидерами по натуре и обладают способностью эмоционального заражения;
- люди, с энтузиазмом принимающие новые идеи, всегда готовые к обучению чему-то новому;
- люди, уже добившиеся каких-то успехов, обычно они являются директорами или начальниками.

«Домашние кружки»

Для нашей страны «домашние кружки» — наиболее приемлемый вариант. Это объясняется тем, что ты приглашаешь людей к себе, и поэтому избегаешь арендной платы, очень быстро и легко создается эффект

командной работы и доверительная атмосфера, так необходимые в этом деле. Вся беседа проходит в мягкой и непринужденной форме, ты можешь ответить на каждый заданный тебе вопрос, рассказать свою собственную историю об употреблении препарата и его действии, дать его попробовать и при всем этом заключить несколько контрактов, и все такое. Проводить такие мероприятия лучшего всего в домашних условиях потому, что там наиболее непринужденная обстановка, она быстро расслабляет и настраивает потенциального клиента в твою пользу, опять же чай или кофе с какими-нибудь «плюшками» очень поможет (от спиртного скорее всего придется отказаться). Стоит ли говорить о том, что встречать гостей в домашней одежде и небранной квартире не стоит. Конечно, лучше приглашать ближе к вечеру, скажем часиков в шесть-семь и в количестве шести-десяти человек. «Домашних кружков» существует несколько типов, различаются они своими целями, один — для продажи, другой — для рекрутации. В первом случае беседу стоит строить как бы между прочим, за чаем, во втором же гости изначально приглашаются на серьезный разговор с серьезным человеком, своеобразным «лидером». Тренируйся делать промоушн, вещь очень полезная и в сетевом маркетинге очень важная. Если ты не опишешь своего лидера как человека, к которому просто невозможно не прийти на встречу, это придется делать ему самому (а время — деньги). Тебе необходимо позаботиться и о том, чтобы в компании твоих гостей не было отрицательно настроенных людей. Не стоит недооценивать важность этого момента, один такой человек может испортить тебе все. Избавиться от этих людей можно, банально задав им несколько вопросов: «Хотите ли вы изменить свою жизнь? Как вы собираетесь это сделать? Какого результата вы ждете?» и так далее. «Негативных» людей это удивит, но они незаметно и быстро исчезнут. Дело все в том, что эти вопросы являются тестовыми, они выявляют и «ликвидируют» таких людей. Любому более или менее опытному

сетевому известен тот факт, что используя метафоры, значительно проще объяснить основы, например, можно сравнить построение сети с выращиванием дерева. Помни, что давая цифры, ты заставляешь людей производить расчеты в уме, тем самым отвлекаться от основной информации. Когда же встреча окончена, продолжает работу тот, кто пригласил. Старайся избегать их межличностных контактов, пусть каждый пойдет домой сам или в твоём сопровождении (насколько это возможно). Это необходимо сделать для того, чтобы исключить обсуждение встречи, ибо, обсудив все, они могут принять необдуманное совместное решение. Что приведет к, условно выражаясь, твоим потерям.

Презентации

Само слово подразумевает очень многое, но в основном оно означает показ, подачу, знакомство. Презентация — это своеобразная витрина компании, по ней легко определить, что она из себя представляет. Наверное, самое главное — это правильно встретить приглашенного (а все сначала участвуют в презентациях как приглашенные). Просто подойди к нему, проведи на удобное место, познакомь с друзьями, если получится, то и с лидерами. Чтобы ввести человека в курс дела, постарайся ответить на его вопросы, прокомментируй происходящее. Презентации бывают нескольких типов: индивидуальные, встречи небольшими группами («домашние кружки»), большие или классические (двадцать пять — сорок человек), ралли (пятьдесят и более). Помни о том, что помещение может быть небольшим, но оно обязательно должно быть красивым, потому что это лицо компании. Обычно при нехватке посадочных мест стулья добавляются по мере надобности. Проводят презентации в вечернее время (около шести—семи часов, при средней продолжительности чуть более получаса). Для того чтобы создать

наиболее благоприятную, непринужденную обстановку можно включить негромкую, расслабляющую музыку. Главное не перестараться, ибо громкий звук активно препятствует общению (людям приходится перекрикивать музыку, чтобы быть услышанными). Подумай о том, чтобы все участники презентации были как можно лучше одеты, приветливость тоже не будет лишней, они должны быть открыты для контакта. Отличительная черта всех классических презентаций — это предоставление информации, а не беседа и не обсуждение. Если ты правильно организуешь такую презентацию, то в качестве результата очень быстро привлечешь новых людей и, возможно, расширишь сеть клиентов. В ходе этой встречи аудитория должна понять: надежна ли данная компания, насколько качественен товар или услуга, который она предлагает, удастся ли, сотрудничая с этой компанией, заработать приличную сумму денег? Твой успех на девяносто процентов зависит от того, как пришедшие люди ответят на эти вопросы. Чтобы не ломать голову над тем, какие темы затронуть во время презентации и в каком порядке, ты можешь воспользоваться уже готовыми классическими клише:

- Сначала, конечно, следует познакомить человека в целом с родом твоей деятельности, т. е. с индустрией MLM.
- Затем обязательно нужно подчеркнуть место данной компании в описанной индустрии, можно рассказать об отцах-основателях или о наиболее заметных лидерах, создавших всю команду.
- Далее нужно познакомить человека с продукцией, распространением которой и занимается фирма.
- После этого самым разумным решением будет рассказать об эффекте, производимом препаратом, показать результаты, которых удалось достичь.
- Немного позже ты расскажешь о маркетинг-плане.

- Затем — с чего в этом бизнесе все начинают, и как делаются первые шаги.
- И в конце рассказываешь о тех, кто эту презентацию проводил (конечно, гораздо лучше, если ее проводили несколько человек, но при необходимости можно одному, как говорится «на безрыбье...»)

На презентации обязательно должен присутствовать ведущий, обычно это самый опытный участник, в его обязанности входит начинать презентацию, соединять отдельные выступления в единое целое, подводить итоги. Отдельные выступления по продукту и маркетинг-плану могут проводить новички. В идеале на каждой презентации надо выводить на сцену не более одного нового человека. Всегда помни о том, что презентация должна быть простой и понятной и следи за тем, чтобы рассказы о результатах приема продукта не занимали половину свободного времени (их должно быть около четырех-пяти, и не больше). На презентации мы получаем основной блок информации и мотивации в исполнении лидеров и профессионалов. Приводя новичка на презентации, мы приобщаем его к системе. Вся работа молодого консультанта заключается только в том, чтобы подготовить новичка к презентации, провести некую предварительную беседу и промоушн. Если же контракт с новичком заключить не удалось, консультант продолжает его «обрабатывать» и после презентации.

Старайся всегда садиться как можно ближе к сцене, вместе со своими гостями. Приходи пораньше, это очень окупается. Встречаясь с коллегами, старайся обмениваться информацией и эмоциями, знакомься с лидерами, пытайся понять, почему они ими стали. Самое главное — не бойся показаться смешным, единственный глупый вопрос — это тот, который не был задан. Не забывай о том, что чем больше ты приведешь людей на презентацию, тем больше у тебя будет денег в кармане.

Наверное, не стоит объяснять что индивидуальная презентация сильно отличается от классической. И каждый раз, садясь перед человеком и предлагая ему

свой продукт, ты как бы предлагаешь ему некий подарок. Первое, что необходимо сделать, чтобы добиться успеха в индивидуальной презентации, это завоевать сначала внимание, а потом доверие своего собеседника. Для этого ты можешь использовать кучу всяких средств, таких как комплимент (только очень искренний или осторожный). Это позволит вести более свободную и искреннюю беседу, при этом в классической презентации этого делать не стоит потому, что большое количество народа будет очень мешать. В общем, пока ты не дашь человеку понять, что он не безразличен, ему совершенно безразлично, как много ты знаешь. Как только ты создашь атмосферу доверия, все станет значительно проще. И далее тебе нужно выявить «истинные потребности» твоего слушателя, т.е. что ему на самом деле надо. Для этого старайся «беседовать» вопросами и внимательно слушать ответы. Если же твой собеседник не идет на контакт, тебе просто необходимо понять, что его так напрягает и, следовательно, мешает вашей плодотворной работе. Это сделать легче, чем кажется, спроси, например: «А как действительно обстоят ваши дела?» Все дело в том, что человек, который рассказывает подробно о другой (если не главной) причине, невольно раскрывает основную. Он будет благодарен тебе только за то, что ты его с интересом слушаешь. Как только ты начнешь понимать, что больше всего интересуется твоего собеседника, можно начинать непосредственно презентацию. Для этого надо обязательно объявить о своих намерениях: расскажи человеку, что в ближайшее время ты будешь ему предлагать. Поверь, это очень поможет ему тебя понять. Старайся определить для себя временные рамки, в течение которых ты будешь вести с ним беседу (лучше, если разговор будет длиться не более сорока минут, потому что психологи утверждают: человек утомится, если будет слушать дольше). Но все равно самое главное – простота. Это объясняется тем, что слушатель должен мысленно ответить себе на два вопроса: «Нравится ли мне это? Смогу ли я сделать так же?».

Если ответ утвердительный, то и результат от беседы будет положительный. Не забывай также и о том, что человеку нельзя сразу давать дополнительное чтение, он должен «созреть». Но если момент выбран удачно, это очень поможет тебе потому, что многие люди лучше воспринимают глазами, чем ушами, а кое-кто воспринимает, только находясь наедине с собой. Далее, опять-таки очень важный момент: не дави на своего собеседника, не жди от него моментального согласия, дай ему время все обдумать. Спрашивай по ходу разговора: «Вам это интересно?». И тебе удастся постепенно втянуть в разговор собеседника. Главная твоя задача — получить согласие на дальнейшее сотрудничество, посещение домашних кружков, классических презентаций, возможно, на вторую личную встречу. Умей воспринимать отказ не как окончательный ответ, а как возможность, сохранив хорошие отношения, в будущем совершить повторную попытку привлечь его в свой бизнес.

Книга презентаций

Как я уже говорил, в ходе работы нужно запастись всякими фотографиями, документами, статьями из любых источников, которые подтверждают или иллюстрируют твои слова, все это в дальнейшем может оказать неоценимую помощь. Такими «наборами» обладают все, кто называет себя профессиональным сетевиком. Книга презентаций представляет собой набор документов, статей из профессиональных изданий и периодической прессы, фотографии и все, что ты сочтешь нужным для своей работы. Книга презентаций полезна тем, что наглядно демонстрирует твои достижения и достижения твоей компании «не на словах, а на деле». Обычно все документы делят на две категории: те, которые помогают продавать и те, которые помогают при рекрутации. За основу возьми то, что предлагает спонсор, но не ограничивайся этим,

твой полигон экспериментов границ не имеет. Например, когда ты пытаешься «вербовать» кого-то, тебе просто необходимо показать ему маркетинг-план в схемах и графиках, сертификат продукции, фотоальбом с результатами, рекомендации предыдущих клиентов, данные из газет и журналов, подтверждающие твои слова. Создание такой «Книги презентаций» — дело постепенное и тщательное. Но это многократно увеличивает эффективность вашей презентации. Создавай ее самостоятельно, со спонсором или на тренингах, с использованием «мозгового штурма».

Схемы «рекрутских наборов»

Умножение количества рекрутированных членов вашей компании играет важную роль еще и потому, что от этого напрямую зависит приумножение вашего собственного капитала.

Дорис Вуд предлагает следующую схему:

Первый месяц — два человека.

Второй месяц — четыре человека.

Третий месяц — восемь человек.

Четвертый месяц — шестнадцать человек.

Пятый месяц — тридцать два человека.

Шестой месяц — шестьдесят четыре человека.

Схема Сержа Веларди:

Первый день — проводится презентация (около полутора часов), на которой дается только информация, без обсуждения.

Второй день — вот теперь информацию можно обсуждать, ответы на вопросы (понятное дело, приходят не все, но если кто-то все же пришел с вопросами, значит, он практически готов заключить контракт).

Третий день — презентация для всех новых приглашенных.

Четвертый день — опять ответы на вопросы (около полутора часов).

Пятый день — презентация, на которую приглашаются люди всех поколений.

Шестой день — ответы на вопросы, заключение контрактов.

Последнюю схему можно как бы усилить, если во второй день не только отвечать на вопросы тех, кто был в первый, но и пригласить новую группу людей на первичную презентацию в этот же день. А на третий день, соответственно, подписывать контракты с теми, кто пришел в первый, и отвечать на вопросы тех, кто пришел во второй. И далее в том же духе. Твои трудозатраты, конечно, увеличатся, но и цель (заветная куча денег) будет достигнута значительно быстрее. В итоге за неделю ты подпишешь от 20 до 50 контрактов, пусть большинство из них окажутся липовыми, но 5–6 будут крепкими, это тоже очень здорово. Это обеспечивает бурный старт.

Схема Суровых

Первая беседа — полностью проводится спонсором, все остальные в разговоре не участвуют, слушают и записывают.

Вторая беседа — основа вновь закладывается спонсором, дистрибьютор может осветить маркетинг-план или продукцию, или любую тему по договоренности.

Третья беседа — спонсор в разговоре не участвует, полностью проводится дистрибьютором, спонсор может вступить, если дистрибьютор нуждается в помощи.

Далее перерыв на полчаса — обсуждение ошибок и удач.

И так далее, схема повторяется. Эта схема наилучшим образом подходит для тех спонсоров, которые живут в другом городе и имеют возможность приехать только на один-два дня. На один день приглашаются девять человек, беседы проводятся в индивидуальном порядке приблизительно по полчаса.

Набирать новых людей можно и используя «домашние кружки». Для этого необходимо сообщить спонсору назначенный заранее день, чтобы он внес его в свой

график. На первых встречах делайте акцент на продажах и расширении сети клиентов. Как гласит статистика, абсолютное большинство партнеров в прошлом — удовлетворенные результатом покупки клиенты, так что начинать надо с продаж. Не забывай и о том, что классическая презентация — великолепная возможность познакомить новых людей с компанией, в которой ты трудишься, а заодно и с новейшей великолепной, уникальной, фантастической возможностью заработать кучу денег и начать новую жизнь. Еще она обеспечивает некое знакомство с системой, с командой. Основную информацию новичкам обычно дает старший лидер, но не забывай, что прийти на презентацию человек должен подготовленным, т. е. святая обязанность дистрибьютора, который его пригласил, провести с ним небольшую предварительную беседу. Если на презентации каким-то непонятным образом появляется случайно зашедший человек, то дело плохо: он ничего не понимает, от этого злится и стремится сорвать презентацию. Так что заботиться о том, чтобы приглашенные имели какую-то предварительную информацию и оказаться с ними рядом, просто необходимо. Как правило, после презентации подписываются контракты, что и является твоей конечной целью, если же этого не происходит, то дистрибьютор должен доводить дело до логического конца. Если ты сомневаешься в своих силах, предлагаю тебе обратиться за помощью к спонсору, но не думай, что он проведет с тобой повторную индивидуальную презентацию, скорее всего, он выложит все свои консультации минут за пятнадцать.

Как задействовать незнакомых людей

В специализированной литературе такой способ расширения списка знакомых обычно называют «холодные контакты». Отличительная черта этого спосо-

ба заключается в том, что он абсолютно неисчерпаем, т. е. теоретически он, конечно, ограничивается населением земного шара, но я думаю, на такие высоты ты и не рассчитываешь. Марк Померанц по этому поводу сказал: «Делим все человечество на две большие категории: знакомые и незнакомые. Со знакомыми работаем по списку, с незнакомыми — сначала превращаем их в знакомых и вносим в список, а потом работаем по списку». Каждый день ты встречаешь массу незнакомого люда, если только ты не живешь на Крайнем Севере, думаю, тебе не стоит объяснять, где это происходит. Так вот, как из этих «безмолвных рабов жизни» сделать своих активных коллег и клиентов? Как узнать, к кому стоит подходить, а к кому лучше не надо? Мой метод прост (надеюсь, как все гениальное), тебе нужно проверять всех до одного! То есть много ли ты знаешь людей, которые не хотели бы быстро (и, что немаловажно, легально) заработать денег или купить отличный продукт за не столь уж и высокую цену. Подходи к любому человеку, буквально находящемуся от тебя на расстоянии вытянутой руки (иначе, он тебя просто не услышит или не увидит), никакая стеснительность в этом случае просто недопустима. Однако существуют некоторые правила безопасности, например, не стоит хватать человека под локоть, скорее всего, он подумает, что ты из милиции, и не суй ему листовку на ходу, не пытайся закабалить случайного собеседника прямо на улице, «не отходя от кассы». Этого не стоит делать хотя бы потому, что просто ничего не получится. Учись уважать себя и то дело, которым занимаешься. Основная цель «холодных контактов» — вызвать интерес, заинтриговать, обменяться координатами, чтобы пригласить на продолжение беседы. Если кто-то из встреченных тобой людей добровольно (или под пытками) дал свой телефонный номер, то звонить следует в первые несколько дней, потому что по истечении этого времени у человека угасает интерес, появляются всякие проблемы, и о тебе он просто забудет. Далее, если тебе удалось все сделать

вовремя, пригласи нового знакомого на «домашний кружок» или презентацию (хочешь, на классическую, хочешь на индивидуальную, короче, на какую хочешь), можно устроить и персональную встречу со спонсором. Беседа может проводиться старшим лидером, тобой или кем-то еще, но главное, чтобы беседа проводилась в свободной обстановке, без спешки. После окончания беседы обычно предлагают литературу, видео или брошюры, изучение всего этого после грамотно проведенной подготовки может оказаться очень полезным. Например, Олег Панков, человек прозванный королем холодных контактов, предлагает иметь в запасе множество начальных фраз для плодотворного старта разговора. Он считает, что выбирая потенциального клиента, нужно положиться на интуицию, а уж она-то в этой ситуации, точно не подведет. «Если долго думать, фраза вообще не родится. Надо просто идти навстречу и улыбаться. В последний момент спасет инстинкт самосохранения» — его любимые слова. Спорить не буду, чтобы подойти к незнакомому человеку нужна определенная смелость, именно по этой причине я бы не рекомендовал тебе этот способ как основополагающий и первостепенный. Если ты собираешься стать успешным сетевиком с пухлым бумажником и золотым символом доллара на шее, тебе придется научиться бороться со своими чувствами и в совершенстве овладеть и этим методом. Боязнь выглядеть смешным является, должно быть, самой распространенной на планете, а бояться тут абсолютно нечего. И чем скорее ты это поймешь, тем лучше для твоей карьеры, подумай, что важнее для тебя: не быть смешным или быть сказочно богатым. В конце концов, прикинь: в этом нет ничего страшного, не убьют же тебя. В любом случае, если постараться, то все обязательно получится, а если хотя бы один раз получилось, значит, это можно еще неоднократно повторить. Короче, если спросить любого сетевого, пользуется ли он «холодными контактами», он на сто процентов ответит, что да, и очень широко.

Начнем с того, что вопросы, коварные они или нет, не должны тебя пугать, радуйся тому, что тебя спрашивают. Ибо нет ничего хуже в сетевом маркетинге, чем безразличие. Человек спрашивает, значит, интересуется, значит, может стать твоим новым партнером или покупателем. Видный деятель этого бизнеса, Джон Каленч по этому поводу говорит: «Для нового консультанта возражение может быть ловушкой, опытному профессионалу они дают шанс». Когда человек задает вопросы, он как бы закамуфлированно дает понять, что ему эта тема интересна и он хочет узнать о ней больше, чем ты ему говоришь. Такое часто случается, когда человек мысленно уже принял решение, но ждет подтверждения правильности его от тебя. Подумай, если человек настроен на отказ, станет ли он задавать тебе еще какие-то вопросы. Конечно, нет. Он захочет как можно быстрее скрыться из поля твоего зрения, а не выслушивать, что ты ему ответишь. Это случается потому, что приняв решение люди обычно абсолютно уверены в его стопроцентной правильности и переубедить их в этом — задача крайне сложная. Конечно, бывает и такая ситуация, когда человек, не собираясь ничего у тебя покупать, «грузит» тебя идиотскими вопросами и глумится над твоими ответами, но таких людей надо уметь распознавать и «смаывать удочки», не прогибаясь перед ними.

Ладно, с коварными вопросами мы, я надеюсь, разобрались. «А что делать, если человек отвечает отказом?» — скорее всего, спросишь ты. А ничего особенного, продолжать его «окучивать»! Да и вообще, как свидетельствует статистика, а с ней, как известно, не поспоришь, более половины людей отвечают отказом на твое предложение только из-за того, что не понимают, о чем ты говоришь. Так что помни, нельзя воспринимать «нет» как конец вашей беседы, постарайся выявить причину. Существует такой тип людей, которые согласятся с тобой только для того, чтобы их оставили в покое. Обычно они сначала отказывают, но их силы

воли не хватает на то, чтобы оборвать тебя и уйти с поля боя и, прислушавшись к твоим речам, они постепенно (неожиданно для себя) признают твою правоту. Не бойся отказов, относись к ним как к некоему атрибуту своей деятельности. Помни простую истину: неудачи закаляют характер! Около девяноста процентов начинающих дистрибьюторов уходят из этого бизнеса только потому, что не могут больше терпеть этого прословутого «нет». А ведь в этом нет ничего страшного. Не отказывайся от своей мечты, пробивай себе путь, докажи всем (и себе, в частности), что ты можешь жить хорошо, и ты заживешь. Главное, чем тебе надо овладеть, — это уверенностью в своих силах, без нее ты не добьешься ничего. Кто поверит тебе, если ты не веришь себе? Кто купит продукт, если ты не веришь в то, что его купят? Кто вступит в компанию, если даже ты не веришь, что кто-нибудь в нее вступит? Правильно — никто! Вспомни знаменитостей, величайших художников, гениальных артистов, всем им приходилось раз за разом отрабатывать технику, даже если у них что-то не получалось, они все равно не давали страху поражения охватить себя, они с верой в свои силы вновь «вступали в бой». Это и отличает победителя, у которого все просто отлично, от неудачника, который только тем и занимается, что сидит ноет и жалеет себя. «Я пробовал, но у меня ничего не получилось, наверное, я не подхожу для этого дела» — вот ответ классического лузера. Если не получилось, значит, плохо пробовал, настойчивее надо пробовать. Конечно, некоторые в нашем мире более талантливы и удачливы, чем другие, но ведь талант без трудолюбия зачахнет, так что если природа не дала тебе каких-то сверхъестественных возможностей, то это еще не повод опускать руки. Как в той пословице: если гора не идет к Магомеду, то Магомед идет к горе. И помни, знаменитый драматург Бернард Шоу однажды сказал: «Люди во всех своих бедах всегда винят обстоятельства. Я не верю в обстоятельства. В этом мире преуспевает только тот, кто ищет обстоятельства, которые ему необходимы. А если не находит, то сам их создает».

БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

Биологически активные добавки (сокращенно, БАДы) и всевозможные лекарственные препараты пользуются наибольшей популярностью в сфере сетевого маркетинга. Именно поэтому и описаны они будут наиболее подробно. Повышенное внимание к ним объясняется неутолимым желанием человека оздоровить и очистить от шлаков свой родной, любимый организм. Некоторые из них широко известны, такие как «Гербалайф», некоторые только «набирают обороты», но то, что это золотая жила, не сомневается уже, наверно, никто. БАДы на самом деле являются довольно-таки полезным для человека продуктом, они помогают избавиться от побочных явлений некоторых лекарств, подготовиться к операции, усилить действие каких-то препаратов, служат для профилактики некоторых заболеваний и еще много для чего.

Препарат «Цыгапан»

В качестве первого примера, возьмем препарат, который называется «Цыгапан». Как утверждает реклама, он является биологически активной добавкой из окостенелых рогов северного оленя, в которой содержится уникальный состав биологических и химических компонентов, необходимых организму человека: широкий спектр аминокислот (20), пептиды, липиды, углеводы, жирные кислоты, фосфоорганические соединения, витамины (12), а также большое число микро- и макроэлементов (63), оптимально сбалансированных самой природой. Первым делом, приступая к продаже, обрати внимание на то, что «Цыгапан» зарегистрирован как натуральная биологически активная добавка (регистрационное удостоверение МЗ РФ №003263.Р.643.09.2001) и рекомендуется в качестве

общеукрепляющего средства, природного комплекса обладающего иммуномодулирующим, адаптогенным и антиоксидантным действием. Также утверждается, что несмотря на малые дозы компонентов целебное свойство весьма ощутимо, поскольку его составляющие являются носителями биологически активных природных веществ, осуществляющих многообразное воздействие на организм человека. В последнее время препарат выбился в лидеры благодаря активной рекламе по телевидению и в Интернете. Недовольные если и были, то об этом по крайней мере так никто и не узнал. Поначалу товар в аптеках не продавался, и люди, занявшиеся его распространением, заработали неплохие деньги.

Другая часто встречающаяся биологически активная добавка называется «Тяньши».

ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ С «ТЯНЬШИ»

Корпорация утверждает, что, находясь и действуя на российском рынке, она руководствуется также и международными нормами. С любым гражданином РФ, достигшим совершеннолетия, независимо от возраста, пола, образования, социального положения и места проживания (включая и страны СНГ) заключается контракт на участие в программе «Тяньши». Лицо, заключившее контракт, получает право осуществлять свободную трудовую деятельность в рамках программы, «Тяньши» согласно корпоративным нормам и правилам. Все, что достигнуто и наработано (степени и денежные суммы) дистрибьютором по контракту (а также и сам контракт), является собственностью дистрибьютора, а значит, наследуется, передается или дарится (даже если участие в программе не является основной трудовой деятельностью данного лица). Итак, в рамках программы «Тяньши» ты можешь заниматься независимой трудовой деятельностью. Чтобы за-

ключить контракт, тебе нужно заплатить десяток долларов (это объясняется тем, что ни одно дело не откроется без вложений труда и финансов). После чего ты гарантированно получаешь рабочую документацию, идентификационный номер и право бесплатного посещения школ, семинаров, лекций, а также получаешь удостоверение — пропуск во все офисы и помещения «TIANSHI GROUP» не только на территории России, но и во всех странах присутствия «Тяньши». Далее тебе нужно продать товара на сотню «зелени» и только после этого ты начинаешь получать обещанные ежемесячные дивиденды. Таким образом тебе как бы намекают, что, может быть, ты приобретешь биологически активную добавку в собственное пользование и тем самым обеспечишь себе старость не только здоровую, но и безбедную. Доход дистрибьюторы получают из пяти источников: прибыль от всех розничных продаж продукции, прямое и сетевое вознаграждение от объемов товарооборота продукции, которое обеспечивает твоя дистрибьюторская сеть, и вознаграждение за руководство. Почетная премия, которая составляет фиксированный процент от мирового товарооборота корпорации на все количество соакционеров компания «Тяньши» выделяет 5% (месячный товарооборот составляет 4 млрд долларов в месяц). После присвоения тебе определенного ранга ты получаешь возможность получить в подарок от компании автомобиль элитной марки и отправиться в турне. В корпорации существуют следующие должности:

- дистрибьютор 1-й звезды получает доход около 10–60 у.е. и имеет 25%-ную скидку розничной прибыли;

- дистрибьютор 2-й звезды (доход такой же) — к 25%-ной скидке добавляется 5% прямого вознаграждения;

- дистрибьютор 3-й звезды (доход 60–240 у.е.) — это бизнес-инспектор по кадрам (менеджер), три вида источника дохода: 25%-ная скидка розничной прибыли плюс 20% прямого вознаграждения плюс 15% сетевого вознаграждения;

- дистрибьютор 4-й звезды (доход 150–250 у.е.) — помощник руководителя коммерческой структуры, у которого не менее 4–6 человек в личной структуре, 25%-ая скидка розничной прибыли плюс 24% прямого вознаграждения плюс 4–19% сетевого вознаграждения;

- дистрибьютор 5-й звезды (доход 250–300 у.е. + 60–80 у.е.) — руководитель коммерческой организации, в структуре 20–25 человек, 25%-ная скидка розничной прибыли плюс 28% прямого вознаграждения плюс 4–23% сетевого вознаграждения плюс 1% за руководство;

- дистрибьютор 6-й звезды (доход 760–800 у.е. + 170–230 у.е.) — региональный представитель, в организации 90–100 человек, 25%-ная скидка розничной прибыли плюс 32% прямого вознаграждения + 4–27% сетевого вознаграждения плюс 1% за руководство с первого поколения плюс 0,5% за руководство со второго поколения;

- дистрибьютор 7-й звезды (доходы 3000–3300 у.е. + 700–800 у.е.) — региональный лидер по организации управления бизнесом, 5–6 городов, не менее 450–600 человек работает в структуре, 25%-ная скидка розничной прибыли плюс 37% прямого вознаграждения плюс 5–32% сетевого вознаграждения плюс 1% за руководство с первого поколения плюс 0,5% за руководство со второго поколения плюс 0,5% за руководство с третьего поколения;

- дистрибьютор 8-й звезды (доходы 18000 у.е. + 3500–4000 у.е.) — международный бизнес, 2–3 страны, до 3000 человек в структуре, 25%-ная скидка розничной прибыли плюс 43% прямого вознаграждения плюс 6–38% сетевого вознаграждения плюс 1% за руководство с первого поколения плюс 0,5% за руководство со второго поколения плюс 0,5% за руководство с третьего поколения плюс 0,5% за руководство с четвертого поколения.

Сетевая индустрия сегодня очень сильно развита, но это не мешает ее дальнейшему бурному и энергичному прогрессу. Надеюсь, прочитав этот раздел, тебе стало понятно, что из себя представляет сетевой маркетинг, и, собственно говоря, с чем его едят. Если тебе все же не ясно, зачем все это было мной написано, то советую перечитать раздел. Уверяю, что так можно заработать много денег. Сейчас сетевая индустрия разрабатывает законодательную базу и систему социальной защиты сетевика, предлагает систему обучения и информации. Сегодня хорошо налажен выпуск всевозможных периодических изданий, таких как профессионально направленный журнал «MLM – перспектива» и масса газет на эту тему. Это говорит о том, что в обществе существует интерес к данному бизнесу. И, как говорят экономисты, «спрос рождает предложение». Так что, я считаю, раз появились на нашей территории первые периодические издания, значит, этот бизнес развился достаточно сильно. Если тебе что-то, связанное с MLM, все же не понятно, то советую почитать вышеупомянутый журнал, ибо авторы его статей являются видными профессионалами, мастерами этого дела, именно поэтому их рекомендации универсальны, вне зависимости от принадлежности к разным сетевым компаниям. Создан также обучающий видео-университет «Как начать свой бизнес», он представляет собой набор учебных аудио- и видеокассет (как проводить презентацию, чаепитие и тому подобные мероприятия). Этот университет содержит в себе информацию о том, как расти и развиваться поэтапно, как создать прочную клиентуру, команду успеха, и еще массу полезных вещей. Сегодня проходят съезды сетевиков международного уровня. Семинары проводятся лидерами крупнейших сетевых компаний, обучение доступно дистрибьюторам из любой компании. В последнее время появился продукт, обучающий сетевому маркетингу, построенному по принципам MLM, т. е. продуктом, который продают, является сама информация о том, как продавать!

ГЛАВА 3.

КАК ЗАРАБОТАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ



Рунет (так называют русский Интернет) просто кишит страничками на тему заработка в Сети, призывающими тебя делать, как они, и зарабатывать по 500\$ в месяц. Это напоминает газету «Биржа труда», пестрящую объявлениями типа: «Работа для молодых и энергичных 5000\$ в месяц». Первый (и самый разумный) вопрос, приходящий в голову человеку после того, как он услышал словосочетание «Зарботок в Интернете» — что это такое? Если совсем просто, то Интернет — это всемирная сеть компьютеров, соединенных между собой телефонной сетью. Вообще на данный момент «компы» довольно активно втянулись в нашу жизнь и самые прогрессивные в этом отношении представители Гомо сапиенс уже научились зарабатывать с их помощью деньги. Причем деньги немалые! Сразу отмечаю хакерский заработок, который хотя и являет собой способ обеспечения себе безбедной старости в течение сорока минут, но опасность попасть в «места не столь отдаленные» очень велика. Ситуация

сложилась таким образом, что человек, попав в Интернет начинает думать, что ему все можно и он самый умный, забывая о том, что поимкой таких преступников занимаются такие же хакеры, как и он сам. Поэтому хулиганить и бесчинствовать настоятельно не рекомендую. Среди обилия порнографии, «революционных» фотографий и «самых свежих» анекдотов, подобно Джеймсу Бонду, помни о своей священной миссии (быстро, безболезненно и легально заработать кучу денег). Людям, которые впервые погружаются в глубины рунета, дам один простой совет: в Сети ничего не покупать, потому что все «эксклюзивные» товары, приобретенные по смехотворно низкой цене, впоследствии буду продаваться на всех рынках города, причем втрое дешевле. А даже если и не так, то, в конце концов, зачем покупать «кота в мешке», по фотографии или описанию продукта довольно-таки сложно определить его качество и долговечность. Если же речь идет о каких-то новых программах, которые улучшат в «сто раз» скорость твоего компьютера и избавят тебя от всех надоедливых «багов и вирусов», то покупка становится еще глупей, потому что если где-то программа выставлена на продажу, значит, где-то ее можно «скачать» и бесплатно. «Warez», как говорится, еще никто не отменял. Так что не отвлекайся на расставленные кем-то другим коварные «ловушки» и помни, ты находишься в сети для того, чтобы продавать, а не покупать. Старайся концентрироваться на этой мысли, она обязательно поможет.

Первое о чем тебе, дорогой друг, надо «покумекать» — это кому ты собираешься «задвигать» имеющиеся в наличии невероятно полезные «вещички». Помни, от этого на девяносто процентов зависит успех предприятия в целом, и твой в частности. Подумай сам, чтобы у тебя покупали, необходимо рассказывать о своем товаре людям. «Реклама — двигатель торговли». Теперь представь, что ты «продвигаешь» новые пищевые добавки на сайтах с бесплатной молодежной музыкой. Единственным результатом твоих

непомерных усилий будут насмешки или неприкрытые издевательства. Так что, перед тем как размещать информацию, подумай, кому это надо, и кто этим может заинтересоваться. Чтобы всем стали понятны (уверяю, примитивно простые) принципы заработка в Сети, необходимо сделать небольшое отступление. А тебя наверняка возникает вопрос, кто же эти щедродядьки, готовые платить деньги первому встречному и почему это они будут платить деньги именно тебе? Отвечаю.

- *Во-первых*, деньги, которые крутятся в Сети, поступают от спонсоров (в контексте данной темы не меценатов, а фирм, готовых тратить рекламные бюджеты на своих потенциальных клиентов).

- *Во-вторых*, спонсоры в последнее время крайне заинтересованы и готовы платить реальные деньги людям, проявляющим интерес к их продукции или услугам.

- *И, в-третьих*, спонсорам интересно платить деньги конечному потребителю, т. е. тебе, мой милый друг, по достаточно простой и меркантильной причине. Дело в том, что, приступая к заработку в Сети и регистрируясь у тех или иных спонсоров, ты обычно указываешь свои предпочтения (об этом просят всех). Скажем, если тебя в этом мире интересуют музыка и кино, то предлагать рекламу оборудования по производству, скажем, кирпичей, тебе, понятное дело, не будут. А предложат, естественно, рекламу музыкальных новинок и анонсы свежих фильмов.

Таким образом, фирмы, торгующие видео- и аудио продукцией с величайшей радостью предложат рекламу тебе — человеку в высшей степени заинтересованному и даже простимулируют в виде денежного вознаграждения. Поверь, общая сумма всех этих (весьма условных в материальном отношении) «стимулирований» будет в любом случае значительно меньше широкомасштабной многомиллионной рекламной кампании, скажем, по телевидению или в прессе. То есть, отдавая немного, взамен они получают твое ценное внимание и хорошее к себе отношение.

ЧИСЛО ПРОФЕССИЙ В СЕТИ РЕЗКО ВОЗРОСЛО

Всего лишь за несколько прошедших лет произошло значительное увеличение числа профессий, связанных с работой в Интернете. Недавно ААЭ — Американская ассоциация электроники (крупнейшее объединение в сфере технологии) провела исследование уровня заработной платы, которое показало, что перечень профессий, связанных с работой в Интернете, значительно расширился и что это расширение является ответом на резкий рост спроса на специалистов подобного плана. Еще несколько лет назад Интернет как место приложения сил практически не существовал, а сейчас работа в Сети становится важным фактором экономики.

«Многие компании, принимавшие участие в опросе, уже имели опыт работы в Интернете и заявили о своем намерении и далее расширять свою работу в Сети, но даже их представители были весьма удивлены тем, что в Сети работает такое количество специалистов разных профессий», — отметила вице-президент ААЭ Пола Сильва. Сильва ожидает дальнейшего увеличения числа профессий, связанных с работой в Сети, что, по ее мнению, вполне естественно. Зарплаты специалистов, работающих в Сети, часто превышают зарплаты в реальном секторе экономики. Сейчас многие компании заняты планами подготовки расширения объема своих операций в Сети.

И в самом деле, еще каких-то лет пять назад таких должностей, как менеджер по электронной торговле, специалист по стратегическому планированию операций в Интернете и директор по разработке стратегии работы в Интернете, просто не существовало. В настоящее время они занимают ведущее место в списке наиболее высокооплачиваемых специалистов, который был составлен по результатам исследования, подготовленного ААЭ.

Должность web-мастера уходит в небытие

Исследование показало, что Сеть продолжает здравствовать, но ей больше не нужны web-мастера. Это было общее название всех тех, кто выполнял работу, так или иначе связанную с Сетью — системное администрирование, стратегическое планирование и все такое, web-мастера уступили свое место в Сети целому отряду узких специалистов. Для наглядности приведу следующий пример: в 1996 году средняя зарплата в сфере электронных технологий составляла порядка 49 500 долларов, в то время как в целом по стране средняя зарплата в частном секторе не превышала 28 500 долларов.

Результаты исследования позволяют разделить Интернет-профессии на пять категорий: разработка, маркетинг и продажи, администрирование, инфотехника и информация (содержание). Наиболее высокооплачиваемыми категориями в Сети являются специалисты в области маркетинга и продаж, за ними идут специалисты в области инфотехники и администраторы. Замыкают список разработчики и специалисты по информации (содержанию). Что касается администрирования, то инициаторы опроса сумели получить данные только о двух профессиях в рамках этой категории: сетевой администратор и форум-менеджер, или иначе инспектор чат-сайта.

Исследование выявило еще одну интересную закономерность: многие профессии, которые раньше практически не требовали умения работать в Сети (или эти требования были крайне ограниченными), теперь начинают все более активно использовать возможности и преимущества Сети. П. Сильва считает, что в будущем специалисты-маркетологи будут просто обязаны пользоваться Интернетом. Другими словами, инфотехники теряют монополию на использование Интернет-технологий. И это замечательно!

Кто же занимается электронной торговлей?

Не надо быть семи пядей во лбу, чтобы понять перспективность электронной торговли. «Кто же занимается электронной торговлей?» — спросишь ты. Отвечу.

«Большинство из тех, кто сегодня занимается электронной торговлей, имеет опыт работы в сфере маркетинга, хотя среди специалистов в области электронной торговли есть и инфотехники, и те, кто занимался информационным обслуживанием», — говорит старший вице-президент и генеральный менеджер отдела прикладных программ корпорации «Нетскейп Коммьюникейшнз» Стив Савиньяно. Руководимый им отдел занимается разработкой систем электронной торговли.

Савиньяно считает, что менеджер по электронной торговле может добиться успеха, если он владеет техническими знаниями, но гораздо важнее «развивать в себе понимание того, как работает бизнес в целом и за счет чего развиваются компании». Менеджеры по электронной торговле должны прекрасно разбираться в особенностях развития бизнеса, знать его, если хотите, «болевые точки», уметь создавать новые рынки и работать на них. Несмотря на то, что Савиньяно имеет ученую степень в области искусственного интеллекта, он отмечает, что залогом его успешной работы является полученное им образование по программе подготовки магистра делового администрирования (MBA).

С ним полностью согласна Элизабет Коллет, менеджер по связи в режиме «он-лайн» (так в Yahoo называют менеджеров по электронной торговле). Она говорит, что менеджер по электронной торговле может и не иметь технической или инженерной подготовки, но он должен представлять себе, как развивается бизнес, как работать с розницей, как продвигать определенную марку товара, и знать психологию потребителя.

Если ты имеешь техническое образование, ты можешь получить необходимые знания в области бизнеса непосредственно во время работы. Тебе нужно проявлять инициативу и стремиться реализовать свои мечты в работе на занимаемой должности. В этом отношении показателен пример Сисси Чераззи, занимающей должность менеджера по электронной торговле в компании Autodesk Inc. Она руководит работой сайта <http://www.autodesk.com>. Сисси имеет два университетских диплома: один — по вычислительной технике, другой — по французской литературе. После окончания учебы в университете она получила должность системного администратора. Это была первая ступенька ее карьеры.

Спустя некоторое время она была назначена на должность менеджера по технологии, а затем стала активно работать над реализацией проекта электронной торговли.

«Мне повезло: во-первых, мое предложение отвечало духу времени и, во-вторых, в моем распоряжении было достаточно информации, чтобы убедить руководство компании в том, что это весьма перспективное начинание. Мое предложение было одобрено руководством, и так как инициатива в этом вопросе целиком принадлежала мне, то меня и назначили куратором данного проекта», — говорит Сисси Чераззи.

Как распределяются обязанности и деньги

Если тебе интересно, что же целыми днями делают люди, занимающие наиболее высокооплачиваемые должности в мире информационной индустрии, то предлагаю твоему вниманию описание их функциональных обязанностей, взятое мной из отчета, подготовленного ААЭ по материалам исследования.

1. Менеджер по электронной торговле

Разрабатывает, проводит, выполняет и руководит электронной торговлей в Сети компании или информационного канала. Принимает решения по ключевым вопросам, связанным с программированием и информационным обеспечением, а также с кросс-программированием с другими каналами. Определяет модель бизнеса для ее распространения по всему миру в режиме «он-лайн» при помощи электронных средств доставки. Руководит маркетингом и продажами. Осуществляет набор в группу развития бизнеса. Зарплата около двухсот долларов.

Требования:

- ученая степень бакалавра в области вычислительной техники, бизнеса или смежных отраслях;
- предварительный опыт работы в области разработки бизнес-систем;
- понимание технологии предоставления бизнес-услуг в режиме «он-лайн», возможностей Интернета, стратегии отношений клиент-поставщик;
- навыки руководства и реализации проектов.

2. Специалист по стратегическому планированию операций в Интернете

Разрабатывает, руководит и проводит в жизнь стратегию применения появляющихся Интернет-технологий в интересах обеспечения проектов подразделения или компании в целом. Руководит работой компании или подразделения по установлению связи с потребителями, обеспечению сделок, отвечает за программное обеспечение/информационное наполнение и их доставку при помощи услуг Интернета. Зарплата обычно около трехсот долларов

Требования:

- ученая степень бакалавра в области вычислительной техники, бизнеса, маркетинга или смежных областях;
- трех-пятилетний опыт работы в области разработки и реализации информационных систем, при

этом не менее трех лет в качестве руководителя проекта;

- навыки и опыт работы в качестве руководителя проекта.

3. Директор по разработке стратегии работы в Интернете

Разрабатывает и воплощает в жизнь широкий диапазон стратегических действий в Интернете для решения как краткосрочных, так и стратегических задач, стоящих перед подразделением компании или компанией в целом. Подготавливает бизнес-планы для оптимального использования сотрудников и технологических процессов для достижения целей, поставленных перед подразделением или компанией в целом; образует рабочие группы, способные достичь необходимых результатов; работает со стратегическими партнерами и продавцами, не имеющими отношения к компании; реализует стратегию как внутри, так и вне компании. Зарплата около тысячи баксов.

Требования:

- ученая степень магистра в области вычислительной техники или смежных областях;
- пяти-семилетний опыт работы в качестве менеджера в технической сфере;
- обширные знания и навыки работы во многих областях, особенно в том, что касается Интернет-технологий и технологий связи в режиме «он-лайн»;
- способность мыслить глобально и экстраполировать текущие тенденции для прогнозирования будущих.

4. Креативный директор

Руководит творческим процессом и обеспечивает необходимое качество разрабатываемых продуктов. Устанавливает и контролирует графическую индивидуальность сайта. Разрабатывает и создает/руководит дизайном, графикой, анимацией, аудио- и видеоряда-

ми сайта, включая информацию о продукте, новости и тематические статьи, а также специальные проекты. Руководит процессом профессионального становления дизайнеров компании, привлекает к работе дизайнеров, не являющихся сотрудниками компании; дает указания по стилю оформления и устанавливает стандарты видеοформата. Зарплата около пятисот баксов.

Требования:

- ученая степень бакалавра в области графического искусства, мультимедиа или в смежных областях;
- четырех-семилетний опыт работы по специальности;
- знание смежных Интернет- и мультимедийных технологий.

5. Дизайн-менеджер

Руководит работой групп разработчиков и создателей сайта по подготовке и размещению в Интернете страниц в режиме «он-лайн» с высококачественной графикой и интерактивным видеорядом. Работает над предоставлением клиентам услуг на высоком уровне. Руководит разработкой имиджа проекта в целом. Зарплата около полутора тысяч баксов.

Требования:

- ученая степень бакалавра или магистра искусств, шести-восемилетний опыт работы в данной области;
- знание смежных Интернет- и мультимедийных технологий.

По-моему, очень даже неплохие деньги платят. Представь, сколько тебе пришлось бы работать, чтобы поработать столько каким-нибудь другим способом. Правда, расслабляться не стоит, ибо требовать с тебя работу будут соответствующим образом. Опять же конкуренция очень велика, только представь, сколько народу тоже хочет получать такие деньжищи! Так что работать придется усердно, но я считаю, что лучше хорошо поработать и хорошо за это получить. В общем, выбор все же делать тебе, я лишь советую.

МОИ СОВЕТЫ ТЕМ, КТО ТОЛЬКО НАЧИНАЕТ СВОЙ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ

Что делать с самого начала

Прежде чем приступить к процессу активного «зарабатывания», необходимо обзавестись новым почтовым ящиком. Ты скажешь (гордо подняв при этом голову), что у тебя уже есть свой e-mail и новый тебе не нужен. Дело в том, что я предлагаю тебе получить почтовый ящик, который в отличие от старого обладает широким рядом преимуществ. Самое главное, что новый почтовый ящик будет «голубой крови», т. е. оканчиваться на «com.» или на «org.» какой-нибудь. Не отворачивайся от книги с презрительной гримасой, это очень важный момент, а поскольку многие интернетчики недооценивают его важности, ты автоматически приобретаешь преимущество перед ними. Вся фишка в том, что потенциальный работодатель, прекрасно зная (зачастую по себе) «честную» русскую душу, пожелает скорее иметь дело с американцем или, на худой конец, с европейцем. Так как личного, «не сетевого» контакта у тебя с ним, вероятно, не будет, можешь спокойно врать, что ты родом из престижного района Майами, а русский язык выучил еще в школе исключительно потому, что на нем «разговаривал Ленин». Чаще всего получение такого e-mail стоит не большого количества денежных единиц. Но, как я уже говорил, помни: ты в Сети для того, чтобы зарабатывать, а не тратить. В общем-то имеет смысл «порыскать» по сети в поисках бесплатного почтового ящика, потому что плата взимается регулярно. Если совсем ничего не нашлось, можешь воспользоваться www.langoo.com, вдобавок к тому, что он не платный, он еще и поддерживает русский язык. Представь, как

удивятся твои друзья, когда получают письмо с американского ящика на родном «тургеневском» языке. Одним словом, работает, проверено.

Программы, которые помогают заработать

Итак, почтовый ящик у нас уже есть, теперь еще немного времени потратим на подготовку. Прежде всего, работая в Инете (так его тоже иногда называют), тебе время от времени придется «скачивать» те или иные программы, т. е. копировать их на свой жесткий диск. И как бывает обидно, когда происходит разрыв соединения, а до конца скачивания оставалось всего-то 5%. Бывало? Наверняка! Итак, чтобы подобного не происходило, настоятельно рекомендую воспользоваться программным продуктом, одним из лучших на сегодняшний день — Go!Zilla. Эта программа, размером всего 1.7 Mb, может начинать загрузку автоматически прямо из окна браузера, так же автоматически она сама найдет и проверит все доступные зеркальные серверы и выберет наилучший с точки зрения скорости. Плюс одновременно ты можешь скачивать несколько файлов. В случае обрыва связи Go!Zilla начинает загрузку с того места, где было прервано соединение, и не нужно будет заново перекачивать 17 Mb, если до конца оставалось всего 5 Kb, что позволит сохранить не только нервы, но и дорогостоящее время. Кроме того, тебе совершенно необходима программка, которая бы запоминала все твои ID и пароли. Во-первых, она опять-таки сэкономит твое время. Во-вторых, тебе не придется регистрироваться у всех спонсоров под одним именем и с одним паролем (это связано с тем, что ряд спонсоров, например Net-4-Biz, самостоятельно присваивает код доступа, причем он может оказаться числовым). Короче, чтобы не держать в голове ID-коды и пароли каждого спонсора и не рыться в записях, воспользуемся уже готовым решением — программным

продуктом v-GO Universal Password. Существует и более известный программный продукт GATOR, который занимается тем же. В принципе, человечество дошло до определенного (весьма явного) прогресса в этой области и проблем с подбором программ возникнуть не должно, тем более тебе доступен Интернет, который прямо-таки «кишит» подобным софтом. Еще можешь найти и скачать себе какой-нибудь из так называемых «ускорителей», вещь, в общем-то, полезная, помогает значительно экономить время. Их опять-таки великое множество, почти все качаются бесплатно, так что дерзай. Единственный нюанс: внимательно посмотри, чтобы нигде не было написано гадких (и почти матерных) приставок типа «демо» или «бета»-версия (это значит, что программка поработает отведенный ей срок, заслужит твое расположение и потребует оплаты или регистрации, тоже платной). Хотя и это в общем-то не проблема, если на сайте присутствует файл с громким названием «crack» или «medicine».

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ СПОСОБЫ ПОДНЯТИЯ ДЕНЕГ

Интернет-Бизнес, или «Магазин магазинов»

Набредя на страничку с таким предложением, я поначалу напрягся, что-то уж больно все гладко, и слишком все как-то просто. Но думаю, попробовать надо, мало ли что, вдруг я ошибаюсь. Потом вспомнил, что почти все реально выгодные предложения вызывали у меня такую реакцию и окончательно решил по-

пробовать. «Предложение для тех, кто хочет иметь собственный перспективный бизнес, с минимальными инвестициями и неограниченными доходами» — гласил заголовок. Ну что ж, звучит неплохо. Далее было написано про то, что даже поверхностный анализ тенденций сегодняшнего рынка показывает, что наиболее бурно развивающимися направлениями торговли являются маркетинг прямого распространения и электронная коммерция. А один умный дяденька придумал объединение этих двух мощнейших тенденций, что, собственно говоря, и привело к появлению совершенно нового вида бизнеса — индивидуальной электронной коммерции, или интересетового бизнеса (второе название). Как утверждалось далее, реального долговременного бизнеса, который доступен каждому и позволяет каждому добиться успеха.

Я считаю, что уникальный Интернет-Проект, когда зарабатывать много денег не значит, что это нужно делать трудно и долго! Кто не согласен? Приглашаю убедиться в этом на примере такого проекта:

- Простая регистрация в программе, с приобретением продукта (однократно!), без последующей квалификации — без подтверждения ранговых, групповых и иных объемов! То есть покупаешь любой продукт только один раз.
- Легко доступный план выплат 2х2 (Binary).
- Мгновенное автоматическое воспроизведение твоей личной страницы в Интернете.
- Все процессы оплаты непосредственно через e-gold-банк (самая прогрессивная и удобная на сегодняшний день система выплат).
- Получение комиссионных по дебетовой кредитной карте в любом банкомате земного шара.
- Возможности приобретения неограниченного количества мест, привлечения неограниченного количества новых партнеров и, следовательно, безграничного заработка.
- Еженедельные выплаты.

- Собственный полнофункциональный электронный магазин, с постоянно расширяющимся ассортиментом товаров и услуг. Естественно, что в своем е-магазине ты можешь приобретать себе продукты со скидкой.
- Собственный виртуальный электронный офис, с помощью которого сможете полностью контролировать свой бизнес из любой точки земного шара.
- Бесплатное обучение и поддержка профессионалов интерсетевого бизнеса высочайшего класса.
- Возможность выставлять свой продукт. В наше время очень много интересных продуктов не может найти выход на потребительский рынок из-за непомерно высоких затрат на их раскрутку и рекламу. Многие открывают личные Интернет-магазины, но..., как правило, их рентабельность оставляет желать много лучшего! И это при ежемесячных затратах на его содержание и функционирование (от пятисот баксов и выше).

Предлагаю другой выход: данный проект — это постоянно растущая, «размножающаяся» в геометрической прогрессии на всех просторах СНГ и дальнего зарубежья огромная торговая площадка, где за минимальные деньги производитель или собственник некоего продукта может представить в ассортименте этого проекта свой товар. А это означает, что твое предложение увидят тысячи и тысячи потенциальных покупателей ежедневно, без малейших усилий с твоей стороны. Тебе остается только ждать заказов. И каждый раз, приобретая себе какой-либо продукт в собственном е-магазине, ты автоматически открываешь себе еще один е-магазин, которому можешь присвоить имя в интернете. Каждая покупка в твоём е-магазине — это не только новый клиент, не только твои комиссионные, но и новый самостоятельный е-магазин в твоей сети магазинов в интернете. Таким образом создается твоя международная сеть е-магазинов. Для полного контроля за коммерческой деятельностью

этих е-магазинов предусмотрен личный виртуальный офис, в котором ты всегда можешь видеть свою дистрибьюторское дерево (генеалогию), чеки и прочие нужные документы.

Проплатив пятьдесят евро, ты приобретаешь собственный «Магазин магазинов» в Интернете с уже функционирующей инфраструктурой и ассортиментом товаров, регулярно обновляемым и пополняемым не только тобой, но и другими участниками проекта, по согласованию с администрацией корпорации. А участников у этого проекта становится с каждым днем все больше и больше.

Тебе не потребуется:

- больших инвестиций;
- специального образования и опыта работы в бизнесе;
- работать полный рабочий день. Ты решаешь, сколько тебе нужно работать (от семи до десяти часов в неделю для начала достаточно);
- увольняться с той работы, которая есть в данный момент.

В общем, если ты хочешь, то можешь добиться финансовой независимости не за долгие годы, а за три-четыре месяца, если мечтаешь о собственном деле, а не о работе на «чужого дядю», при этом не хочешь делиться со всякими партнерами и решать вопросы бухгалтерии, то дерзай. Конечно, не стоит особенно расслабляться, свои нюансы присутствуют, как и в любом другом прибыльном бизнесе. Например, мой магазин неоднократно подвергался хакерским атакам, вследствие чего я терял деньги, товары, а потом и сам магазин. Но, уверяю тебя, такое происходит довольно-таки редко, да и расстраиваться я особенно не стал, ибо и денег я все же заработал прилично, и при желании минут через десять уже мог открыть новый магазин и продолжить зарабатывать. Так что, на мой взгляд, заработать на этом деле, особенно не парясь, можно. Единственное, что огорчает, это то, что я не

могу предоставить тебе реальную ссылку на сайт, где все это нашёл (его почему-то на время закрыли), но в любом поисковике, думаю, ты найдёшь кучу информации. На всякий случай, вот тот сайт: www.magazin_magazinov.ru

Продажа цифрового продукта

В этом высокодоходном и высокотехнологичном проекте люди зарабатывают деньги, причем деньги немалые и в очень короткие сроки, поэтому организаторы проекта сразу оговорили, что не несут налогового бремени за своих участников. Каждый участник обязан самостоятельно включать полученные доходы в налоговую декларацию в соответствии с действующим законодательством. Они утверждали, что цель проекта не только набить собственные карманы, но и дать возможность заработать людям со средним достатком или сделать их богатыми людьми. А богатых (по российским меркам) сделать сказочно богатыми! Суть проекта – распространение составных частей архива некоего нового уникального продукта.

«Что же находится в этом призрачном архиве?» — спросишь ты. А я тебе отвечу, что содержимое архива — модифицированный Интернет-браузер, что-то вроде твоего Microsoft Internet Explorer (которым ты, наверное, пользуешься для погружений в Сеть), только вместо привычных плоских www-страничек, он в реальном времени загружает огромные трехмерные города. Виртуальный мир, со своими улицами, домами, барами и ресторанами. Он напоминает огромный визуальный чат, где все посетители, независимо от их пола, возраста или географического местонахождения, получают возможность в реальном времени, с high color графикой, встречаться друг с другом, общаться, прогуливаться по улицам, знакомиться с прохожими и все такое, в общем, действовать, как одушевленный, полностью трехмерный, правдоподобный жи-

вой человек, в живом городе, с живыми людьми. Программа успешно протестирована на Rambler.ru: antivirus.rambler.ru/db/. Если ты не хочешь заниматься бизнесом, а архив тебя заинтриговал, то можешь просто, без участия в проекте, купить его у продавцов из основной таблицы. Все продаваемые части представляют собой самораспаковывающийся архив с информацией в виде электронного файла, созданного реальным автором, с которым достигнуто соглашение на его реализацию подобным способом. Правда, обычно клиентами этого бизнеса становятся не столько те, кого интересует этот архив, сколько те, кого интересует сам проект, несущий в себе уникальную возможность зарабатывать тысячи долларов ежемесячно при затратах, не превышающих и \$1.95. NATLA — активный проект, каждый день организаторами проекта делается все, чтобы оправдать оказанное доверие. Став действующим участником проекта, ты сможешь убедиться в этом лично. В проекте нет регистрации как таковой, покупка первой части архива и есть своеобразная регистрация.

Суть проекта проста. Когда пойдешь на почту платить за телефон, захвати с собой семьдесят рублей и вложи их в дело. В свое дело! Речь идет о принципиально новом виде бизнеса, который логичен и прост настолько, что независимо от твоего собственного опыта, пола или возраста первую существенную прибыль ты сможешь начать получать уже завтра утром. Перспектива потрясает — сумасшедшие деньги (обещают десять тысяч долларов каждый месяц). И вот как организаторами объясняется столь громадная прибыль.

Вся работа строится на реализации в рамках данного проекта цифрового архива, а точнее, трех его частей. Покупателей система будет находить для тебя сама по уже четко отлаженной за более чем 2 года успешной работы схеме (см. ниже). А тебе или твоему работнику необходимо, получив от покупателя деньги, выслать ему по электронной почте ссылку на желаемую часть. Выполнили заказ — получили деньги. Никакой массовой рассылки писем и агитаций, только

бизнес. Ставшему участником проекта на e-mail высылается официальная ссылка на первую часть и изготавливается персональная страничка. Именно с этой странички тебе автоматически начнут поступать заказы на первую часть, так как именно эту страничку проект автоматически начинает рекламировать на главной своей странице, причем до тех пор, пока не привлечет для тебя трех покупателей на первую часть. Получив посредством главной страницы три заказа на первую часть, ты не только окупаешь вложения, но и зарабатываешь на вторую часть. Приобретая уже на заработанные средства вторую часть архива, ты как бы переходишь на второй уровень, на котором твоя прибыль начинает нарастать как снежный ком. Те три покупателя, которые приобретали у тебя первые части, автоматически становятся участниками проекта и для каждого из них будет изготовлено по персональной страничке. Именно с этих трех страничек тебе автоматически начнут поступать заказы на вторую часть архива, так как теперь именно эти странички проект автоматически начинает рекламировать на главной своей странице, причем до тех пор, пока не привлечет на каждую еще по три покупателя. Эти девять человек будут заказывать у тебя вторую часть. Получив девять заказов на вторую часть архива, глупо экономить на третьей части. И тогда ты, приобретая уже на заработанные средства третью часть архива, как бы переходишь на третий, заключительный уровень и по аналогичной схеме получаешь двадцать семь заказов на третью часть. На этом уровне твой бизнес вступает в заключительную стадию в плане формирования сети покупателей и в начальную стадию в плане бизнеса.

Когда ты пройдешь эти три уровня, у тебя будет сформирована уникальная сеть из тридцати девяти покупателей. Причем к этому времени у каждого из этих покупателей, так же как и у тебя, на руках будет как минимум по \$716.85 и именно в этот момент тебе будет предложено приобрести другой, новый цифровой архив, NATLA-2, а точнее, очередные три его части. Это предложение поступит от продавца из первой

строчки «основной таблицы». Когда ты станешь обладателем первой части нового архива, твою страничку обновят и ты будешь продавцом нового архива, распространяемого со скоростью мысли по уже сформированной сети из тридцати девяти материально обеспеченных покупателей, которые с нетерпением будут ждать твоего предложения, так как приобрета у тебя первую часть нового архива, они смогут ежедневно удваивать и утраивать свой капитал. То есть ты просто направишь свое предложение о покупке первой части нового архива своим трем покупателям, которые покупали у тебя раньше части старого архива, а они в свою очередь, купив у тебя первую часть нового, направят аналогичное предложение своим трем и так далее. Это уменьшит время распространения частей до нескольких дней, а объем прибыли останется на уровне \$10 200.00.

Итого:

NATLA-1:

1-й УРОВЕНЬ (Часть 1) —

3 ваших новых покупателя по \$1.95 —
\$5.85

2-й УРОВЕНЬ (Часть 2) —

по 3 заказа с изготовленных им страниц —
\$26.55

3-й УРОВЕНЬ (Часть 3) —

это уже 27 заказов —
\$716.85

Итого: \$749.25

NATLA-2:

1-й УРОВЕНЬ (Часть 1) —

3 ваших старых покупателя —
\$300.00

2-й УРОВЕНЬ (Часть 2) —

по 3 заказа с изготовленных им страниц —
\$1 800.00

3-й УРОВЕНЬ (Часть 3) —

это уже 27 заказов —
\$8 100.00

Итого: \$10 200.00

\$10 200.00 — результат из расчета по три покупателя на участника, результат, который гарантирует матрица проекта. При желании ты можешь удвоить и утроить эту сумму, если на первом или любом другом уровне у тебя будет не три, а, например, четыре покупателя. Опять же, став участником, ты получишь сильные пошаговые инструкции, благодаря которым первые дополнительные заказы сможешь получать уже завтра утром. В этом бизнесе никогда не будет «крайних», в проекте жесткие правила, а еще жестче контроль за их соблюдением. Сформировав свою сеть однажды, ты будешь получать с нее прибыль снова и снова со скоростью, использующей всю мощь мгновенной глобальной связи, предоставляемой Интернетом. То есть отличительная черта проекта в том, что матрица проекта действует не как накопительная пирамида, а как постоянно движущийся по кругу процесс. 100 %-ный конечный результат в виде 39 заказов на сумму **\$10 200.00** ты будешь получать каждые 39 дней за счет сформированной сети из 39 покупателей, причем все части самокупаемы, т. е. независимо от их стоимости все твои расходы не превысят семидесяти рублей.

Над всей работой системы осуществляется общий контроль, причем людьми, которым строго запрещено лично участвовать в этом бизнесе, поэтому оплата их труда, а также стоимость изготовления, круглосуточный хостинг и реклама персональных страничек участников входят в стоимость первой части архива. Как показывает богатый опыт, доверять обработку информации специальным MLM-программам опасно, поскольку все они подвержены ошибкам и взлому со стороны. И как результат — сбой во всей цепочке и мошенничество, мошенничество как со стороны участников, так и со стороны организаторов, осуществляющих с помощью этих программ тотальный контроль продаж, что совершенно недопустимо для успешного бизнеса.

Все взаиморасчеты производятся только в электронном виде и строго посредством российской платеж-

ной системы безналичных платежей WebMoney. Никаких мутных аккаунтов и денег в конвертах. Это жесткое, на первый взгляд, условие обеспечивает скорость, простоту при взаиморасчетах и 100%-ную надежность.

Как продается 1-я часть (natla-1.exe)

Привлечение покупателей на странички участников происходит автоматически, через главную страницу проекта (www.natla.net) за счет баннерообменных сетей, рейтингов и кнопки [START], которая беспристрастно направляет нажавших на нее посетителей на персональные странички новых участников, причем до тех пор, пока участники не получают по три заказа на первую часть.

Как продается 2-я часть (natla-1.r00)

Участник, получивший три заказа на первую часть, помечается на удаление, и если в течение недели от его продавца второй части не поступит подтверждения о покупке у него второй части, участник будет удален из проекта, а вся сформированная им сеть будет расформирована в пользу новых участников.

Как продается 3-я часть (natla-1.r01)

Участник, на которого поступило девять подтверждений о покупке второй части, вновь помечается на удаление, и если в течение недели от его продавца третьей части не поступит подтверждения о покупке у него третьей части, участник будет удален из проекта, а вся сформированная им сеть будет расформирована в пользу новых участников.

Схема продаж NATLA-2 аналогична, т. е. во избежание конфликтных ситуаций необходимо следить за своевременной покупкой частей и оперативно выполнять поступающие посредством главной страницы проекта заказы.

Эти жесткие, как могут показаться, условия полностью исключают сбой в цепочке и стимулируют порядочность участников и своевременную покупку частей, что гарантирует быстрый 100%-ный конечный результат (\$10 200.00). Вся работа проекта прозрач-

на, участники полностью контролируют ситуацию. При желании, участник имеет право самостоятельно рекламировать свою страничку. Став участником проекта, он получит сильные пошаговые инструкции, благодаря которым сможет начать получать первые заказы уже завтра утром. Только в России к Сети ежедневно подключается около пяти тысяч новых пользователей, и все они являются потенциальными покупателями.

С целью предотвращения случаев мошенничества, в пределах данного проекта организаторами осуществляется общий контроль за Cookies, Laz, Pгоху и IP-адресами участников. Так что обдурить их весьма и весьма сложно. При поступлении жалобы на участника в работу вступает скрипт-безопасность. Он автоматически во всех основных таблицах всей цепочки нарушителя заменяет его реквизиты в пользу новых участников. Если в течение недели нарушитель свяжется с организаторами проекта, реквизиты будут восстановлены, в противном случае его бизнес закончится. Чтобы ознакомиться с деталями проекта зайти на www.natla.net.

Аукционы «ОН-ЛАЙН»

Твой бизнес-план предельно прост, ведь Интернет-аукцион дает тебе шанс купить нужную вещь дешево, а ненужную продать дорого и на этом заработать иногда очень хорошие бабки. Онлайн-аукцион представляет собой рынок, который посещают каждый день миллионы людей из разных стран мира. Для покупки или продажи чего-либо на аукционе нужно бесплатно зарегистрироваться. Выбор товаров нереально огромен, более четырех тысяч категорий. Например, каждый день на одном аукционе только одежды предлагается где-то шестьсот тысяч единиц. Продавать можно все что угодно, понятное дело, кроме порнографии, оружия, наркотиков, товаров, нарушающих авторские права. (Я надеюсь, что, если бы тебе хотелось заняться чем-то подобным, то книга наша не попала бы к тебе в руки, так и осталась бы сиротливо лежать на прилавке), т.е. товар должен быть абсолютно лега-

лен. Торги может проводить не только частное лицо, но и любая фирма. Где еще фирма или предприниматель может получить бесплатно торговое место на рынке, который ежедневно посещают миллионы людей? Если у тебя есть что продать, то покупатели точно будут. Самые большие деньги можно заработать на продажах в каких-нибудь высокоразвитых странах, ведь много «толстосумов» живет, например в Северной Америке. Человека, впервые попавшего на аукцион, могут приятно удивить цены на товары, но спешить делать выводы не надо. Разница между ценами в обычных магазинах и ценами на аукционе огромная, обычно в несколько раз. Например, компьютер «P4 2G/ 256mb/ 60GB/ GeForce/ CDRW/DVD/ SB5.1/LAN» за 1\$, CD/DVD-Rom от \$20, CD-RW от 35\$, ноутбуки от 100\$, винчестеры от 20\$, радиотелефоны от 5\$, сканеры от 10\$, новейшие модели мобильных от 10\$ и много еще чего. Однако хуже всего то, что очень много жуликов стараются обмануть «нашего брата» и всунуть ему что-то ненадлежащего качества. Поэтому покупать что-то дорогое все-таки лучше в магазине. Хотя это каждый решает для себя сам и советовать тут что-либо весьма сложно.

Сам принцип проведения аукциона довольно прост: продавец выставляет минимальную по своему разумению цену, а покупатели предлагают свою (делают ставки). Если никто не предложил за товар даже минимальной цены, он снимается с торгов. Но ты-то уж понимаешь, что желающих купить компьютер Pentium4 за 1\$ наберется достаточно. В любом случае своими ставками сильно поднимать цену не стоит, в худшем — завтра можно будет купить то же самое, но дешевле. Приблизительно половина выставляемых на аукцион лотов доступна по всему миру. Продавцы высылают их тебе обычной почтой и это обойдется все равно дешевле, чем покупать в ближайшем магазине, хотя в магазине, конечно, надежнее, на мой взгляд. Продажи на аукционе могут стать для тебя стабильным источником поступления денег. А вот что конкретно продавать, каждый решает для себя сам. Могу

посоветовать посмотреть, что продают другие и что пользуется большим спросом, описать это довольно трудно потому, что к моменту выхода книги ситуация, скорее всего, изменится. Принцип заработка больших денег на аукционе известен с незапамятных времен. Тебе должен быть легко доступен товар за минимальную цену по месту вашего жительства, который в другом месте стоит дороже. Например, электроника на Западе стоит дешевле, а всякий штучный товар, который в России покупается за копейки, можно с успехом перепродать на аукционе уже за десятки долларов, тут твою фантазию никто не ограничивает. Первое, что надо сделать, это зарегистрироваться, и вы сразу же получите возможность покупать. Процедура не займет у тебя много «недешевого» интернетного времени, единственное, о чем надо позаботиться, это создание «почтового ящика», если ты таковым не располагаешь, конечно. Создание его также не займет много времени, это можно сделать на любом «поисковике» или на специализированных почтовых сайтах. Если ты собираешься заниматься и продажами, а это неизбежно, если ты намерен заработать «кучу денег», то тебе обязательно нужно иметь кредитную карточку (лучше, если это будет «Visa» потому, что их поддерживают почти все аукционы). Получить эту самую «кредитку» можно в любом банке за небольшую плату. Подробнее все эти моменты обычно освещаются прямо на сайте аукциона под рубрикой с лаконичным, но звучным названием «Правила».

Как зарабатывать, покупая товары на аукционе «eBay»?

Ни для кого не секрет то, что «eBay» давно уже является самым известным и часто посещаемым аукционом. Ситуация выглядит таким же образом во всем мире. Именно поэтому в качестве примера хочу поде-

литься своим опытом приобретения товара на «eBay». У меня необычное, на первый взгляд, хобби — кладоискательство. И это хобби требует, кроме всего прочего, наличия определенного оборудования — металлоискателя. И количество находок зависит от возможностей прибора. После не очень удачного опыта использования отечественных приборов решил приобрести импортный. Российские дилеры предлагали желаемый прибор (новый) за 1300—1400 долларов. Узнал, что на «eBay» можно купить прибор, который уже был в употреблении, причем достаточно дешево. В течение месяца следил за ценами. Настал момент, когда я определился с лотом и начал торги (важное замечание — лучше сразу определиться с максимальной ставкой). После того как я выиграл лот, встал вопрос о его приобретении и доставке, так как практически все лоты доставляются только по территории США и у меня не то чтобы очень плохо с английским, но все же. В результате поисков набрел на страничку www.westernbid.com (надо бы с них попросить бабки за рекламу). Там все подробно описано. Возложил на них всю переписку с продавцом и доставку прибора до меня. Доставка из штатов мне обошлась чуть больше 100 долларов. Прибор стоил — 500 долларов. Доставка производилась почтой через компанию «Мост-гарант». Прибор шел два месяца. Долго, конечно, самолетом быстрее, но дороже. Прибор был как новый, как и обещал продавец. Попользовавшись им немного, я прибор продал за 1000 долларов, чтобы купить другой. Такая вот была разовая сделка. Купил — продал. Ну что, дал я тебе повод для размышлений? Что можно отсюда почерпнуть? Хобби мое специфичное, поэтому можно поискать другие ниши среди других «хоббитов». Почему сам не займусь этой идеей? Может, и займусь в будущем, а пока работа отнимает почти все время. Главное то, что товар должен быть достаточно дорогим, иначе теряется всякий смысл. Например, радиоуправляемые машинки, лодки, самолеты, некоторые из них стоят приличных денег, хобби достаточно распространенное за рубежом. Более того, заокеанские толстосу-

мы частенько заключают пари, чья моделька окажется быстрее, и спорят они, как можно догадаться, на деньги. Так что, вот тебе моя идея, дерзай, зарабатывать деньги.

Деньги для самых ленивых

Удивительно, но и те и другие в принципе тебя не обманывают. Просто они приводят верхний предел вашего заработка, зачастую забывая упомянуть о том, что есть еще и нижний = 0. И действительно, все ведь зависит от вас, как бы смешно это ни звучало. Вот пример сетевого маркетинга.

Ты сможешь купить WebTV за 600\$ и стать членом IPSUM-клуба. Дальше ты ищешь покупателей на этот WebTV. С каждой продажи будешь иметь по 50\$. Нашел 100 лохов в месяц, вот тебе и 5000\$, не нашел — смотрите WebTV.

В Интернете же задача сетевого маркетинга черезвычайно упрощается:

- не надо ничего покупать;
- не надо ничего продавать.

Просто надо зарегистрироваться во всех программах, сделать свою страничку, раскрутить ее и ждать чека. Разницу в вашем заработке проиллюстрируем на примере компании HitMaster.

Ты регистрируешься и каждые 8 часов посещаешь один сайт. Зарабатываешь 3 цента в день.

Ты привлекаешь к участию еще 5 человек, то же самое делают они, и так на 5 уровней. Под тобой получается сеть из 3125 человек и ты зарабатываешь 117\$ в день. Дальше думай, насколько для тебя реально посещать каждые восемь часов один сайт и построить под собой сеть из трех тысяч человек. Теоретически это, конечно, возможно.

По данным статистики, в рунете сейчас, всего 1200000 пользователей. По данным сервера www.chat.ru, 500000 из них имеют на нем свои стра-

нички. По моему, 50% из них повествуют о том, как много можно заработать, сидя в Интернете.

Если у тебя нет времени или желания делать страничку, но три цента в день тебя не устраивают, приведу более реальный пример. Ты регистрируешься в компании GoToWorld. Для этого надо заполнить регистрационную форму, скачать GoToWorld browser и установить его на своем компьютере. Это может занять не более получаса. В течение месяца ты периодически запускаешь этот GoToWorld browser, который не мешает тебе работать, а всего лишь жрет немного системных ресурсов. Если он находится в рабочем состоянии сорок часов в месяц, то через пять месяцев ты получишь чек на 24\$, а может быть, чуть больше. Потом будешь каждые три месяца получать по 24\$. Таким образом: если у тебя нет времени на создание своей странички, но ты все равно постоянно пользуешься Интернетом, то тебе, скорее всего, не помешают эти деньги. Мало? Согласен, но заморочек-то почти никаких.

Надеюсь теперь ты примерно представляешь, сколько можно заработать и тебя, конечно же, интересует вопрос: А заплатят? Ответ: Не знаю. Но кидать нас им не выгодно, ведь с нашей помощью они будут зарабатывать каждые два месяца столько, сколько не заплатив нам один раз. Кроме того, не забывай, что это не Россия. Там такие вещи, как приватизация, не проходят, так что будем ждать.

Должны тебе прислать по почте именной чек. Выдан он банком государства, в котором находится рекламное агенство. Естественно, ты не поедешь в США обналичивать десять баксов, а просто сдашь свой чек в один из российских банков, который и займется обналичиванием. Банк возьмет с тебя процента три и месяца через два выдаст тебе деньги.

Итак:

Заработать можно от 0 до бесконечности в месяц.

Ждать первых денег придется от трех до бесконечности месяцев.

Риска нет никакого.

Делать практически ничего не надо.

Ну что, есть еще желание заработать денег в Интернете таким способом?

Тебе, наверное, интересно, какие проблемы могут возникнуть? Отвечаю по пунктам.

1. При регистрации. Регистрационную форму надо заполнять на английском. Если в школе тебе довелось изучать другой язык — смотри в какой-нибудь небольшой словарик, регистрационные формы обычно примитивно просты. Или скачай себе программку, которая автоматически заполняет всю эту чепуху (RoboForm).

2. Сервер рекламного агентства не отвечает. Возможны две причины.

- В данный момент сервер перегружен. И тебе надо попытаться позже.
- Этого агентства больше не существует. В каталогах такие агентства отмечены красными квадратиками, но за всеми не уследить.

Кстати, программное обеспечение, предлагаемое рекламным агентством, работает не вполне нормально. Ничего удивительного. Где тебе доводилось видеть бесплатные программы, которые одинаково хорошо работают на любом компьютере?

Тем, кто собирается регистрироваться в первый раз, рекомендую начать с GoToWorld.

Вообще, Сеть являет собой своеобразную модель нашего общества. И способов заработать там столько же, как и в реальном мире. Я описал только самые простые. А еще есть Веб-дизайн, работа корреспондентом в любом сетевом издании и все, что твоей душевненьке будет угодно. Но согласись, что все это сугубо специализированные области работы, я же рассказываю только о тех, которые доступны всем желающим.

ГЛАВА 4.

КАК ОТКРЫТЬ СВОЮ ФИРМУ



Начать, думаю, необходимо с того, что предлагается на сегодняшний день человеку в государственно-производственной пирамиде. К двадцати-двадцати пяти годам определиться с профессией, проработать по этой специальности лет сорок и заработать пенсию за праведный труд.

Что мы видим через 40 лет? Из сотни человек пятеро еще работают, человек пятьдесят уже умерли, около тридцати живут на весьма скромный доход, четверо сводят концы с концами и один вполне обеспечен. Совершенно естественно, что не всех устраивает подобная перспектива, и многие стремятся изменить ее. Как же добиться финансовой независимости? Ответ один — создание собственного бизнеса!!! Остается только решить несколько «небольших» проблем: в каком направлении приложить свои усилия, где взять стартовый капитал, как «не прогореть». Мое предложение для тех, кто хочет иметь собственный перспективный

бизнес с мизерными инвестициями и неограниченными доходами. Для тех, кто имеет желание добиться настоящего успеха за 4 года (а не 40 лет!).

Даже поверхностный анализ тенденций сегодняшнего рынка показывает, что наиболее бурно развивающимися направлениями торговли (я употребляю термин «продвижение товаров») являются: маркетинг прямого распространения и электронная коммерция.

Объединение этих двух мощнейших тенденций привело к появлению совершенно нового вида бизнеса — индивидуальной электронной коммерции или (второе название) интернетового бизнеса. Реального долговременного бизнеса, который доступен каждому и который позволяет каждому добиться успеха. Бизнеса, в котором ты получаешь:

- собственный полнофункциональный электронный магазин, с постоянно расширяющимся ассортиментом товаров и услуг;
- возможность пользоваться действующей финансовой схемой осуществления заказов и их оплаты и системой доставки их покупателям;
- собственный виртуальный электронный офис, с помощью которого ты сможешь полностью контролировать свой бизнес из любой точки земного шара;
- бесплатное обучение и поддержку профессионалов интернетового бизнеса высочайшего класса;
- высокоэффективную, проверенную временем систему ведения бизнеса, которая помогла добиться успеха сотням тысяч людей во всем мире;
- большое разнообразие способов ведения бизнеса как в Интернете, так и в реальном мире;
- поистине безграничные возможности в росте твоего бизнеса, а соответственно, и в росте твоих доходов.

Для того чтобы делать этот бизнес, тебе не потребуется привлечения сторонних инвестиций, они действительно незначительны. Тебе не потребуется специальное образование и опыт в бизнесе, поскольку существующая система обучения позволит овладеть необходимыми навыками уже в процессе зарабатывания денег. Ты можешь начинать этот бизнес по совме-

стителъству и будешь определять, сколько времени ему посвящать, исходя из своих целей и уровня планируемых доходов. Вышеперечисленное и позволяет мне утверждать, что этот бизнес доступен каждому!

Поэтому, если ты:

- ценишь свободу и независимость и считаешь, что стоишь больше, чем тебе платят;

- не хочешь находиться в низу государственно-производственной пирамиды и у тебя есть жгучее желание преуспеть;

- желаешь достойного будущего для себя и для своих близких и не хочешь, чтобы это будущее зависело от воли других людей;

- осознаешь, что в ближайшие 4 года твое социальное положение принципиально не изменится к лучшему и ты не желаешь с этим мириться,

то ты идеально подходишь для этого бизнеса.

БЫТЬ БОГАТЫМ ХОРОШО ИЛИ ПЛОХО?

Время, в которое мы живем — эпоха перемен. Естественное желание каждого нормального человека — жить лучше. А что же нужно для того, чтобы достичь этого «лучшего»? Прежде всего, ты должен/должна решить для себя, как ты хочешь этого достичь? А вот это самое основное. Начнем с изучения различий между людьми, которые зарабатывают гораздо выше среднего, и теми, кому это не удается. Основное различие состоит в образе мышления. Нет, это не значит, что люди, «притягивающие» деньги, умнее других. Не связаны различия между богатыми людьми и людьми скромного достатка и с полученным образованием. Хотя не исключено, что средний выпускник института будет зарабатывать гораздо больше среднего выпускника школы, который в свою очередь будет зарабатывать больше, чем средний учащийся, бросивший

школу. Общеизвестно, что многие сами заработавшие свои деньги миллионеры не имеют даже высшего образования. Что же, одни просто удачливее, чем другие? Да, в определенной мере это так, но различие лежит в образе мышления, а наш образ мышления основан на реальности, которую мы принимаем и которая заставляет нас смириться с жизненной действительностью и ее ограничениями. А эти ложные ограничения мешают нам обладать и пользоваться многими вещами в жизни, в особенности большими суммами денег. Мы имеем представления о том, сколько денег мы в состоянии реально заработать и накопить. Мы можем мечтать о росте своего благосостояния, но на самом деле мы не верим, что это когда-нибудь произойдет. Некоторые часто думают, что для них быть богатым — несправедливо или аморально. Для других это может быть и хорошо, но только не для нас. Такой образ мышления известен как сознание бедняка, которое ведет к состоянию финансовой нужды. И пока ограничивающие тебя взгляды не сменятся позитивным взглядом на деньги — ты не станешь богачом. Когда ты внутренне настраиваешься на благосостояние, ты автоматически притягиваешь деньги. Самое главное — поверить в себя, в свою значимость, т. е. твое объективное представление о себе должно сочетаться с высоким самоуважением. В противном случае даже если кто-то даст тебе миллион долларов, ты просто растеряешься.

Многие люди боятся богатства. Они думают, что став богатым придется слишком от многого отказаться. Боятся налагаемых богатством обязательств. Вряд ли кто-то сознательно будет достигать того, что в глубине своей души считает грязным и плохим. И если в глубине твоего подсознания живут такие мысли, то их вполне достаточно, чтобы сорвать все намеченные тобой планы.

Многие думают, что на деньги счастья не купишь. Это верно. Счастье — это состояние души человека. А деньги здесь совсем ни при чем. Ну а что, все бедные люди счастливые?

Придется немало поработать ради денег. Ведь чем больше денег ты создаешь для себя, тем больше приобретает каждый. Для того чтобы иметь деньги, тебе нужно что-то продать — услугу, товар. Просто так деньги никому не даются. И, значит, общество приобретает то, что нужно ему. К тому же у тебя открывается возможность делать добро с помощью денег. Деньги — это не так уж и плохо. Просто люби все то хорошее, что в состоянии сделать деньги. Твой успех в бизнесе — это возможность помочь заработать многим нуждающимся людям, тогда как твоя неудача не поможет никому. Объедини желание иметь деньги с убеждениями, которые одобряли бы тебя в твоём стремлении преуспеть. Потому что до тех пор, пока ты не почувствуешь все хорошие возможности, которые дают деньги, тебе вряд ли суждено приобрести их. Именно твои убеждения относительно денег предсказывают, какими суммами ты в ближайшем будущем будешь обладать. Убеди себя, что преуспевать очень важно для тебя, и не разменивайся по мелочам.

Игры в нашей жизни

Конечно, чтобы достичь каких-либо вершин, нужно поверить в свои силы, в удачу, и только твоя решимость и упорство помогут добиться успеха в этом непростом деле. Ведь жизнь — это борьба за место под солнцем, за что-то лучшее, за что-то, чего у тебя раньше не было. А, как правило, любая борьба — это игра. И если ты не будешь относиться к ней слишком серьезно, будет намного легче. Люди любят напряженные игры. В любом соревновании смысл один — одолеть соперника. Есть те, которые сражаются, а другие покупают билеты на трибуны стадиона. Преодолеть противостоящие силы — это суть законов жизни, бизнеса и спорта. Наслаждайся, играя в игру под названием жизнь. Провалов не бывает, существуют только поправки, которые вносит наша жизнь. Любое разочарование куда-то ве-

дет. И возможно, что к пути, который предназначен именно тебе. Однако немногие решаются вдруг резко взять и изменить свою жизнь, они будут сопротивляться до последнего. Конечно, мы можем добиться значительных успехов, а потом, работая через силу, получая неплохие деньжата и проклиная эту работу в душе, мы не получаем от этого никакого удовлетворения. Наша жизнь — удивительна и прекрасна. Бороться нужно играючи, легко. Если же что-то совсем не получается, не спеши расстраиваться. Допустим, опаздывает человек на самолет, бежит, расстраивается, а самолет взрывается, буквально оторвавшись от земли, а ведь там мог быть и он, и ты, и я. В таких случаях говорят: «Бог отвел». И таких примеров можно привести множество. Доверься своей внутренней мудрости, которая многое предвидит и не подведет тебя.

Настрой себя на успех

Что такое успех? Успех можно определить как удовлетворенность тем, что ты имеешь. Он не обязательно определяется материальными вещами или свершениями, у каждого человека свое понимание успеха: кто-то может чувствовать себя счастливым, просто сидя в тихом местечке и созерцая мир. А для кого-то успех — это желание жить лучше. Нельзя путать достижение с успехом, ибо достижение означает получение желаемого. Оно требует умения ставить перед собой цели, разрабатывать планы действий, а затем осуществлять их. Достижение предполагает преодоление препятствий и трудностей при движении к цели, которую ты поставил перед собой. В обоих случаях: идет ли речь об успехе или достижении — для великих свершений прежде всего необходимо четко решить, чего ты хочешь достичь в своей жизни. Ключ к успеху — четкое представление о том, чего ты хочешь и что конкретно изменится, когда ты достигнешь желаемого.

Одна из самых распространенных причин неуспеха — отказ от дела при первой неудаче. Если уж начал дело — не бросай. Подчас самая сумасшедшая удача приходит за шаг до поражения. Предпосылкой успеха в делах является не только наличие ума, таланта, образованности и прочих достоинств, но и железобетонное упорство. Упорные люди добиваются успехов там, где другие терпят поражение. Почти все преуспевающие люди проявляют упорство, они никогда не сдаются и не сдадутся. Совершить ошибку не так страшно, если она тебя чему-то научит. Многие преуспевающие люди много раз терпели поражение. Иногда мы все боимся неудач и отказов. Иногда теряем веру в себя. Но мы забываем о главном, что неудачи и отказы — составляющая успеха. Чем больше неудач и отказов ты переживешь, тем большего успеха ты сможешь добиться. На своих ошибках мы учимся и в результате оказываемся ближе к своей цели. Наши неудачи — это просто опыт, на котором мы учимся, который поможет нам в дальнейшем. Нет способа добиться успеха, пока ты не начнешь делать ошибки, учиться на них и двигаться дальше. Постарайся изучить все свои попытки. Многие люди, потерпев неудачу, обычно стараются сосредоточиться на том, что они сделали не так. И все это приводит к тому, что они перестают ценить себя, теряют доверие к себе, и больше ничто не заставит их предпринять следующую попытку. Ну, а те, кто достигает успеха, концентрируют свое внимание на том, что было сделано правильно. Поднимаемся мы наверх или остаемся на дне — это зависит от того, умеем ли мы контролировать обстоятельства, которые хотим контролировать.

Зачем нужны настойчивость и решительность

Настойчивость — важное качество, которым мы обладаем с рождения. Все мы были маленькими и ког-

да-то учились ходить, здесь впервые мы проявили настойчивость. Падали, но поднимались снова и снова, пока не добились своего первого успеха — научились ходить. То же происходило, когда мы учились говорить. И то же повторялось, когда мы осваивали велосипед. Многими достижениями в жизни мы обязаны нашей настойчивости. С годами мы все же реже используем это качество. Мы начинаем придавать большее значение тому, что о нас думают и говорят люди. В самооценке мы больше прислушиваемся к тому, что сказано со стороны, чем к своему внутреннему голосу. Мнению о нас других людей мы придаем большее значение, чем собственному. Мы становимся зависимыми от их одобрения. На наше мнение о себе влияют даже мысли других людей о нас — и до такой степени, что у нас развивается негативное представление о себе. Когда мы были детьми и падали, это не останавливало нас. Если мы будем проявлять такое же упорство в зрелом возрасте, то никогда не проиграем. В поисках своей удачи, где бы тебе ни приходилось искать ее, многое зависит от самооценки. Хорошая самооценка приведет тебя к процветанию и общему успеху в жизни, в то время как плохая самооценка может пагубно воздействовать на дела, взаимоотношения с людьми, ухудшит здоровье и может помешать добиться успеха в любой сфере жизни. Самооценка — это оценка самого себя, своих достоинств и недостатков. Она влияет на все аспекты поведения: это и возможность изменяться и расти, способность учиться, умение выбирать друзей и приятелей, а также жизненные пути. То, какой день или неделю ты провел, определяется твоей самооценкой. То, как у тебя складываются отношения с людьми, как ты справляешься в школе, дома, на работе, как пойдут дела завтра, на следующей неделе, в далеком будущем, будет зависеть от твоей самооценки. Она управляет всем, она — жизненно важный фактор. Самооценка в целом не может считаться позитивной, если человеку недостает самоуважения и чувства собственного достоинства. Значительно улучшить самооценку можно за короткий про-

межуток времени. А это очень важно, так как улучшая самооценку, мы автоматически улучшаем и свою жизнь. Самый главный шаг в формировании позитивной самооценки состоит в том, чтобы стать лучше. Быть лучше означает признавать и принимать себя безоговорочно и безусловно как друга. Это значит быть честным, сердечным, доброжелательным. Считается, что все мы созданы по образу Божию и, как гласит поговорка: «Бог не творит ненужного». Когда мы приписываем себя, мы низводим нашего Творца. Чем больше мы осознаем свою ценность и значимость, тем больше мы способны понимать других, тем больше мы готовы раскрыть, развить и использовать свой потенциал для помощи другим людям, своей семье и друзьям, всему миру. Каждый достигающий больших высот человек настойчив и решителен в своих мыслях и действиях, он заранее тщательно продумывает все свои поступки. Он четко определяет для себя, чего он хочет, затем принимает определенные решения, после чего он предпринимает конкретные действия, направленные на их претворения в жизнь. Наверняка в твоей жизни были такие ситуации, когда ты не знал, что предпринять. Ты начинал нервничать, разрываясь на части, и, наконец, принимал решение пойти тем или иным путем. Потом, оглядываясь назад, ты, вероятно, обнаруживал, что твое решение было поворотным пунктом в той ситуации, а может и во всей твоей жизни. Способность принимать правильное решение — один из самых главных навыков преуспевающего человека. Развитие в себе настойчивости и решительности может оказаться важным фактором, который позволит тебе научиться обретать контроль над любой ситуацией и стать на путь более быстрого служебного роста. Успеха добивается не обязательно тот, кто принимает правильные решения, а тот кто делает свои решения правильными. Такие люди следят за результатами и своевременно вносят поправки. Они всегда готовы принять новую информацию и при необходимости измениться. Они всегда настойчивы и решительны, всегда движутся вперед, никогда не колеб-

лются в своей позиции и в своем отношении к жизни. Действуй настойчиво и смело, и невидимые силы придут тебе на помощь. Только готовность действовать, а не топтаться на месте, переживая, по-видимому, притягивает к тебе на помощь все силы Вселенной. Действуй так, словно неудача невозможна, и она действительно станет невозможной.

Знаешь ли ты свою цель

Когда-то Оливер Уэнделл Холмс сказал, что самое важное в мире заключается не столько в том, где мы находимся, сколько в том, в каком направлении мы движемся. Наилучший путь обеспечить процветание и достичь многого в жизни — это путь к обозначенной цели. Наличие цели возбуждает и наполняет нас энтузиазмом. Цели помогают использовать наш творческий потенциал и энергию, направлять их по пути, ведущему к удовлетворению, уверенности, самореализации и финансовой независимости. Хотя двигаться к намеченной цели очень полезно, важно при этом не связывать свою самооценку с достижением цели. Ты остаешься в норме независимо от того, достигнута цель или нет. Множество знакомых мне удачливых людей время от времени не справлялись с намеченными задачами. Но, не позволяя этим неудачам подрывать свою самооценку, они смотрели на них как на полезный жизненный опыт и, продолжая двигаться вперед, в конце добивались даже большего успеха, чем предполагали вначале. Следует помнить, что цели — это хорошие инструменты, которые можно и нужно применять для достижения требуемого результата, но они никогда не могут значить больше, чем мы сами. Необходимо видеть и обозначать цели естественно. Мы созданы для решения проблем. Еще в раннем детстве мы наблюдали, как люди ходят, говорят, читают, ездят на велосипедах, и намечали, что тоже будем проделывать все это. Не сознавая того, мы ставили перед собой цели. Не всегда было легко достигать их, но мы

продолжали стремиться к успеху. Нам нравилось принимать вызов, нравился процесс обучения, охватывал посторг достижения и воплощения. Так мы научились ходить и говорить, делать множество других вещей, которые сегодня кажутся простыми и естественными. При отсутствии же целей мы теряем рычаги управления жизнью. Не имея целей, ты по-настоящему не являешься хозяином своей жизни. Нам всегда хочется большего, и мы обеспокоены, как бы не потерять то, что имеем. Когда процветание становится для нас предпочтительным выбором, а не пагубным пристрастием, мы сохраняем свою самооценку. Это помогает нам действовать более естественно, без напряжения, непринужденно и творчески, что в свою очередь способствует достижению цели. Нужно творить собственную жизнь. Нужно относиться к собственной жизни, как к произведению искусства. И мы увидим насколько красива и выразительна наша жизнь.

Не у каждого человека есть четкие, видимые цели. Большинство людей не достигают своей цели в жизни из-за того, что не умеют ее правильно выбрать. Люди ошибаются, путая упорный труд с деятельностью по достижению цели. Если человек не знает, куда он идет, он никуда и не придет. Жизнь подобна путешествию: если ты знаешь, куда хочешь прийти, туда и в конечном итоге и придешь. Каждый человек может иметь в жизни все что пожелает, если он точно знает, что именно и почему он этого хочет.

К намеченной цели привести тебя может твоя вера в себя, соединенная с мыслью. Вера — это просто состояние ума, его можно вызвать при помощи самовнушения. И неважно, во что ты веришь. Любое свое желание ты можешь претворить в жизнь, как только оно овладеет твоим подсознанием. Жизнь сама будет помогать тебе. Нужно стараться поощрять положительные эмоции, чтобы их было у тебя больше. И сводить к минимуму все отрицательные.

Помни, что ты сам в ответе за то положение, которое занимаешь в жизни, и у тебя есть все силы, чтобы изменить его. Действуй, не давая сомнениям себя одо-

леть, не прекращай попыток, не отступайся от своих мечты. Истина состоит в том, что, чтобы по-настоящему потерпеть неудачу, не надо делать никаких попыток. Если же попытаешься что-то сделать, хоть чуть-чуть, то это тебя чему-то научит. Конечно, рисковато наобум глупо, и такой риск никогда не принесет прочного, стабильного богатства. Риск, связанный с проектами, должен быть заранее просчитан до мелочей. Добивайся своих целей и следуй продуманному плану, не допуская мысли о неудаче.

Если ты сомневаешься, доверься своей интуиции, даже если твои действия кажутся нелогичными и не рациональными. К твоей мечте тебя чаще всего ведут твои чувства. Именно поэтому большое значение имеет вера. Мало знать, чего именно хочешь от жизни. Ты должен очень хотеть этого. Именно желание станет тем толчком, который зарядит твои мысли энергией осуществления твоих желаний. Твои мысли преобразуются в действия. Сильное желание достичь поставленной перед собой цели может подвигнуть человека на действия, которые со стороны кажутся не исполнимыми, но если ты тверд, знаешь, чего ты хочешь, тебя ничто не остановит. Исполнение даже самых немыслимых желаний — это вопрос времени. Не всегда от нас зависит как-то повлиять на него в полном объеме, сократить. Но можно. Только надо искать — те, кто хочет достичь своей цели, находят возможности, а те, кто не хочет, — оправдания. Стави перед собой задачи, цели. И чем значительнее цель, тем большими возможностями в ее достижении ты будешь обладать.

Определение своей цели

Возможность самореализации для решения собственных целей путем удовлетворения потребностей других — это есть идея. Но идея реализуется в целях

определенного вида бизнеса. И без поставленной ближайшей и отдаленной цели нечего даже и думать пускаться в плавание по океану или пруду, величаво называемому бизнесом, где тебя уже ждут рифы и штормы, всякого рода риски, а может ведь накрыть и святой вал — банкротство. Просто невозможно заниматься бизнесом, не зная реально достижимой цели, которая была бы понятна всем: и подчиненным, и потребителям результатов твоей деятельности (услуг или товаров). Нужно четко сформулировать свою цель, необходимо довести ее до всех работников, а они уже воплотят твою цель в конкретные результаты труда.

Формулируя цель организации, необходимо учитывать не только зарубежный опыт, но и отечественный. Приступая к созданию дела, следует помнить:

- К любой цели ведут только ясные и понятные цели.
- Количественные показатели, которых фирма должна достичь (здесь нужно учитывать поведение конкурентов, покупателей).
- Срок (этапы), в течение которого цель должна быть достигнута.
- Результаты, которые получит фирма.
- О необходимости привлечения ответственных исполнителей.
- Определение всех затрат на достижение этой цели

Чем ближе цель, тем больше она мобилизует, короче говоря, краткосрочные цели в большей степени, чем долгосрочные, способствуют внутренней мобилизации, но при этом не следует забывать и о достижении долгосрочной цели. Нужно помнить важный вывод, к которому многие из нас пришли на практике: «Кто берется за все подряд, чаще всего ничего не достигнет!» Надеюсь, это не про тебя.

Любые цели твоей фирмы должны быть сконцентрированы на самом важном — ее товары должны удовлетворять потребности, не удовлетворенные другими товарами. Если же эта потребность уже удовлетворена, то необходимо возбудить спрос на твою продукцию

другими методами: сформировать новый спрос, новый рынок. Эта цель и есть главная — удовлетворение неудовлетворенных потребителей. Постоянно нужно быть готовым ответить на вопросы: Имеется ли потребность в моем товаре? Какая продукция пользуется большим спросом? Каков спрос сегодня и каким он будет завтра? Высшая цель любой организации — удовлетворение потребностей рынка, спроса покупателей. Но потребности нужно распределять по степени удовлетворенности, значимости, выгоды и т.д.

Цели нужно соизмерять с потенциалом своей организации, кадровым, техническим, интеллектуальным, финансовым уровнем и ее сырьевыми возможностями.

Постановка цели — это управление организацией, возможность контроля и результатов достижения цели и т.д. И поэтому твоя первейшая цель — это определение набора целей и выбор целей. Отсюда следует: чтобы стать успешным предпринимателем и начать создавать собственное дело, нужно знать как таблицу умножения, чего хочет потребитель, сформулировать цель и стремиться ее достичь с наименьшими расходами. Запросы потребителя изменчивы, поэтому следует постоянно изучать, чего он хочет, и по возможности давать ему все это.

Если имеешь хорошую, реальную идею, свои четко поставленные цели, только тогда можно приступать к созданию собственного дела. Практически любой предприниматель, задумав создать свое дело, проходит следующие этапы этого непростого решения.

- Возникновение идеи о какой-либо деятельности.
- Выбор цели для осуществления этой идеи.
- Подбор надежных сотрудников для своего дела.
- Изыскание средств для первоначального этапа.
- Разработка необходимых документов.
- Изготовление печати, штампов, выбор товарного знака, и т.д.
- Разработка обоснованного бизнес-плана.

- Государственная регистрация фирмы в установленном порядке.
- Постановка на учет в налоговом органе по месту нахождения фирмы (по месту жительства предпринимателя).
- Открытие в установленном порядке в любом банке расчетных (текущих) и других счетов.
- Заключение контрактов на поставку сырья, материалов, изделий.
- Получение разрешения (лицензии) на осуществление деятельности.
- Проведение маркетинговых исследований рынка, выбор различных способов продвижения товаров на рынок, определение путей сбыта товара, определение цен на товар или услуги.
- Заключение с клиентами договоров купли-продажи товаров и услуг.
- Проведение всякого рода рекламы товаров (услуг)
- Организация учета доходов и расходов в соответствии с нормативными документами Министерства финансов нашей страны, и др.

Определи свои возможности

Чтобы много зарабатывать, работа должна приносить тебе удовольствие. Делай то, что любишь, а деньги придут следом. Пока ты не будешь получать удовольствие от своей работы, очень маловероятно, что работа будет сделана хорошо. Ну, а если работа сделана плохо, как ты можешь рассчитывать на высокую оплату? Определи, что на самом деле влечет тебя? К каким областям деятельности ты лучше всего приспособлен? Если же есть дело, которое ты на самом деле любишь, то тебе захочется приложить максимум усилий, чтобы стать мастером этого дела. Поэтому преж-

де чем выбирать работу или начинать свой бизнес, стоит серьезно подумать над этим.

Людей часто удерживает на нелюбимой работе лишь недостаток уверенности в себе. Ведь у каждого человека имеются свои таланты и сильные стороны. Каждый человек уникален по-своему, второго такого нет и не может быть на целом свете, во всей Галактике.

На свете нет других границ, кроме тех, которые существуют в нашей голове. Очень важное решение, которое мы принимаем в жизни, — это выбор способа, как зарабатывать на жизнь. Наша жизнь должна нас радовать. Какая может быть радость, когда занимаешься нелюбимым делом? И если твое сердце не лежит к нему, отодвинь эту перспективу в сторону, какой бы ни казалась она заманчивой с первого взгляда. Этим ты сбережешь и себя, и здоровье свое. Ведь негативные чувства постоянно подтачивают, разрушают наш организм изнутри. Зарываться в нелюбимую работу навек? Не даст это ничего хорошего. Не забудь просто пожить. Если подумать, то у каждого из нас есть множество вариантов выбора. Весь мир лежит у наших ног. Выбирай, ищи свое призвание. Иди смело в том направлении, куда тебя влечет. И никогда не продавай себя дешево!

Итак, человек должен сам создавать свое будущее. Для того чтобы быть приспособленным к сегодняшнему быстро изменяющемуся рынку, он должен продумывать свою ситуацию как можно тщательней. Больше учиться, развивать свои таланты, навыки и умения. Главное — нужно сделать правильный выбор. А для того, чтобы его сделать, необходимо предусмотреть все варианты, которые у тебя есть. Подумай об уже сделанном тобой. Допустим ты уже выбрал, какое учебное заведение окончить. Ты выбрал друзей. Ты выбрал одежду, которую носишь. Сама возможность выбора и есть основа всей твоей жизни. Можно сказать, что жизнь — это постоянный выбор. В большинстве случаев любой выбор бессознателен. Человек часто себя ограничивает и заставляет совершать действия кото-

рые ему не по душе. Например, мы часто говорим: «Я должен сделать то-то...» — и так можно продолжать очень долго. Конечно, эти слова произносятся часто бессознательно. Но именно словами мы убеждаем себя, что у нас нет возможности выбора. На самом деле все, что ты делаешь, — это твой собственный выбор и ничей иной. Ведь выбор существует всегда. Подумай, какая работа доставила бы тебе удовольствие, в чем твои сильные и слабые стороны. Какую работу ты хотел бы выполнять? Чего ты хочешь достичь в своей жизни? Сколько ты хочешь заработать, прежде чем почувствуешь себя богачом? Когда ты хочешь это иметь? Твоя цель должна быть четко сформулирована. Запомни три основных этапа достижения цели: формулировка целей; разработка плана для достижения этих целей; оценка времени, необходимого для выполнения твоего плана. Добивайся только тех целей, которые близки тебе по духу.

Твой тип бизнеса

Начиная свой бизнес, ставь перед собой труднодостижимые цели, например стать лучшим из лучших в своей области предпринимателем. Добивайся признания клиентов. Планируй свой бизнес примерно лет на двести, тогда у тебя будет более серьезный подход к делу. По возможности старайся не залезать в долги, ведь с ними появляются множество проблем, из которых выбираться очень тяжело. Как и упорство в достижении поставленных целей, твои творческие способности будут стремительно развиваться. Если у тебя и твоего бизнеса много проблем, это говорит только о том, что твой бизнес развивается. Если начиная свой бизнес, ты понимаешь, что на этом пути можно не только наделать кучу ошибок, но и придумать способы их избежания, значит, ты на верном пути. Успешный бизнес можно построить на основе нового, никому не известного продукта, технологии или даже услуги. Подумай еще раз: что ты можешь, умеешь. Вспомни, что

тебе всегда удавалось лучше всего. Оцени все те знания, которыми ты обладаешь. И, конечно, определись, чем ты хочешь заняться, каким видом бизнеса: производством, розничной продажей, оптовой торговлей, услугами, и т. п.

Сейчас очень много предприятий, предлагающих работу людям, не имеющим специального образования, или обучающих прямо на месте. Но зачастую оплата оставляет желать лучшего. Конечно, есть такая работа, на которой и зарплата хорошая, и есть перспектива для дальнейшего роста, но, как правило, очень сложно устроиться на хорошо оплачиваемую работу, только через знакомых или родных, либо по хорошей рекомендации. Работодатели также потребуют от тебя как минимум документа о высшем образовании, а иногда и каких-то навыков, опыта работы. А что делать, если ты еще не закончил свой институт и у тебя нет никаких навыков работы? Может, тебе стоит сесть и подумать? Может быть, ты сам в силах чего-нибудь добиться без помощи работодателей? Многие люди в наше время стремятся заняться своим делом, открывают предприятия, этих людей называют бизнесменами. Бизнесмен — тот, кто «делает деньги», этот человек — владелец капитала, находящегося в обороте, приносящего доход. Бизнес — это деятельность, направленная на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции или каких-либо услуг. Самый распространенный вид бизнеса — это предпринимательство. Недаром говорится, что качественные вещи создают умельцы, для чего обычно нужны небольшие предприятия. Статистика доказывает, что небольшое производство оказывается более эффективным, чем крупное. Тысячи людей, которые каждый год начинают новый бизнес, относятся к классу предпринимателей. Эти люди играют ключевую роль в экономике. Предпринимательство — это новый тип хозяйствования, основанный на умении находить и использовать идеи, воплощать их в конкретные предпринимательские проекты. Желание добиться успеха характерно для многих. Но чтобы решить — достиг

нут ли успех или что необходимо, чтобы добиться успеха, мы сначала должны определить, что же такое успех. Если спросить, какие организации можно считать успешными, большинство людей начнет перечислять названия хорошо знакомых гигантских предприятий. Но если мы подумаем о своем определении, то увидим, что размер и прибыльность не всегда могут считаться критериями успеха. Если достижение огромного размера не является одной из ее целей, то тогда и малый бизнес может считаться столь же успешным, как у крупной организации. Организация считается добившейся успеха, если она достигла своей цели. Для того, чтобы добиться любого успеха, прежде всего не стоит сильно опираться на прошлые успехи, ведь мы уверены в себе только до тех пор, пока все идет хорошо, и теряем уверенность, как только начинаются проблемы. Каждая неудача подрывает уверенность, но как раз в это время уверенность и нужна. Уверенность, основанная на успехе, подведет в тот момент, когда она больше всего нужна — в момент неудачи. Поэтому не стоит думать о прошлом в реальной ситуации и получить уверенность, основанную ни на чем. Прежде всего, нужно начинать с уверенности, а не с успеха, так как уверенность для успеха необходима. Давай подойдем к бизнесу как к технической системе, отнесемся к нему, как к инженерной задаче. То количество законов, закономерностей, которые уже открыты в бизнесе, позволяют это сделать. В сущности, бизнес такое же простое дело, как разработка и изготовление какого-либо прибора. Для мастера — это ремесло, для любителя — таинственное искусство. Прежде всего, нужно спроектировать фирму. Из чего должна состоять фирма? В любой сфере деятельности фирма должна состоять из конвейера, наладчиков — наставников, конструкторов, технологов, контролеров и собственно пролетариев умственного труда (белых воротничков, в отличие от рабочих). В банке, магазине, на платной стоянке или в бане, в любой организации должен существовать технологический процесс обработки клиента. Такой процесс должен быть прорабо-

тан до такой степени, чтобы для исполнителя, который работает на конвейере, творчество было исключено. Только в таком случае может быть достигнута высокая производительность и повторяемость процесса. Не нужно управлять конвейером. Управление нужно, когда что-то выходит из-под контроля, ломается или появляется какая-нибудь нестандартная ситуация. Это означает брак в работе сотрудников. Каждый сотрудник должен иметь свою карту, в которой описан план его обязанностей, все варианты его работы, которую он должен выполнять. Ничего другого он не должен делать под страхом увольнения. Допустим, что каждый транзистор в электронном устройстве будет обладать свободой действия, тогда инженер никогда не сможет его настроить, тем более, добиться стабильной работы этого устройства.

Любой человек может стать индивидуальным предпринимателем, любой вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Для того, чтобы стать предпринимателем, нужно получить свидетельство о государственной регистрации. Предпринимательская деятельность должна быть легальной, т. е. человек, если он хочет стать предпринимателем, должен в порядке очереди представить регистрирующий орган по месту жительства следующие документы: заявление, составленное по установленной форме; документ об уплате регистрационного сбора. В заявлении необходимо указать все виды деятельности, которыми будущий предприниматель хочет заниматься. Свидетельство о государственной регистрации предпринимателя оформляется в трех экземплярах: один из них остается в регистрирующем органе, второй дают предпринимателю, а третий должен быть отправлен в налоговую инспекцию по месту жительства. После того как предприниматель зарегистрировался, он как налогоплательщик должен в течение десяти дней после государственной регистрации встать на учет в налоговой инспекции по месту жительства.

Вообще, предпринимательство это рискованное дело, но тот, кто не рискует, не может в дальнейшем добиться успеха. Прежде чем решиться на создание собственного дела, предприниматель должен произвести тщательные расчеты, обладать отличной интуицией и хорошо знать предполагаемый рынок сбыта и конкурентов. Основная функция предпринимательства состоит в том, чтобы производить, доводить до конкретных потребителей товары, услуги, работы и получать за это материальное и моральное вознаграждение. Чтобы успешно осуществлять свой бизнес, предприниматель должен хорошо знать гражданское законодательство, регулирующее эту деятельность.

Мой совет — беритесь за знакомое (а еще лучше — любимое) дело, не занимайте слишком много денег, развивайтесь постепенно, не делайте родных заложниками своего бизнеса.

ЧТО НЕОБХОДИМО ДЛЯ СОЗДАНИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

Создание собственного дела — это прежде всего экономическая свобода людей. В России создание дела, как и везде, осуществляется строго в соответствии с действующим гражданским законодательством, с федеральными законами об отдельных правовых формах участников предпринимательской деятельности и нормативными актами, регулирующими процесс создания и действия предпринимательских организаций. Создание дела предполагает наличие следующих предпосылок.

- Первоначальный капитал для вложения в дело.
- Определенный объем финансовых средств, необходимых для формирования минимального размера уставного капитала.
- Нежилое помещение для размещения будущего

офиса будущей организации и осуществления намеченных дел, или договор аренды нежилого помещения.

- Изучение предполагаемого рынка.
- Создание команды партнеров, знающих отдельные виды деятельности, подготовленные или обученные ведению бухгалтерского и финансового учета, и др.

При выборе собственного дела, карьера, конечно же, во многом зависит от того, чего ты хочешь, что тебе нужно от тебя самого/самой. Нужно взвесить все свои способности и возможности, чтобы, не отказываясь от мечты, создать собственное дело: выявить свои слабые места (особенно в области управления людьми), если это необходимо, поучиться искусству управления делом: нужно научиться разумно рисковать, предвидеть неудачи и стараться их обходить. Поэтому предприниматель должен уметь хорошо рассчитывать предполагаемые последствия от какого-либо риска, владеть всей информацией о деятельности собственного предприятия, потребителях продукции, клиентах, поставщиках, а о конкурентах — в особенности.

Обычно наилучшим видом бизнеса является тот, в котором будущий бизнесмен наиболее заинтересован, а также тот, в котором уже есть определенные навыки. Можно, конечно, проконсультироваться в службе поддержки предпринимательства о различных видах бизнеса в своем регионе, пройтись по рынкам, заглянуть на местные склады, заводы, если они есть, и, наконец, спросить совет у знакомых и родственников, кто-нибудь, как-нибудь точно подскажет.

Лично мне кажется, что любой будущий предприниматель должен знать и хотя бы немного уметь работать в той области, в которой собирается создать собственное дело, а делать то, чего не умеешь и, тем более, не знаешь, обучаться чему-то впопыхах, и в это во все вкладывать свои, а то и занятые деньги, это, мягко говоря, глупо. Взять хотя бы статистику: около 90%

новых предприятий люди открывают в той области, в которой уже имеют опыт работы или прошли специальное обучение и стажировку, или сумели привлечь к созданию дела специалистов, которым можно доверить судьбу своего будущего предприятия.

Еще нужно знать и помнить важнейшее правило, что любой будущий российский предприниматель должен рассчитывать только на собственные силы, ибо только малое предпринимательство пользуется определенной поддержкой со стороны властей. Следует не забывать, что предприниматели имеют право заниматься только законной и лицензируемой деятельностью.

Если же решился и определился, тогда ответ на ряд вопросов.

- Для кого работает твоя фирма, кто твои будущие клиенты (покупатели), есть ли для тебя место под «солнцем рынка»?
- Что будешь производить, какие конкретно товары, какие конкретно выполнять услуги?
- Как производить продукцию (товары), выполнять работы, оказывать услуги, на какой технической и технологической основе, с какими качественными характеристиками, с какими издержками, с каким уровнем конкурентоспособности?

Планируя создавать собственное дело, необходимо руководствоваться важнейшими рыночными принципами, среди которых можно выделить следующие.

- Предпринимательская деятельность направлена на удовлетворение чужих потребностей, значит, нужно найти потребность и удовлетворить ее, предприниматель работает не для себя, а для удовлетворения конкретных потребностей, а сам, соответственно, получает свою прибыль.
- Производить товары следует с более низкими издержками (себестоимостью), иначе рынок может не признать эти товары, а предприниматель не сумеет их продать и получить планируемую прибыль.
- Устанавливая цену на производимые товары, нуж-

но учитывать поведение конкурентов, покупательский спрос на товар, уровень насыщения рынка. Завышенная оптовая или розничная цена не позволит быстро продавать товары, а заниженная — получить необходимый объем прибыли.

Регистрация фирмы

Любая организация или компания будет считаться созданной и приобретет статус юридического лица только после государственной регистрации. Для этой регистрации в налоговую инспекцию по месту нахождения организации нужно представить следующие документы.

1. Подписанное заявителем заявление о государственной регистрации по форме, утвержденной правительством страны. В этом заявлении подтверждается, что представленные документы соответствуют нашим законом и требованиям, что все представленные сведения достоверны, что при создании юридического лица соблюден порядок их учреждения, ну и в том числе, конечно, создания уставного капитала на момент регистрации.
 2. Решение о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа в соответствии с законами нашей страны.
 3. Учредительные документы юридического лица.
 4. Выписка из реестра иностранных юридических лиц соответствующей страны происхождения или другое равное по юридической силе доказательство юридического статуса иностранного юридического лица — учредителя.
 5. Документ об уплате пошлины.
- Обычно регистрация осуществляется в срок не

более пяти рабочих дней со дня представления документов.

Датой предоставления документов при осуществлении регистрации является день их получения регистрирующим органом. Заявителю должны выдать расписку в получении документов с указанием перечня и даты их получения. Расписка должна выдаваться в день получения документов регистрирующим органом. Этот орган не вправе требовать представления других документов кроме тех, которые установлены Законом «О государственной регистрации юридических лиц».

Решение о регистрации, принятое регистрирующим органом, является основанием для внесения в государственный реестр.

Ну, а потом регистрирующий орган представляет сведения о регистрации в государственные органы, определяемые, конечно же, нашим правительством.

Регистрирующий орган может легко обратиться в суд, пожаловаться на тебя, в случае допущенных грубых нарушений закона, либо иных правовых актов, если, конечно, нарушения носят неустранимый характер, и решить вопрос иным путем нельзя.

Учет в налоговой инспекции

Органы, осуществляющие регистрацию организации, должны сообщить об этой организации в налоговый орган в течение 10 дней после ее регистрации. Необходимо подать в налоговую инспекцию заявление о своей организации по установленной форме. Здесь же с этим заявлением нужно представить копии: свидетельство о государственной регистрации, учредительные и другие документы, необходимые при государственной регистрации, документы, подтверждающие создание организации в соответствии с законодательством. Налоговая инспекция обязана поста-

вить организацию на учет в течение 5 дней со дня подачи ею документов и в тот же срок выдать свидетельство. Организации выдается идентификационный номер, который она обязана указывать во всех документах. Организация-налогоплательщик включается в Единый государственный реестр налогоплательщиков.

Уклонение от постановки на учет, нарушение налогоплательщиком порядка постановки на учет в налоговой инспекции ведет неизбежно к штрафам. При постановке на учет налоговой инспекцией выдаются свидетельство и справки, необходимые для открытия расчетного и других счетов в банке. Необходимо в течение 5 дней после даты открытия счета в банке сообщить об этом в налоговую инспекцию, в противном случае будет наложен штраф. В случае ликвидации или реорганизации принятие решения о закрытии компании производится налоговым органом в течение 14 дней со дня подачи заявления.

Как открыть счет в банке

По закону расчеты между юридическими лицами, а также предпринимателями происходят в безналичном порядке. Расчеты между ними производятся также наличными, обычными деньгами, но, по закону, в ограниченном размере (как правило, не более 10 тыс. руб. в сутки). Безналичные же расчеты осуществляются через банки, в которых предприниматели открывают счета. Организации по закону имеют право на открытие одного или нескольких счетов как в одном, так и в нескольких банках. Организация может открыть в коммерческих банках следующие счета.

1. *Расчетные счета.* Используются организациями для зачисления выручки от продажи продукции

(работ, услуг), осуществления расчетов с поставщиками, с бюджетом по налогам, с рабочими и служащими по заработной плате, включаемым в фонд потребления, с банками по полученным кредитам и процентам по ним, а также для платежей по решениям судов и других органов, имеющих право принимать о взыскании средств со счетов юридических лиц в бесспорном порядке (налоговых, таможенных органов). Нашим законодательством не ограничено количество счетов, открываемых организацией в коммерческих банках. Для открытия расчетного счета требуется разрешение налоговой службы, которое выдается по заявлению организации при постановке на налоговый учет.

2. *Текущие счета.* Как правило, с текущего счета выдаются наличные деньги на выплату заработной платы и на другие виды оплаты труда, на командировочные расходы, а также на цели, связанные с хозяйственной деятельностью фирмы. Режим счета должен устанавливаться исходя из полномочий фирмы, определенных в положении о нем, и обязательств перед бюджетами и государственными внебюджетными фондами в соответствии с нашим законом. Текущие счета открываются также общественным организациям, благотворительным фондам и другим организациям, не занимающимся непосредственно предпринимательской деятельностью.
3. *Специальные счета* используются для хранения средств строго целевого назначения.
4. *Валютные счета* нужны для осуществления расчетов в иностранной валюте. Эти счета открываются в коммерческих банках, которые имеют специальную лицензию на ведение валютных операций. Счета могут открываться в любой из свободно конвертируемых валют, причем на каждый вид валюты должен быть отдельный счет. Для открытия валютного счета в банк нужно представить те же

документы, что и для открытия расчетного счета. Достаточно всего лишь одного заявления на открытие валютного счета, если счет открывается в том же банке, в котором у организации открыт уже расчетный счет.

5. *Бюджетный счет* обычно имеют организации, получающие деньги из бюджета, при условии, что эти деньги имеют строго целевое назначение.
6. *Депозитный счет* открывается организациями, вносящим в банк вклад за счет временно свободных денежных средств на определенный срок под определенный процент. Формирование средств на этих счетах осуществляется, как правило, путем перечисления соответствующих сумм с их расчетных (текущих) счетов.
7. *Временный расчетный счет* организации для операций по зачислению первоначальных взносов учредителей организации в складочный капитал и лиц, участвующих в подписке на акции. Любые предпринимательские организации вправе открывать счета в любом банке по месту регистрации. Что касается наборов счетов, то это определяется самой организацией в зависимости от решаемых ею задач.

Для открытия счетов организацией в банк необходимо представить следующие документы.

- Заявление на открытие счета, подписанное директором и бухгалтером организации. При отсутствии должности бухгалтера заявление может быть подписано только директором.
- Нотариально заверенные копии учредительных документов.
- Свидетельство о государственной регистрации организации.
- Справка о постановке на учет в органах государственной статистики.

- Нотариально заверенная карточка с образцами подписей руководителей организации и оттиском печати, утвержденной нотариально.
- Справка-разрешение на открытие счета, выданная налоговой инспекцией и пенсионным фондом.

Порядок лицензирования

Лицензия выдается лицензирующим органом юридическому лицу либо предпринимателю и является документом, разрешающим осуществление каких-либо действий. В соответствии с нашими законами организации обязаны получить специальное разрешение — лицензию. Основными задачами лицензирования являются:

- Обеспечение единства экономического пространства на территории страны.
- Установление единого порядка лицензирования на территории страны.
- Установление единого перечня видов деятельности.
- Установление требований и условий положениями о конкретных видах деятельности.
- Соблюдение законности при осуществлении лицензирования.

Лицензия выдается на все лицензируемые виды деятельности, которые могут выполнять только получившие лицензию предприниматели. Чтобы получить лицензию, нужно представить следующие документы:

- Заявление о предоставлении лицензии (наименование банка и номера расчетного счета, ну и, ко-

нечно, фамилия, имя, отчество, вид деятельности которым хочешь заниматься).

- Копии учредительных документов и копию свидетельства о государственной регистрации (нужно предъявить оригиналы в случае, если копия не заверена нотариусом).
- Копию или оригинал свидетельства о государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя.
- Копию или оригинал свидетельства о постановке соискателя лицензии на учет в налоговой инспекции.
- Документ об уплате лицензионного сбора.
- Сведения о квалификации своих работников.

Все документы принимаются по описи, стоит эта процедура около 300 рублей. Суммы оплаты за рассмотрение заявлений направляются в бюджет. Лицензия может быть и аннулирована решением суда на основании заявления лицензирующего органа, выдавшего лицензию. Основанием для изъятия являются, прежде всего, недостоверные или искаженные данные, неоднократное или грубое нарушение требований и условий, ну а самое главное — это незаконность решения о выдаче лицензии.

ТВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

За границей все уже давно поняли, что без плана нельзя и шагу ступить в любом серьезном коммерческом предприятии. Если ты начинаешь свое дело без хорошего плана, то велика вероятность того, что ты быстро «вылетишь в трубу». В первую очередь план нужен тебе самому, чтобы хорошенько подумать над своими идеями и оценить их разумность. С его помо

щью ты сможешь объективно оценить ситуацию, увидеть сильные и слабые стороны своего предприятия и наметить план конкретных действий, выявить трудности, которые могут возникнуть и, чтобы они не переросли в серьезную проблему, найти пути их устранения. Хороший план можно использовать как финансовую заявку, которая удовлетворит кредиторов. Очень важно личное участие при составлении плана. Включаясь в работу, ты планируешь свою будущую деятельность, тебе становится понятней, что ты хочешь на самом деле и хватит ли у тебя сил для осуществления цели. Бизнес-план станет твоим помощником при переговорах с возможными инвесторами и будущими партнерами. План является внутренним документом фирмы и должен быть понятным всем. Бизнес-план составляется обычно на несколько лет вперед.

Самое основное, что следует учитывать при составлении бизнес-плана:

Прикинь, сколько денег тебе понадобится для начала, какой доход ты собираешься получить. Вычисли все расходы.

Составь свою программу действий – ее последовательность и сроки выполнения.

Сколько людей тебе потребуется, и какими качествами им нужно обладать.

Следи за выпуском продукции, уровнем продаж, качеством, стоимостью и т. д.

Продумай трудовой процесс и методы, которыми будешь пользоваться.

Определи, какой ассортимент товаров необходимо закупить, какие материалы приобрести и найти источники поставки этих ресурсов.

Спланируй, какие материальные объекты тебе необходимы, например, помещения для производства и продаж, для офиса, соответствующее оборудование, перечисли фирмы-производители и марки оборудования.

Запиши все перечисленное с помощью цифр, это будет финансовая смета.

Схема бизнес-плана, начинается с обложки, в ко-

торую входит название фирмы, фамилия директора (глава фирмы), почтовый ящик, номер телефона и факса фирмы, сайт, если, конечно, он есть.

Краткое содержание этого плана — твои цели в бизнесе, возможности бизнеса, рынки сбыта, конкурентоспособность, финансовые результаты, требуемая сумма.

Местонахождение фирмы — очень важный фактор, поскольку от удачного расположения зависит прибыль фирмы.

Цель деятельности — четкое определение всех твоих целей в бизнесе.

Отрасль и создаваемая фирма — необходимо показать с хорошей стороны перспективу выбранной тобой области.

Описание вида деятельности — объясни, на чем ты хочешь сделать свой бизнес и как собираешься достичь своей цели.

Твой продукт или вид услуг — ты должен описать тот продукт или ту услугу, которую собираешься предложить, указать примерную цену товара, услуги, стоимость затрат, и т.д.

Оценка рынка сбыта — нужно изучить свой рынок, т. е. контингент людей, которые покупают твой товар или пользуются твоими услугами.

Конкуренция и конкурентное преимущество — это сильные и слабые стороны конкурентов и преимущества твоего бизнеса перед ними.

Стратегия маркетинга — обмен товаров и услуг на деньги, маркетинговая деятельность, это все что способствует процессу обмена. Если все делается правильно, выигрывают и покупатель, и предприниматель.

В прогнозировании продаж главное — насколько реальны твои прогнозы, они должны учитывать и ожидаемое время продаж, ведь в реальной жизни деньги на счета поступают с опозданием.

Оценка риска. Прежде чем начинать свое дело, нужно проконсультироваться со страховыми агентами по вопросам страхования твоего бизнеса, иначе ты рис

куешь потерять больше, чем можешь себе позволить. Существует несколько видов страхования: страхование от пожара, страхование ответственности пред третьими лицами, страхование имущества, грузов и т. д.

Финансовый план — прогнозирование доходов, затрат, движение денежных средств, прибыль, убытки и источники финансирования.

Управление и персонал — состав совета директоров, сведения о наемных служащих, о ведущих сотрудниках, штатное расписание, количество занятых, оперативный план, график предстоящих работ на ближайшие пару лет.

Безопасность коммерческих секретов и деловой информации фирмы.

Примерный объем бизнес-плана — 40–50 страниц. При составлении плана можно пользоваться специальной литературой, обязательно подтверждая ссылкой на первоисточник. При необходимости можно использовать фото, рисунки, таблицы, поясняющие суть твоего предложения.

Учимся торговать

Итак, ты все-таки решил открыть собственное дело. Это означает одно из двух: либо предлагаешь свои изделия, либо свои услуги. В обоих случаях тебе предстоит заняться торговлей.

Новые дела начинаются с того, что у человека появляется идея что-то сделать, создать. Другими словами, любой бизнес начинается с производства какой-либо продукции.

Множество людей обладают разной квалификацией — кто-то может выполнять работу электрика, ремонтировать машины, а кто-то шить или вязать. Все что-то умеют делать. Обычно человек, решивший применить свои навыки или увлечение в новом деле, какое-то время существует за счет заказов, получаемых

от знакомых и родственников. Однако рано или поздно наступает такой момент, когда необходимо искать клиентов самому. И поэтому, чтобы бизнес выжил, нужно начинать учиться торговать самому.

Производство, финансы, торговля — все эти виды деятельности в небольшой фирме может выполнять один, ну максимум два человека, и только по мере того, как дело развивается и растет, возрастает и число людей, каждый из которых несет личную ответственность за какой-либо отдельный участок деятельности в фирме.

Любой бизнес неизбежно приводит к тому, что человек приобретает профессионализм в совершенно новых для него областях. Так, например, инженер становится продавцом, повариха постигает бухгалтерский учет, а бухгалтер начинает практиковаться в поиске новых клиентов. В любом случае прежде всего надо усвоить, что бизнес следует воспринимать как единое целое. Скорее всего, в бизнесе не представится возможности заниматься только тем, чем хочешь, или что тебе нравится. Придется учиться всему, хочешь ты этого или нет. Но самое трудное для любого начинающего бизнесмена — научиться продавать.

Процесс торговли

Поначалу процесс торговли для большинства людей представляется очень трудным. Все мы почему-то убеждены: чтобы что-то продать, надо уметь убедить покупателя, а иногда и вступить с ним в спор, что, мне кажется, не каждому по душе. Чтобы преодолеть это внутреннее неприятие, можно попытаться посмотреть на продавца как на актера, а на процесс торговли — как на небольшое театральное шоу. Кстати, многие актеры тоже жалуются, что перед выступлением у них сдают нервишки, их преследует страх провала и т. д. Однако в работе они опираются на свой профессиона-

лизм, им помогают полученные в ходе обучения навыки, многолетние тренировки. Все это помогает актеру в каждом спектакле. Так что торговля — это тоже театральное действо, ибо включает в себя: подготовку к спектаклю, изучение собственной роли, выход на сцену и начало продажи.

Ну, а чтобы продавать на высшем уровне, нужно досконально знать это дело, как и всякое другое, будь то работа на швейной машинке или за компьютером. Попробуй, убеди себя в том, что при желании научиться можно всему. В самом деле, никто же не станет участвовать в гонках, если не научится водить машину. Так и здесь: научишься продавать — будешь продавать.

Методы торговли

Есть несколько факторов, влияющих на процесс продажи товара.

Тип товара. Например, одежду можно предложить через небольшой магазинчик. Ну, а если нужно реализовать, скажем, инструментарий, то в этом случае нужно поискать более крупную компанию.

Твои личные способности как продавца. Конечно, для начинающего проще всего иметь дело с небольшими организациями, где многое зависит от личного контакта. В дальнейшем можно переходить и на работу с более крупными компаниями, но работать с большими организациями в некоторых отношениях сложнее.

Отпущенное время на продажу товаров. Если ты самостоятельно изготавливаешь и самостоятельно продаешь свои изделия, то, конечно, у тебя нет времени, чтобы бегать по фирмам. Разумнее будет обзавестись несколькими надежными клиентами, живущими вблизи от тебя, или просто воспользоваться услугами телефона или почты.

Главное в организации любого бизнеса — создать пакет заказов и обзавестись надежной клиентурой. А

для этого им нужно предложить что-то такое, что они захотели бы купить. Заказчики формируют направление бизнеса, цель которого прибыль, получаемая в результате торговых операций. Любая торговля предполагает наличие заказчика или покупателя, которого ты должен удовлетворить. Иными словами, тебе нужно предложить покупателю то, за что он захочет заплатить. А покупатель свободен в своем выборе. Поэтому, начиная новое дело, всегда просчитывай реакцию на него будущего потребителя. Например, если бы все товары были одинаковыми по своим качествам и оформлению, покупателю незачем было бы выбирать, когда везде одно и то же. Вот тут у тебя появляется шанс выделиться: изменить цену на свой товар — вот единственный и основной факт конкурентоспособности твоего товара. А конкурировать товары могут только на рынке. Рынок — это место, где продаются товары или виды услуг. В качестве примера приведем услуги парикмахера на дому. В этом случае рынок твоих услуг будет включать в себя всех людей, пользующихся твоим трудом в домашних условиях. Хочется предупредить, что успех в любом деле — это умение найти свое место под солнцем, т.е. занять свою нишу на рынке. Например, подумай о том, как облегчить жизнь сиротам или усовершенствуй какой-нибудь технологический процесс. Если у тебя есть какая-то интересная идея — для тебя всегда найдется место на рынке. Придумать что-то по-настоящему новое очень нелегко, но можно усовершенствовать какое-нибудь уже существующее изделие или изобрести новые способы применения уже знакомой вещи, предварительно немного усовершенствовав ее. Любое новое изделие, доведенное до совершенства, требует много времени и денег, но нет ничего хуже, чем появляться на рынке с незавершенным товаром. В этом случае ты рискуешь с самого начала произвести плохое впечатление на своего покупателя, а заодно и привлечь внимание конкурентов к своей идее. Я не говорю уже о мощных компаниях: уж они-то очень быстро перехватят твою

новинку и молниеносно доведут ее до совершенства и выбросят на рынок, опередив тебя. Поэтому запомни: продвигать свой товар на рынок можно лишь тогда, когда ты абсолютно уверен, что изделие безотказно в работе и не имеет дефектов. Я хочу предложить тебе несколько простейших и не очень простых примеров.

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

Ресторанный бизнес — идеальная сфера приложения сил для людей творческих, трудолюбивых, увлекающихся и в чем-то авантюрных. Рестораны торгуют вовсе не едой. И тем более не выйивкой. Блюдо имеет материальную оболочку до того момента, пока не окажется в желудке посетителя. После этого остаются лишь воспоминания о вкусе, запахе, окружении, обстановке. Рестораны торгуют услугами, удобствами, доброжелательной атмосферой, отдыхом и романтикой. Для того, чтобы клиент все это получил, требуются немалые вложения денег, труда и знаний.

Большинство людей убеждено в том, что ресторанный бизнес связан с невероятным риском, может быть, самым высоким в розничной торговле. Несомненно, риск есть, как и в любом бизнесе. Тем не менее с каждым годом становится все больше людей, мечтающих о профессии ресторатора, готовых вкладывать деньги, немалые, в индустрию общественного питания.

Для чего люди открывают рестораны? Как правильно, одновременно заработать и самоутвердиться. Для кого-то ресторан — интересная игрушка, для кого-то — дом родной. За последние годы ресторанный бизнес прошел все характерные для смены экономической и политической формаций этапы (от ресторана — признака «крутизны» хозяина до хобби и семейного «дела») и сегодня выходит на новый уровень — профессионального подхода к организации заведения общественного питания.

Подводные камни ресторанного бизнеса

Симпатичных заведений в городе много, хотелось бы, чтобы в них еще и покушать можно было. Прошли времена, когда в ресторан невозможно было попасть, и клиенты по-детски радовались заливной осетрине — зачастую деликатесы можно было отведать только в ресторанах. Но и тогда, выходя, качали головами: «У меня Нинка лучше бы сготовила». Сейчас клиент, заходя в ресторан, желает либо откусать то, чего никогда не приготовят в домашних условиях, либо блюдо должно быть приготовлено так, что любимая теща никакой конкуренции не выдержит. Кстати, профессионализм повара в том и заключается, чтобы из обычных, всем знакомых продуктов (если мы говорим не об экзотической кухне) приготовить блюдо — пальчики оближешь. Не случайно на международных конкурсах поварского искусства запрещено употреблять супер-продукты: осетрину, трюфели, семгу и икру, которые хороши сами по себе и особого таланта создать из них кулинарный шедевр не требуется. То есть когда клиент покидает ресторан с мыслью: «Да, дома так не приготовишь», — он непременно придет еще раз. И такие рестораны за последние годы появились. Больших усилий стоит найти хорошего шефа и помощников ему. В нашей стране кулинарные учебные заведения далеко не на высшем уровне. В основном училища бедные, техническая база осталась еще с тех времен, когда на плите стояло три бака с кроваво-красными надписями: «первое», «каша» и «компот». Сейчас рестораны обзаводятся современными линиями, зачастую импортными, работать на которых наши выпускники «кулинарного техникума» просто не умеют. Все равно берут, кадры научим. С «шефами» сложнее. А уж если кухня экзотическая, совсем беда. Необходимо приложить большие усилия. Обратиться можно в агентства, специализирующиеся на подборе персонала для ресторанов, денег это будет стоить немалых, но оно того стоит.

Самая болезненная тема для рестораторов — обслуживание. Безусловно, хамоватые, воровитые, безбожно обсчитывающие, подслушивающие, а порой, напротив, глухие, официанты и бармены способны раз и навсегда затмить благоприятное впечатление от мастерства шеф-повара и дизайнерских изысков. В то же время приятное обслуживание способно сгладить недостатки кухни.

Что бы там ни рассказывали рестораторы о кадровом голоде, заявляя, что они не Макаренко, поведение обслуживающего персонала во многом зависит от позиции владельца и метрдотеля. Тон все-таки задает глава. В идеале ресторан работает для того, чтобы доставлять удовольствие. Заходит в ресторан человек «с лицом»: неприятности, нездоровится, плохое настроение — недоволен изначально. Задача ресторана — переломить настроение, чтобы на выходе человек улыбался. Причем союзник у ресторана самый мощный из созданных природой — человеческий аппетит. Сытый человек благодушен и миролюбив. Официанту только не испортить бы это состояние. Конечно, если кухня так себе, официант в состоянии ее проблемы сгладить. Но второй раз ты туда не пойдешь. Однако когда в заведении неплохо готовят, но официанты ведут себя как дефективные подростки мало кто согласится терпеть их даже ради самых умопомрачительных вкусовых ощущений. Но, учитывая бурный рост бизнеса, рестораны, которые закрывают глаза на недостатки в той или другой области, рискуют растерять клиентов: клиенту есть из чего выбирать... Существует проблема капризного клиента, которому просто невозможно угодить. Этот при каждом посещении устраивает шоу, унижает официанта по поводу и без, и по части хамства утрет нос любому халдею. Уменьшение количества таких клиентов, видимо, будет происходить пропорционально увеличению количества хороших ресторанов. Хотя и не обязательно. Рестораторы не любят об этом говорить, полагая, что раз есть неудовлетворенные клиенты, значит — они плохо работают.

Зачастую ресторатор запускает бизнес-идею, вкла-

дывается в добротный ремонт, мудрит над интерьером, находит хорошего шефа. Ресторан начинает успешно работать, приносить прибыль... И тут владелец успокаивается, убежденный, что теперь-то можно почивать на лаврах и стричь купоны. Увы, ресторанный бизнес успокоенных не любит и за равнодушие больно бьет по карману, а главное — по репутации. Для ресторана лучшая реклама — народная молва.

Нельзя сказать, что сегодня потребность в подобных заведениях, претендующих на элитарность, удовлетворена. Рестораны относятся к той категории услуг, которых много не бывает. Чем больше ресторанов, тем лучше — соглашаются и сами рестораторы. Не только для клиента, которому необходимо разнообразие, но и для самого бизнеса. Поэтому открытие хорошего нового ресторана, безусловно, событие. В качестве примера подробнее рассмотрим открытие небольшой кофейни...

Множеству людей необходимо где-то устраивать деловые встречи, назначать свидания, а иногда просто отдохнуть от всего наедине с книжкой или газетой. Для этого лучше всего подойдет какое-нибудь уютное и одновременно стильное место. Такому определению в полной мере отвечает кофейня... В нашей стране кофеен пока не так уж много, хотя в столице они потихоньку начинают появляться. Однако возможности на этом рынке услуг по-прежнему безграничны. Например, на одну Италию приходится около 200 тысяч подобных заведений, и, по оценкам экспертов, число их будет постоянно расти как минимум до 2015 года. Для тех, кто собирается открыть собственную кофейню, мы публикуем несколько практических советов — с чего нужно начинать, на что обратить особое внимание, как решать возникающие проблемы...

Как правильно найти место

Все специалисты ресторанного бизнеса знают, что успех дела на 80 процентов зависит от правильно вы-

бранного местоположения. Кофейня тут исключением не является. Для открытия такого заведения нужно искать места двух типов. Первый — это районы высокой миграции: стадионы, театры, кино, места развлечений, — словом, такие места, куда люди приходят приятно провести или скоротать время. Здесь можно приобрести огромную массу случайной клиентуры. Единственный недостаток заключается в том, что не все эти люди станут постоянными посетителями. В лучшем случае их визиты будут зависеть от того, забросит ли их судьба в эти края. Второй тип — места с постоянной клиентурой: офисные здания, бизнес-центры и т.д. В таких районах вечера и выходные не будут приносить особой прибыли, но зато в рабочее время клиентов придет действительно много, поскольку перекусывать и назначать встречи в середине рабочего дня они будут именно у вас. В таких местах легко обзавестись постоянными посетителями. И если в первый день работы ты можешь продать всего 30 чашек кофе, то 20 из 30 клиентов вернутся к тебе на следующий день, да еще расскажут про новое заведение своим сослуживцам. Если подходящее помещение найдено, задай себе вопрос: «Приятно ли мне будет находиться здесь по 40 – 60 часов в неделю?». И в случае положительного ответа больше не раздумывай.

Как заработать, открыв кофейный лоток

Выбираем кофе

Сразу приготовься к тому, что поисками «идеального» места придется заниматься довольно долго. Поэтому не теряй время — параллельно узнавай о том, где и какой кофе лучше всего закупать, у кого приобрести лучшие кофейные машины, как составлять кофейное меню и что, кроме кофе, могло бы подаваться в

твоём заведении... Сначала о кофе. Его качество зависит от многих составляющих: начиная от места, где он произрастает и как его собирают, и заканчивая способом обжаривания, хранения и упаковки. Все это можно узнать, если как следует расспросить поставщиков. Если ты остановил свой выбор на нескольких компаниях, приступай к важнейшему моменту — дегустации. Одно из правил кофейного дела гласит: продавать нужно только то, что нравится. Поэтому все поставщики кофе просто обязаны организовать для своих потенциальных клиентов дегустацию. В идеале она проходит так: тебя приглашают в проветренную комнату без посторонних запахов (духов или сигарет). Каждое из зерен-образцов выкладывается на отдельную тарелочку — это делается для того, чтобы изучить их на вид. Зерна должны быть правильной формы, бархатистыми на ощупь и не слишком мелкими. Цвет может варьироваться — чем выше температура обжаривания, тем зерно темнее. Затем зерна перемалывают в кофемолке. В маленькую фарфоровую чашечку кладутся две столовые ложки смолотого кофе и заливаются кипятком. Если эта смесь через 2—3 минуты начнет издавать кисловатый запах, то кофе старый. Чтобы окончательно определиться, в чашку нужно опустить серебряную ложечку. Осядет на ложечку пена, значит, кофе свежий. Потом надо наклониться к самой чашке и снова понюхать кофе. Попросите сварить из одной и той же смеси разные виды напитка — эспрессо, капучино и латте (кофе с молоком). Столь обширная дегустация нужна потому, что не каждая смесь подходит для всех видов напитка. Например, из нее может получиться замечательный эспрессо и не очень вкусный латте. Гурманы считают кофе без кофеина нонсенсом, но вы их не слушайте. В Европе, например, 65 процентов тех, кто употребляет такой кофе, пьют его регулярно в течение дня. Это значит, что большинство из них — настоящие любители кофе, просто они считают кофеин вредным для своего здоровья. Кроме того, такой нюанс — спрос на кофе без кофеина может возрасть среди тех будущих клиентов,

которые вечером опасаются бессонницы. Именно поэтому пару видов такого напитка лучше иметь в меню.

Какая машина для варки кофе лучше

Параллельно с выбором кофе приступай к поискам кофеварочных машин. Выбирать нужно между полуавтоматическими, автоматическими машинами и суперавтоматами. Достоинства полуавтоматических — в их простоте и относительной дешевизне. Недостаток — бармен должен постоянно следить за приготовлением кофе и не может в это время заниматься другими делами. Основное преимущество автоматических машин заключается в том, что бармену достаточно просто нажать кнопку и через какое-то время взять готовую порцию. Суперавтоматы делают все сами — выставляют помол, мелют кофе, отмеряют нужную дозу, прессуют и варят кофе любого вида. Правда, у таких аппаратов довольно высокая цена, но зато они могут готовить до 240 чашек кофе в час без снижения качества.

Как правильно составить меню

Вообще-то тут нет пределов фантазии. Мы же рекомендуем начать с небольшого количества предложений. В меню должно быть несколько традиционных эспрессо-напитков. Как правило, первые линии в меню кофейен занимает эспрессо, эспрессо американо (эспрессо с добавлением кипятка), капучино и латте.

А дальше все зависит от твоих возможностей и воображения. Например, для приготовления различных кофейных вариаций используют сиропы. Их множество — от шоколадного и ванильного до смородинового, карамельного, миндального, апельсинового... Эспрессо часто делают и с алкогольными добавками. Скажем, неплохо включить в меню несколько коктейлей из эспрессо с ликером «Бейлис», с коньяком или «Амаретто». Как ни странно это прозвучит, но опыт

показывает: в кофейню могут прийти люди, которые пить кофе вовсе не собираются. Именно для них нужно создать альтернативу. В принципе, предложить можно все что угодно — от сока до крепких напитков. Но лучше все-таки, чтобы такой альтернативой стал чай. Во-первых, так будет соблюден стиль, а во-вторых, чай хранится дольше кофе и стоит дешевле (из килограмма чая получается в четыре раза больше порций, чем из килограмма кофе). Лучше иметь как минимум по два сорта черного, зеленого и травяного чая. Его подачу можно оригинально обставить: например, японский зеленый чай хорошо подавать в маленьких фарфоровых чашечках. Если говорить о закусках, то и здесь все зависит от твоей фантазии. По идее, кофейня не исключает даже полноценных обедов. А вот как эта задача решается в Европе. Владельцы маленьких ресторанчиков нанимают кулинаров-любителей, которые несколько раз в неделю выпекают им торты собственного «сочинения». Такие люди запрашивают не слишком высокую цену (особенно если продукты закупаете вы сами), зато в твоей кофейне всегда будут такие десерты, которых больше нигде не найдешь! После того как меню тщательно составлено, нужно решить, как его представить клиентам. Повесить над стойкой бара или положить на столики? А может быть, отпечатать на специальных программках, которые посетители заберут домой на память? В любом случае меню должно быть предельно ясным для покупателя. Все нужно описать так подробно, чтобы клиенты точно знали, что им предлагается. Кроме того, каждый напиток должен иметь красивое и лаконичное название, тогда его будет удобно заказывать. И, наконец, дизайн меню, его цвет и шрифт продумывай, ориентируясь на стиль и интерьер заведения.

Имидж кофейни – половина успеха

После того как наметились технические детали, приступай к эстетической стороне дела, т. е. созда-

нию атмосферы. Профессионалы считают, что это самый главный момент после хорошо выбранного места и отменного качества предлагаемого продукта. Для формирования имиджа кофейни придерживайся нескольких базовых правил: не нужно слишком увлекаться дизайном: не гоняйся за определенным стилем, не загромождай помещение всякими роскошными предметами и безделушками. Это дорого и совершенно неоправданно. Главная забота — цвет, фактура и уют. Выбирай теплые, спокойные оттенки. Старайся, чтобы они соответствовали району, где находится ваше заведение. Продумай и такие «мелкие» детали: какими на ощупь должны быть ваши скатерти, салфетки, шторы, насколько жесткими будут ковры, насколько твердыми обои. Постарайся подобрать небольшие, не очень массивные столики, удобные стулья, невывучурные приборы... Все это, в конце концов, и составляет уют. В принципе, подбор интерьера требует специальных знаний. Поэтому если ты не собираешься приглашать профессионального дизайнера, то хотя бы найди возможность с ним посоветоваться.

Подбор персонала

Согласись, не только мебель и скатерти создают истинную атмосферу кофейни. Главные ее составляющие — это искренность и любовь к людям. Поэтому подбору персонала следует уделить особое внимание. С одной стороны, нужно искать людей со стандартным набором качеств: расторопность, хорошая реакция, аккуратность. С другой — они должны быть настоящими любителями и знатоками кофе. Если потенциальные работники специально для тебя выучат наизусть какую-нибудь книжку и будут с энциклопедической точностью цитировать оттуда абзацы, не связывайся с ними. Официанты кофейни — это люди, по-настоящему заинтересованные в кофе. Пускай на первых порах они знают не так уж много, это вовсе не грех. Важны

не знания, а любознательность. Официанты должны с удовольствием рассказывать клиентам о том или ином сорте кофе или о кофейной церемонии. Тогда у посетителей возникнет интерес к вашему заведению еще и потому, что здесь они могут почерпнуть для себя что-нибудь новенькое, занимательное. Естественно, о кофе нельзя знать все, однако всегда можно придерживаться определенной линии поведения. Если клиент поставил официанта в затруднительное положение, ему стоит просто поинтересоваться, что именно посетитель имеет в виду. А потом с благодарностью принять к сведению объяснения и в случае необходимости добросовестно попытаться сделать то, что от него требуют. Это выгодно всем: и клиенту, который останется доволен собой и собственной эрудицией, и официанту, у которого прибавилось знаний. Общение посетителей и официантов должно протекать в форме непринужденной беседы. В этом случае и возникнет та неповторимая атмосфера, в которую людям захочется вернуться. Так что если в потенциальном сотруднике вы чувствуете задатки к такому общению, то лучше потратить время на его обучение, чем брать человека с опытом работы, но без умения общаться в подобном стиле.

Маленькие хитрости

В своей кофейне можешь открыть небольшой дополнительный бизнес, который также будет способствовать созданию имиджа твоего заведения. Речь идет о маленьком магазинчике или простом лотке, где продавались бы кофейники, кофейные чашки, книжки о кофе, о способах его варки, рецепты приготовления и, наконец, сам кофе — тех же сортов, которые представлены в твоём меню. Таким образом посетитель сможет попробовать тот или иной сорт сначала в вашей кофейне, а потом у вас же купить кофе, чтобы готовить его дома.

Итак, вроде бы для открытия все сделано. Фактически все предыдущие действия были лишь подготовкой, а настоящий бизнес начинается только сейчас. День открытия — это не то время, когда к вам поступит первая прибыль. Наоборот, ты терпишь сплошные убытки — отпечатаны приглашения, запущена радиореклама, опубликованы сообщения в газетах... Не волнуйся — успех не за горами. А пока повесь на дверь и окна кофейни красочную привлекательную табличку, извещающую о том, что кафе «НАКОНЕЦ ОТКРЫТО». В первые недели не запирайся в своем кабинете и не зарывайся в бухгалтерских счетах. Большую часть времени тебе надо проводить в зале — обучать или корректировать действия персонала, общаться с клиентами, решать возникающие проблемы. Это понравится клиентам, а ты сможешь лично убедиться, все ли сделано правильно. Для того чтобы как следует наладить бизнес, мало хорошего места, высокого качества продуктов и уютной атмосферы. Нужно, чтобы о кафе узнали. Для этого придется отпечатать рекламные буклеты и раздавать их в районе твоего заведения. Очень эффективной рекламой считается и распространение листовок с купоном на одну бесплатную чашку кофе. А еще лучше, если каждую неделю или каждый месяц эти купоны будут меняться. Скажем, в ноябре они позволят выпить бесплатно чашку эспresso, а в декабре — латте... Более высокая ступень маркетинга — выяснение культурных потребностей клиентов и организация мероприятий для их удовлетворения. Можно, например, устраивать в кофейне концерты, поэтические вечера или встречи с представителями культуры и искусства. И напоследок самый очевидный совет — пройдишь по уже существующим кофейням, оцени их атмосферу, меню... А потом сделай то же самое, но только лучше и оригинальнее. Вот так.

КАК ЗАРАБОТАТЬ НА ГОРЯЧЕЙ ВЫПЕЧКЕ

Если у тебя имеется небольшой стартовый капитал, то ты можешь попробовать торговать продукцией, пользующейся ежедневным повышенным спросом покупателей, если у тебя есть торговая площадь или возможность взять ее в аренду, то, возможно, сфера быстрого питания как раз для тебя. Из большого разнообразия различных уличных кафе и палаток, где можно быстро и недорого перекусить, внимание предпринимателя все более привлекает продукция такой сферы фаст-фуда, как горячая выпечка из замороженных полуфабрикатов длительного срока хранения (до трех месяцев), из слоеного дрожжевого теста. Реализация горячей выпечки является привлекательным направлением как для тех, кто хочет расширить сферу деятельности, так и для тех, кто впервые пробует силы в бизнесе. Причем здесь возможны и варианты постепенного роста бизнеса из одной точки при относительно низких затратах на ее создание, и одновременное открытие розничной сети. Что же собирает очередь у киоска с горячей выпечкой? В чем изюминка и привлекательность?

- *Во-первых* — все свежее, продавец прямо на глазах покупателя достает из печи и выкладывает на поднос только что выпеченные пирожки. Ведь давно доказано, что не только возможность купить свежеспеченные изделия, но и визуальное наблюдение за процессом образования румяной корочки, аромат свежеспеченного хлеба или сдобы, словом, эффект участия в процессе выпечки — все это привлекает покупателя, создает у него «благоприятный образ».

- *Во-вторых* — широкий ассортимент на все вкусы: слойки с мясом, грибами, сыром, картошкой, фруктами и ягодами, такие знакомые с раннего детства.

- *В-третьих* — качество не вызывает сомнения,

киоск чистый, продавец опрятный, приятный запах свежей выпечки.

• И, наконец, цена такая, что покупку может себе позволить даже пенсионер. Все это содействует росту числа постоянных покупателей и популярности торговых точек с горячей выпечкой.

Основным потребителем горячей выпечки является покупатель, имеющий средний и низкий размер дохода. Одна торговая точка обслуживает от 500 до 800 человек в день в зависимости от ее месторасположения. Если говорить об определенном этапе жизненного цикла данного товара, то настоящий момент соответствует периоду завершения роста и переходу к этапу зрелости. Однако жизненный цикл данного товара продлится долго. Для регионов это деятельность является еще сравнительно новой, и появление там точек с горячей выпечкой всегда вызывает повышенный спрос. Для приготовления начинки используются только свежие продукты и натуральные фрукты. Для приготовления теста применяются только качественные ингредиенты, благодаря чему тесто хорошо слоится и поднимается. Цены приемлемы для широкого контингента покупателей. Данная продукция, по сравнению с аналогами, пользуется наибольшим спросом у потребителей благодаря своим вкусовым качествам. Компания, выпускающая такую продукцию, должна иметь необходимые сертификаты соответствия, гигиенические заключения. Технологическое оборудование (итальянского производства), используемое для выпечки в местах продажи, должно соответствовать всем требованиям, иметь сертификат соответствия. Выпеченная продукция не теряет вкусовых качеств в течение суток. Оптимальное расположение торговых точек с горячей выпечкой — это места наибольшей проходимости людей: станции метро, конечные остановки городского транспорта, железнодорожные и автобусные вокзалы, аэропорты, продовольственные и вещевые рынки, хорошо посещаемые продовольственные магазины, места скопления офисных и общественных зданий, подземные переходы,

холлы учебных заведений, театров и школ, и т.д. Площадь торговой точки может не превышать 4 кв. м. Это может быть небольшой киоск или отдел в магазине. Данный товар способен кардинальным образом изменить имидж магазина, привлечь дополнительную клиентуру. Аромат выпечки ненавязчив, при этом он может распространяться за пределы магазина, что явно привлечет покупателей «заглянуть на запах». Удачный выбор торгового места — не единственный фактор успешных продаж. Важно только ежедневно контролировать торговую точку и работу продавца. В первые несколько месяцев проводить анализ потребительского спроса, стараться создать максимально положительный имидж.

Удачным является сочетание горячей выпечки с чебуреками, горячими и прохладительными напитками. Причем крупные компании — производители напитков («Кока-Кола», «Пепси», «Нескафе» и др.) с удовольствием участвуют в совместных проектах по организации точек торговли со свежей выпечкой, вкладывая средства в рекламу и продвижение своей продукции посредством организации подобных точек.

Торговая наценка, доход и издержки

Торговая наценка на выпеченные пирожки составляет до 100%. Отпускная цена полуфабрикатов в среднем 4 руб./шт. Сложившаяся реализационная цена в Москве — 8 руб./шт., в регионах — 6—8 руб./шт. Чтобы заниматься этим делом, необходимо обучиться технологии выпечки продукции из замороженных полуфабрикатов, так как она должна осуществляться хорошо обученным специалистом, знающим все нюансы работы с данным видом продукции. Возможно, потребуется не только пекарь, но и помощник, если спрос на продукцию достаточно высок. Основное внимание нужно уделить подготовке персонала в плане

правильного общения с клиентами, что не менее важно, чем профессиональные навыки. Для организации непрерывного процесса выпечки в месте реализации понадобятся: комплект оборудования, состоящий из конвекционной печи, расстоечного шкафа (он служит для разморозки и поднятия замороженных полуфабрикатов), морозильного ларя, где пирожки хранятся в течение дня до момента выпечки, стеллажи или витрина для подносов с готовой продукцией, рукомойник, реклама, касса. Это все. Установка конвекционной печи не требует дополнительной покупки и монтажа вытяжки. Основным потребителем электроэнергии — печь. Производительность оборудования — порядка 100 шт. в час. Сам процесс выпечки происходит следующим образом. Полуфабрикаты из морозильной камеры помещают для расстойки в пруфер, где они должны увеличиться в размерах в 1,5—2 раза. Время расстойки — от 40 мин до 1 часа. Далее подготовленные изделия попадают непосредственно в печь. Время выпечки 15—20 мин.

Для организации торговли горячей выпечкой в арендованных киосках, палатках, отделах в магазине необходимо осуществить следующие действия.

1. Зарегистрировать предпринимателя без образования юридического лица. Эта форма является оптимальной по следующим причинам: покупка предпринимателем торгового патента стоимостью 1000 руб. освобождает его от уплаты всех налогов, кроме социального на оформленный персонал, при обороте до 1 млн руб. в квартал. При обороте от 1 до 8 млн в квартал предприниматель платит только льготный НДС — 10%. На хлебобулочные изделия налог с продаж не распространяется.
2. Заключение договоров аренды торговых точек с администрацией торговых рядов, рынков или др. В первый месяц многие арендодатели не взимают арендную плату. Это обусловлено тем, что оформление документов, разрешающих торговлю, происходит не за один день.

3. Следующим шагом является получение в СЭС заключения о возможности осуществления торговли на арендованной торговой точке. Стоимость заключения 250 руб., сроки — от 1 дня до 2 недель, в зависимости от правил конкретных СЭС. В СЭС необходимо также заверить ассортиментный перечень товаров, которые будут продаваться в торговой точке. Затем этот перечень требуется зарегистрировать в администрации района, к которому относится торговая точка.
4. Все точки торговли должны быть оборудованы кассовыми аппаратами. Покупка кассы должна сопровождаться заключением договора с фирмой, специализирующейся на техническом обслуживании кассовых аппаратов. После чего кассовый аппарат необходимо поставить на учет в налоговой инспекции.
5. Последний вопрос — оформление продавцов. Продавцы на выпечке должны иметь санитарную книжку. Вся подготовка документов займет примерно 2–3 недели.

Несколько слов необходимо сказать о сезонном изменении спроса. Середина — конец весны и практически вся осень — наиболее прибыльное время в году. Наименее благоприятными являются около 10 новогодних дней. Летний спрос падает на 15–30 %, но только при температуре выше 30 градусов. В это время следует делать упор на пирожки со сладкой начинкой и на напитки. Также наблюдается неизбежное падение выручки в выходные и праздничные дни.

Сколько стоит арендовать офис и купить необходимую технику

На сегодняшний день — выпечка очень прибыльное дело. Допустим, ты вкладываешь 20 000 у.е. в тор-

говлю горячей выпечкой в 8 арендованных киосках. Для этого нужна предварительная подготовка.

В целях экономии для офиса можно выделить часть квартиры. Офис укомплектовать оргтехникой общей стоимостью 1500 у.е. (компьютер, факс, мебель, канцелярские принадлежности и т.д.). В каждый киоск установить кассовые аппараты стоимостью 100 у.е.; комплекты для выпечки стоимостью порядка 1000 у.е.; морозильные лари стоимостью в среднем 450 у.е.; рукомойники (стационарные электроводонагреватели) стоимостью 100 у.е.; рекламные наклейки стоимостью 30 у.е.; ремонт и подготовка для торговли стоимостью порядка 100 у.е.; установка стеллажей для готовой продукции стоимостью 100 у.е. В торговых палатках сделать первоначальный запас замороженных полуфабрикатов на 1 день на сумму 1100 у.е., из расчета 10 коробок на точку при средней стоимости полуфабриката 4 руб./шт. Итого первоначальные капитальные вложения в торговую сеть из 8 точек составили: 100 (касса) + 1000 (комплект для выпечки) + 450 (ларь) + 100 (рукомойник) + 30 (наклейки) + 100 (ремонт) + 100 (стеллажи) = 1880 у.е. (для одной точки). Округлим эту цифру до 1900, включив рабочую одежду продавца и другие возможные мелкие расходы и сделаем расчет для 8 точек: 15 200 у.е.

Прибавим стоимость оргтехники: итого 16 700 у.е. Аренда точек реализации зависит от выбора торговых рядов и в среднем колеблется от 400 до 800 у.е. Важно, чтобы торговые точки располагались в местах с наибольшей проходимостью людей, ибо выручка между двумя палатками, одна из которых расположена в людном месте, а другая — нет, разнится в 2,5–3 раза. Итак, средняя арендная плата за торговую точку составляет примерно 600 у.е./мес. Стоимость аренды 8 точек на месяц — 4800 у.е. Иногда электричество, вынос мусора, охрану приходится оплачивать отдельно, поэтому округляем сумму аренды до 5000 у.е. Функционирование торговой сети обеспечивает штат, состоящий из 19 сотрудников, в числе которых 16

продавцов, работающих в режиме неделя — через неделю, 2 менеджера. Бухгалтерский учет ведет приглашенный на неполный рабочий день бухгалтер.

Система оплаты труда штата — процент от выручки, продавец, например, получает в среднем 3–4 % от выручки в конце недели при сдаче смены.

Первоначальные вложения в торговую сеть горячей выпечки из 8 арендованных киосков составили 16 700 у.е., ежемесячные платежи — 5000 + 2750 7750 у.е. Показатели выручки, которые используются в приведенных ниже расчетах, приближены к реальным и составляют, по среднегодовым показателям, 200 у. е. в день с торговой точки. С июня по август в торговле выпечкой, как и в других секторах рынка, объемы реализации падают. В связи с этим в расчетах объемы выручки сокращаются на 10% в июне и в августе и на 20% — в июле. В сентябре–октябре и апреле показатели выручки увеличиваются на 25 %. Итого средняя ежемесячная выручка 8 точек составляет $200 \times 8 \times 30 = 48\,000$ у. е.

Валовой ежедневный доход

Валовой ежедневный доход 1 торговой точки при расчетной стоимости замороженной слойки 4 руб., а выпеченной 8 руб. составляет 100 у.е., ежемесячный — 3 000 у.е., для 8 точек — 24 000 у. е.

В результате получаем следующую картину за месяц:

Выручка — 48 000 у.е.

Стоимость полуфабрикатов — 24 000 у.е.

Накладные расходы (зарплата, аренда и пр.) - 7 750 у.е.

Прибыль до налогообложения — 16 250 у. е.

Соответственно в год — $16\,250 \times 12 = 195\,000$ у.е.

Величина налога во многом зависит от выбранной организационной формы работы торговой сети, коли

чества работающих сотрудников и от применения схемы оформления торговых точек. Например, можно оформить каждые 2–3 торговые точки на разных предпринимателей, тогда сумма выручки в них не будет в квартал превышать 1 млн руб. При расчете показателей применительно к регионам России все данные отличаются в сторону уменьшения примерно на 20–30 %. При покупке стационарных киосков в собственность существенно уменьшается составляющая аренды, но возрастают первоначальные капиталовложения и возникают дополнительные налоговые платежи.

Необходимо также отметить следующие положительные моменты данного вида деятельности.

- Сдача смены продавцом происходит в среднем за 10–15 мин.
- Нет расходов на транспорт и содержание склада.
- Существенно уменьшается возможность воровства и обсчета продавцами.
- Нет необходимости постоянного поиска более дешевого однотипного товара.
- Контроль за деятельностью подобной торговой сети занимает немного времени и необременителен.

На примере приведенных расчетов мы видим, что годовая рентабельность при инвестировании суммы, эквивалентной 17 000 тыс. у.е., составляет более 1000 %, что является очень привлекательным показателем для инвестиций в эту сферу деятельности. Торговля горячей выпечкой позволит получать высокий ежемесячный доход, рационально использовать имеющуюся торговую площадь, привлечет большее количество посетителей.

Продажа пиццы

Производство пиццы — это всегда доходный бизнес, особенно когда ты правильно организуешь торго-

вую точку. Приготовление и реализацию пиццы можно считать как мелким, так и средним бизнесом, в зависимости от масштаба его реализации. Для старта потребуется вложение средств, минимальное количество которых должно составлять не менее 2 тыс. у.е. Что касается открытия точки в своем городе — если это крупный город, с массой всевозможных кафе, баров, закусочных, то необходимо подобрать место с хорошей проходимостью людей, предпочтительно молодежи. То есть неплохо было бы установить торговую точку возле крупных учебных заведений (не школ), либо в местах скопления молодежи (общезития, спорткомплексы, парки).

Если ли же город с небольшим количеством населения, следовательно, нужно будет создать условия, чтобы твой товар был востребован, а именно: основная торговая точка должна находиться непосредственно в центре города (хорошо, если рядом есть остановка транспорта, рынок или автомагистраль). С первых дней работы организуй доставку пиццы на дом (клиент должен иметь возможность заказать пиццу по телефону).

Что касается помещения, то начать торговлю пиццей можно с небольшого киоска, с мобильного вагончика (трейлер), раскрутив торговую точку, перевезти его на новое место, а на уже раскрученной — построить пиццерию с залом для клиентов. Но во всех случаях твоя торговая точка должна иметь приличный внешний вид и хорошую наружную рекламу. Помни, реклама — двигатель торговли! Если не можешь самостоятельно сделать приличную, «завлекающую» вывеску, закажи ее у профессионалов! В общих чертах первые шаги организации мы рассмотрели, перейдем теперь к процессу приготовления и реализации готовой продукции. Чтобы твои начинания не были тщетными, необходимо скрупулезно отнестись к подбору обслуживающего персонала. В торговой точке должны работать два человека (повар и продавец), так как обслуживать клиентов нужно быстро и вежливо. Хорошо, если продавцом будет девушка приятной внеш-

ности, поверьте, это очень важно! Поваром может быть как мужчина, так и женщина, главное — чтобы они профессионально относились к своей работе.

Твоими клиентами будут люди разных вкусов, разного возраста и достатка, поэтому необходимо будет создать благоприятные условия для всех, т. е. цена на пиццу должна быть гибкой, соответственно ассортименту не менее 5 видов (грибная, сырная, куриная, с ветчиной и т.д.). Разумеется, торговая точка должна иметь в ассортименте напитки: соки, чай, кофе, пиво, что вместе создаст приятное дополнение к основному продукту и увеличит товарооборот, а значит, и прибыль. И в заключение — оборудуй возле своей торговой точки хотя бы два-три столика с зонтиками, приятной музыкой, что в целом будет выглядеть очень располагательно. Итак, рассчитаем основные экономические параметры:

- точка безубыточности (расходы и прибыль);
- потребность в сырье и материалах;
- срок окупаемости вложенных средств;
- выявить, какая позиция из расходов отнимает большую часть денежных средств (что даст возможность подкорректировать либо изменить условия производства);
- определить рентабельность.

Торговля шаурмой, или шавермой

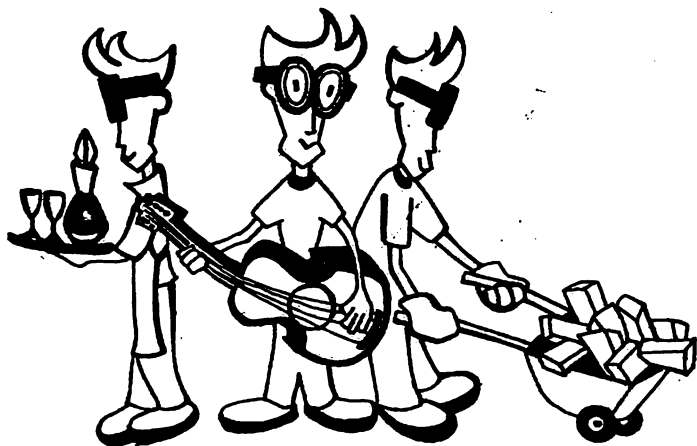
Шаурма, или шаверма (в народе это одно и то же, в каждом городе ее называют по-разному, как хочешь так и называй), — завернутый в лаваш или вложенный в булку кусок куриного мяса, соусом, огурцами/помидорами/морковью или капустой. Обычно шаурму знают только в крупных городах. В небольших городках это лакомство редко встречается, хотя данный продукт очень популярен, ибо содержит достаточно много мяса и хорошо утоляет голод.

Стоимость шаурмы обычно не превышает 30 руб. при себестоимости 7–8 руб. В ларьках около метро и в некоторых других местах в день ее покупают более тысячи штук. Шаверму очень любят водители. Есть много мест, где всю ночь стоят небольшие очереди за шаурмой, друг за другом подъезжают таксисты. Многие ставят ларьки на трассе, в таких местах буквально всегда останавливаются «дальнобойщики». И наконец, шаурма — любимая еда каждого студента. Ее очень часто можно встретить на рынках: те, кто торгует шаурмой, обычно продают и хот-доги. Многим нравится шаурма, но не всегда она готовится качественно. В таких местах клиентов постоянных нет и выручки, естественно, тоже. Где шаурма хорошая, очереди не убавляются и выручка огромная.

Самое главное — «наработать» клиентов, а это зависит от качества конечного товара. Конечно, и хорошее место играет важную роль. Хорошие места — это места хорошей проходимости людей (метро, вокзал, рынки, крупные автобусные остановки). Из оборудования нужно: шаверма-гриль (стоит максимум 300 у.е.) и обычная бытовая электроплитка. Сертификат выдается как на «изготовление кулинарных изделий», т. е. как и торговцам пирожками.

Для сильно проголодавшихся продают «шаверму на тарелке» — в одноразовую тарелку кладут граммов сто мяса, немного картошки, огурцов/помидоров/, капусты, поливают соусом плюс ломтик хлеба — вот и быстро приготовленное горячее блюдо всего за 45 рублей.

Глава 5. ОБЗОР САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ПРОФЕССИЙ



Для того, чтобы тебе было проще ориентироваться в безбрежном море работы, я приведу наиболее востребованные и высокооплачиваемые рабочие места. Прочитав дальнейший материал ты получишь первоначальное впечатление об этих профессиях и сможешь подумать, какую из них выбрать. Примечательно (и замечательно, кстати) то, что в основном для работы на этих местах не нужно каких-то невероятных способностей, а зачастую и никакого особенного образования. Единственное, что требуют все работодатели без исключения — это желание добросовестно работать (продуктивно и трудолюбиво).

Эта область в последнее время приобрела самое широкое распространение. Думаю, никто не будет спорить с утверждением, что торговля на сегодняшний день является самым популярным способом заработать. Именно по этой причине торговле в данной главе уделено больше всего внимания.

Конкуренция в среде розничных предприятий и организаций становится все сильнее. Чтобы выжить в этой борьбе, магазины обрушивают на покупателя шквал дисконтных программ, лотерей, подарков и сюрпризов. А покупателю чаще всего хочется просто теплого слова, внимательного и вежливого отношения со стороны продавцов.

Далеко не каждый магазин может это предоставить. А почему? Да потому что продавцами не рождаются, ими становятся. И задача директора магазина — вырастить такую команду продавцов, «чтобы потом не было мучительно больно за бесцельно» упущенного покупателя. Основная сложность здесь в том, что продавцы все разные. И первый шаг работодателя состоит в определении группы, к которой относится продавец. Об этом и пойдет речь далее.

«Чего изволите?»

Первую группу составляют продавцы, которые ходят по пятам и преданно заглядывают в глаза, пытаются помочь покупателю сделать выбор. Продавец этой группы обращает на тебя внимание сразу же, как только ты переступаешь порог магазина. Фразы: «Я могу вам чем-нибудь помочь?» и «Вам что-нибудь подсказать?» — из его репертуара. В вопросах преобладают неопределенные местоимения, поскольку продавец и сам не знает, чем же именно он может тебе помочь и что именно подсказать. Такой продавец сопровождает тебя в течение всего променада по торговому залу. Его установка — продать. При этом он искренне полага-

ет, что уже к середине осмотра полностью знает твои вкусы и желания, а потому его арсенал пополняется фразами: «Не хотите примерить блузку? Вам она очень идет». И не важно, что ты хочешь посмотреть брюки. А когда ты брюки примеряешь, но они не подходят по фасону, такой продавец выхватит любые другие и обязательно сделает еще одну попытку: «А посмотрите вот эти. Они еще лучше. Новое поступление».

«Что делать?» — спросишь ты. Исправить ситуацию можно, так как ведут себя такие продавцы «не со зла». Обычно так поступают те сотрудники, которые очень стараются хорошо работать, но не знают, как правильно продавать. Или те, которые только что прошли обучение, но не совсем правильно поняли основные правила продаж. Им просто нужно объяснить, что чрезмерная услужливость — не самое плохое, но она мешает покупателю сосредоточиться и отпугивает стремящихся делать покупки самостоятельно. Не лишними будут тренинги продаж, где опытный тренер в ролевой игре объяснит продавцу тонкости взаимодействия с покупателем.

«Не виноватая я, он сам пришел»?

Вторую группу составляют продавцы, которые вообще не интересуются покупателями. Они не только не предлагают свою помощь, но и неохотно отвечают на вопросы. Несчастному покупателю нужно очень постараться, чтобы привлечь его внимание и получить нужную консультацию. От такого продавца ты не дождешься никаких приветствий и вопросов, никаких походов за тобой вдоль вешалок. Типичные фразы таких продавцов привести сложно, поскольку говорят они мало и по принуждению. Как правило, они погружены в детективы с привлекательным названием типа «Черная кобра возвращается». Или с удовольствием общаются с коллегами на личные темы. В это время ты стоишь в примерочной и не знаешь, как взять на примерку брюки другого размера. Ты пытаешься вовлечь

их в работу вопросом, идут ли тебе эти брюки. Но обычно получаешь в ответ «ой, ну я не знаю, кому что нравится», за которым скрывается мысль: «сколько можно здесь ходить и отвлекать нормальных людей от дела».

Наконец, десять раз выйдя и зайдя в примерочную и решившись на покупку, ты подходишь к кассе, но тебя и не ждут. Продавец, не глядя на тебя, упакует покупку, примет деньги, вздохнет и отвернется с надеждой, что в ближайшее время других покупателей не появится.

Что вызывает такое поведение?

Во-первых, полное отсутствие мотивации к работе, которое может быть вызвано неумением продавать или нежеланием работать вообще. Со второй причиной сложнее — такие продавцы отсиживаются или ведут себя как украшение торгового зала — когда девушка выходит на работу с целью показать себя и выйти замуж. Продавать они не хотят и не могут — и учить их нет смысла. С ними лучше расстаться.

Во-вторых, страх перед покупателем. Продавец не знает, как надо себя вести, и выбирает знакомый с детства стиль поведения. Лучше сделать вид, что происходящее в торговом зале меня не касается, или проявить агрессию. С таким поведением бороться сложно, но можно. А научит его продавать, если продавец втайне хочет, но пока не может, более опытный сотрудник того же магазина.

В-третьих, неправильной системой стимулирования и отсутствием контроля. В таком случае обучение не поможет. Пока продавцы не будут материально заинтересованы работать хорошо и не будут знать, что за плохую работу они будут наказаны, ситуация в торговом зале не изменится.

«Стой! Кто идет?»

Продавцы третьей группы предпочитают осмотреть тебя с головы до ног, чтобы понять, можешь ли

ты сделать покупку в их магазине. Данная ошибка сейчас распространена реже, чем два-три года назад, но тем не менее она встречается. Особенно в дорогих салонах с неотлаженной процедурой подбора торгового персонала.

В таком магазине, если ты покажешься продавцу состоятельным и способным совершить покупку, преданный взгляд в глаза и трепетная улыбка тебе обеспечены. А если, по его мнению, для тебя характерна неплатежеспособность, то тебе гарантирован презрительный взгляд и фразы «размер 48-й, но брюки очень дорогие, это же Черутти...». Такое поведение часто вызывается стремлением продавцов отождествлять себя с атмосферой дорогого салона, почувствовать себя на работе, как в сериале «Санта-Барбара», и строго-настрого преградить вход в прекрасный мир недостойным.

В эту же группу попадают продавцы и администраторы торговых залов, которые чересчур рьяно выполняют наказ руководства следить за покупателями с целью профилактики воровства. Таких сотрудников отличает особо пристальный взгляд, от которого покупателю становится не по себе, хочется вывернуть карманы и раскрыть сумку или дипломат — «смотри, я ничего не крад».

Спасибо за покупку!

Четвертая категория продавцов — это продавцы, какими они должны быть. Их присутствие незаметно, но заботливое участие покупатель ощущает каждый раз, когда приходит в магазин. На выходе ты твердо знаешь, что вернешься сюда еще не один раз.

Такой продавец не будет бежать к тебе с вопросами, как только ты зайдешь, но обязательно улыбнется и поздоровается. Он не будет ходить за тобой по пятам, но когда понадобится, он будет рядом. Ему искренне нравится товар, который он продает, и он все-

гда знает, что, где и в каком количестве есть в торговом зале и на складе. Он тактично предложит тебе другие брюки, по стилю и фасону также тебе подходящие. А если они не понравятся, то подскажет, когда зайти или предложит позвонить. Он обслужит тебя в примерочной и будет на подхвате, если понадобится другой размер. Он всегда вежлив, приветлив и заинтересован в вашей покупке, а не в своей продаже.

Протестируй себя и постарайся определить, можешь ли ты работать в сфере торговли, прежде чем придешь в нее или примешь решение остаться в ней, несмотря на то, что удача явно тебе не сопутствует.

1. Тебе нужно испытывать удовольствие от каждого «вызова», встающего перед тобой во время каждой «очной ставки» между продавцом и покупателем. Наиболее одаренные продавцы всегда верят в то, что они продадут товар, а не просто надеются на это. Они на самом деле получают удовольствие от того, что осуществляют реализацию товара.
2. Тебе нужно проявлять дружелюбие и коммуникабельность, а не демонстрировать робость и погруженность в себя. Тебе нужно настроиться на продуктивное общение с другим человеком. Можно сказать, что нужно как бы жаждать встречи с людьми.
3. Тебе нужно получать удовольствие от четкого планирования своего времени и составлять расписание для себя. Торговые агенты, достигшие блистательных результатов в своей деятельности, всегда следят за размеренностью своих психологических и интеллектуальных ритмов и постоянно корректируют расписание, чтобы быть всегда в форме и ничего не упустить в работе. Они не бегают от работы и не рассматривают планирование времени как возможность уменьшить занятость, наоборот, им приходится структурировать свое время именно потому, что они работают очень интенсивно.

4. Тебе нужно проявлять инициативу, а не ждать, когда кто-то скажет тебе, когда нужно начинать работу с клиентами или когда ее оканчивать. Это означает, что тебе нужно быть исключительно энергичным и активным в работе человеком. Другими словами, тебе нужно постоянно проявлять честолюбие и рвение.
5. Тебе обязательно нужно знать свою цель и упорно двигаться к ней. Лучшие торговые агенты имеют вполне четкие долгосрочные и краткосрочные планы. Большинство из них стремятся сочетать высокие заработки с расширением сферы своей деятельности.
6. Тебе должно нравиться рисковать и работать на коммиссионных началах, получая определенный процент с выручки. В конечном счете именно это делает торговлю столь привлекательной, а торговый агент всегда является энергичным оборотистым человеком или независимым агентом, работающим по контракту, который делает это в большей мере для себя, нежели для организации. Таким образом, чем упорнее ты работаешь, тем более продуктивными будут твои действия в сфере торговли, а стало быть, тем больше денег ты сумеешь заработать.
7. Тебе нужно искренне верить в то, что торговля — это творческий процесс. Творческое начало жизненно необходимо там, где ты определяешь исходные позиции своей деятельности, разрабатываешь оптимальную стратегию действий, отбираешь и намереваешься осуществить то, что, возможно, никто до тебя никогда не делал.
8. Тебе нужно уметь справляться с препятствиями. Не любить их, но относиться к ним как к необходимой части жизни, видеть в них такую же неизбежность, как то, что ночь неизбежно следует за днем. Следовательно, твоя задача состоит в том,

чтобы быть одновременно толстокожим и очень восприимчивым. Первое защитит тебя от слишком болезненного переживания собственных неудач и позволит не бросить задуманное на полпути. Второе поможет заметить собственные промахи, которые пришлось допустить в работе.

9. Тебе нужно иметь стопроцентную уверенность в своих способностях. Это звучит банально, но, тем не менее, лучшие торговые агенты ценят себя не ниже, чем предлагаемый ими товар. Они уверены, что их опыт и энтузиазм значат в торговом деле не меньше, чем качество товара или услуг. Можно сказать, что торговый агент «продает» себя в той же мере, а иногда даже в большей, чем товар.
10. У тебя должно быть огромное желание построить собственную судьбу, создать собственную империю, начав практически с нуля, — вот что действительно должно привлекать тебя.
11. Помни, что тебе придется выдержать конкуренцию. Желание выиграть должно подстегивать тебя, чтобы добиться победы, в противном случае ты просто теряешь время впустую. Даже если ты хорошо знаешь свой товар или предлагаемую тобой услугу, этого еще недостаточно. Тебе нужно иметь желание изучить условия конкуренции и противостоять ей, убедительно доказав преимущества своего товара или услуги.

Если твои наклонности соответствуют перечисленным требованиям или хотя бы большинству из них, тогда ты можешь всерьез подумать о том, чтобы заняться торговлей. Но это получится только в том случае, если тебе нравится торговать и ты имеешь некую расположенность к этому. Несоответствие между твоими устремлениями и твоей работой обернется не только низкими доходами, но и низкой самооценкой. А это приведет к отрицательным последствиям не только для тебя, но также для твоей организации и для клиентов.

Продажа парфюмерии и косметики

Основная проблема — это то, что претендентов на должность продавца-консультанта значительно больше, чем вакантных мест. Скрывать не буду, если б я действительно собирался работать на этой должности, то поначалу страх закрался бы ко мне в душу. И действительно, как можно не нервничать, глядя на длинный коридор, сплошь заполненный конкурентами. Но, пройдя первый этап отбора — собеседование с менеджером по персоналу, — я успокоился и продолжил добиваться поставленной цели. В качестве второго тура, до которого, кстати, дошли очень немногие, устроили разговор с директором магазина. Так как устраивался я в магазин парфюмерии и косметики, думаю, очевидно, что я сильно выделялся среди толпы девушек, возможно, это и сыграло решающую роль, когда решали, кто больше подходит для этой должности. Конечно, мне пришлось немного попотеть для того, чтобы произвести наилучшее впечатление. Например, накануне собеседования пришлось изучить несколько книг, которые обещали сделать меня первоклассным визажистом, но я думаю, это только потому, что раньше с подобными вещами я никогда не сталкивался. Это странно, но большинство способных конкуренток не получили работу из-за собственной пугливости, а не из-за отсутствия профессиональных качеств. Причем те, кто показал весьма достойный уровень перед менеджером по персоналу, совершенно «облажались» перед директором. НЕ забывай, что приятная внешность, развитый интеллект и правильно поставленная речь — основные качества, которыми должен обладать продавец такого уровня. Некоторые имеют высшее филологическое образование — это уже о чем-то говорит. Еще многие боятся кассы и тому подобных вещей. Уверяю, чтобы научиться работать с кассовым аппаратом и терминалом для приема креди-

ток, потребуется несколько дней и минимум усилий. Такие вещи, как коммуникабельность, эрудированность и богатый лексикон, вырабатываются годами. Иногда безрезультатно. Форма оплаты труда, принятая на этом предприятии для продавцов-консультантов, — фиксированная ставка и комиссионные от продаж. Таким образом, от качества работы продавца зависит размер его зарплаты, и это, безусловно, справедливо. Что касается карьерного роста продавца-консультанта, то он не просто возможен — он обязателен. Кому нужен работник, который не стремится к чему-то большему как для себя, так и для своего предприятия?

Продажа хозтоваров

Предприятие, о котором я расскажу, специализируется на продаже хозтоваров, канцелярских и других необходимых в быту мелочей. Эта фирма — объединение независимых частных предпринимателей. Тебе, наверное, встречались на улице торговые точки, где товары продаются достаточно дешево — за бесценок. Знайте, что это дело рук именно такого рода фирм.

Предприятие активно растет и по этой причине в настоящий момент фирма испытывает недостаток продавцов-реализаторов. Ко всем кандидатам предъявляются следующие требования: отсутствие опыта работы в торговле. Правда, правда, самому смешно, но это действительно так! Они считают, что тогда им будет проще научить их рациональной стратегии продаж, которую они используют в своем бизнесе. Во-вторых, тебе надо быть нацеленным (или нацеленной) на успех, и только тогда ты сможешь зарабатывать хорошие деньги. Образование у тебя может быть любым, как, впрочем, и возраст.

Перед собеседованием фирма предлагает соискателю заполнить специальную анкету с вопросами типа: «Чего вы ожидаете от постоянной работы?», «Каково ваше отношение к жесткой дисциплине?», «Сколько вы хотите получать?». После этого претендента приглашает на собеседование директор. При отборе кандидатов как хорошие качества отмечаются уверенность, добросовестность, целеустремленность. Им далеко не безразлично, какие у соискателя жизненные приоритеты, с какой целью он пришел. После этого ты знакомишься с бригадиром, который объясняет тебе специфику работы, обучает рациональным способам продажи и общению с клиентами.

Испытательного срока в этой фирме нет. Если человек относится добросовестно к своим обязанностям, вписывается в коллектив и зарабатывает хорошие деньги, он остается. В противном случае сам решает, что ему лучше уйти. Вот так мне объяснили отсутствие этого почти повсеместно распространившегося атрибута приема на работу. У каждого агента есть перспектива стать бригадиром, потом менеджером, а затем и администратором. Средняя зарплата продавца-реализатора составляет две сотни условных единиц в месяц, бригадира — от 350 до 500 у.е. Что же касается менеджера, которому фирма доверяет организацию бизнеса в новых городах под кредит, то его зарплата, естественно, на порядок выше.

Продажа обуви и одежды

Поначалу меня даже как-то удивило то, что во все отделы требуются продавцы-консультанты, я даже подумал, что начальство показывает свой звериный характер, уволив всех работников сразу. Оказалось, что все значительно проще: работники разъехались на отдых, и, чтобы магазин не пустовал (за него же аренду

платят), был объявлен набор. Также обещалось, что наиболее способные продавцы будут приглашены на постоянную работу в строящийся филиал. Магазин занимался продажей модной обуви и одежды преимущественно иностранного производства. Так как цены не приятно удивляли количеством цифр (одним словом, все там стоило дорого), то от продавцов требовался высокий уровень профессионализма. Для директора магазина опыт работы, а тем более образование не имели особого значения. Главное — приятная внешность и хорошие коммуникативные навыки, которые позволили бы продавцу эффективно работать по реализации товара. Из 20 человек, которые пришли на собеседование, пятерых оставили на недельный испытательный срок. Зарплату за этот период не платили, но фирма предоставляла бесплатное питание. В итоге двоих, наиболее успешных продавцов, приняли на работу. Мне посчастливилось оказаться среди них. Работать приходилось в режиме «неделя в магазине — неделя дома». Для летнего времени сложно придумать что-то более подходящее. С одной стороны, вроде работаешь, а с другой, — и для отдыха время находится. Кстати, платили 25 у.е. в неделю плюс процент. По-моему, совсем неплохо для студента. «Правила игры» в магазине были особые. Если в торговом зале находился хотя бы один покупатель, ни один из трех продавцов не мог сидеть, все должны были стоять, а один продавец — находиться рядом с покупателем, «общаться». В магазине было два отдела, между которыми постоянно устраивались соревнования. В конце недели по объемам продаж подводились итоги — выигравший отдел получал награду: пиццу с пивом. Короче говоря, было весело и интересно.

Продажа цветов

Флорист — это человек, который занимается со

ставлением цветочных букетов и их продаж. Эта профессия требует изящества вкуса, обостренного чувства красоты и трепетного, сверхбережного отношения к цветам. Нет ничего удивительного, что наибольших успехов у нас в этой сфере деятельности достигают женщины. И несмотря на это, как свидетельствует мой опыт, настоящих профессионалов во флористике — днем с огнем не сыщешь.

Когда я пришел в эту фирму, мне сказали, что по объявлению в газете к ним уже обратилось около сотни человек. Из них в штат взяли только двоих. И то одного претендента на вакансию пришлось отправить на специализированные курсы флористики для повышения квалификации. Дело в том, что многие соискатели, не имея опыта работы во флористике, просто хотели поменять одну торговую специализацию на другую: например перейти с продажи овощей на менее «пыльную» работу с цветами. А ведь флорист должен обладать не только профессиональными навыками продавца.

Есть некоторые цветы, которые совершенно несовместимы друг с другом. К примеру, если на складе случайно поставили розы в воду, в которой была гвоздика, — на следующее утро, можете не сомневаться, вы будете иметь «убитый» букет. Таких особенностей в «поведении» цветов — уйма и флорист должен знать их все. Не меньшего профессионализма требует составление букета: подбор растений, их цветовой гаммы, упаковка и украшение дополнительными аксессуарами. По современной теории голландских флористов, которые являются несомненными лидерами в данном бизнесе, никаких фиксированных правил не существует, все определяется вкусом и интуицией флориста, его опытом и потребностями клиента.

В связи с этим особое внимание фирма обращала на тех претендентов, которые имели хотя бы начальное художественное образование. Существует в фирме и испытательный срок для соискателей — 60 дней. Рабочее место — мини-киоск около 15—20 кв. м. Зарп-

лата зависит от количества проданных букетов. Некоторые профессионалы работают в этой фирме уже по 5—8 лет и на уровень своих доходов не жалуются.

Продажа пищевых продуктов

Чтобы продавать продукты питания тебе, как и во всех остальных отраслях торговли, необходимо иметь элементарные навыки межличностного общения, коммуникабельность и, желательно, приятную наружность. Однако этим все не ограничивается. Дело в том, что по закону с тебя обязаны потребовать санитарную книжку, где черным по белому написано, что ты инфекционными заболеваниями не страдаешь. Это условие обязательно даже в том случае, когда ты устраиваешься на временную работу (например, на время каникул). Чтобы реалистично себе представить, зачем она (книжка санитарная) тебе нужна, подумай о том, сколько денежных единиц выплатит твой шеф за моральный и физический ущерб, когда ты заразишь мирного потребителя, например, туберкулезом (искренне надеюсь, что примером не попал в твое больное место, иначе не работать тебе продавцом пищевых продуктов). Опять же помни и о том, что коммерческие ларьки, торгующие продуктами питания, очень часто становятся «жертвой» СЭС, так что чистота должна быть идеальная, иначе ты можешь сильно подставить своего босса и пострадать сам — вылететь с работы. Вышеобозначенная организация может «придраться» к сроку годности или качеству товара, хотя на этот счет существует куча всевозможных отговорок и хитростей (прокисшее молоко, например, можно продавать с надписью на ценнике «молоко для теста» по сниженной цене), но это, скорее всего, тебе расскажет твой бывший непосредственный начальник.

Очень многие смертельно боятся кассы. Этого де

лать не стоит, пусть поначалу тебе придется за просчеты выплатить какие-то, надеюсь, незначительные суммы. Но помни простое правило: никогда не ошибается только тот, кто ничего не делает! В общем, если ты не будешь трястись от страха при одном только упоминании слов «кассовый аппарат», ты очень быстро овладеешь навыками работы и увидишь, что это на самом деле примитивно просто.

Важную роль играет и то, какую область деятельности ты, собственно говоря, выберешь для своего ультрабыстрого обогащения. То есть даже в продаже пищевых продуктов существует масса разветвлений. Например, на продаже хлеба ты, скорее всего, сильно не поднимешься, но при этом точно будешь знать, что совсем с дырой в кармане не останешься. А вот на продаже каких-то новых полуфабрикатов — или все, или ничего, или пан, или пропал. Так что решай для себя, что тебе важнее, стабильность или риск. При этом некоторые области не требуют каких-то больших затрат (тот же хлеб или печенье), а другие заставляют изрядно попотеть. Вот из последних можно выделить мороженое и другие молочные продукты, которые продают прямо на улице. Некоторые фирмы, занимающиеся этим родом деятельности, записывают в обязанности реализатора разгрузку и загрузку тяжеленного холодильника, что приводит к тому, что приезжать на работу приходится на час-полтора раньше, а уезжать на час-полтора позже. Правда, и заработать там можно больше, чем в обычном ларьке. Так что если ты не боишься работы и тебе очень срочно надо «встать на ноги», этот вариант как раз то, что тебе нужно.

Продажа cd, dvd, game

Ныне большое распространение получили точки, торгующие всевозможными дисками, кассетами и пр.

Если мыслить логически, то раз появились точки, значит, требуются и реализаторы. Какими качествами должен обладать продавец такого профиля? Ничего сверхъестественного от тебя требовать не будут. Наверное, основным критерием отбора претендентов является желание работать. Это происходит потому, что точки продажи открываются ежедневно, а задерживаться на такой работе никто долго не желает. Вот и получается, что платят немалые деньги, умений никаких особенных иметь не надо, а вакансий полно. Конечно, все понимают, что вся продукция «паленая», «пиратская», т. е. сделанная без разрешения правообладателя и, по идее, преследуется по закону. На самом же деле она только должна преследоваться и этим все ограничивается.

Чтобы успешно продавать музыкальные диски, тебе надо быть как минимум меломаном, потому что периодически попадают клиенты, доводящие своими вопросами до исступления. Но если вдруг так сложилось, что ты не питаешь особой страсти к музыке, то все равно не отчаивайся, чтобы приблизительно узнать, что сейчас «хитует», просто послушай ФМ волну и, уверяю тебя, все станет проще. Если даже так ничего не получается, попробуй сначала записывать на бумажке названия известных коллективов. Опять же не забывай и о том, что те диски, которые ты выставляешь на продажу, можно брать домой и (или) слушать на работе. На сегодняшний день пиратство развито в такой степени, что в любом ларьке тебе за один-два российских рубля закатают диск в полиэтилен и сделают вид, что «так и было». Уверяю, буквально за недельку о модной музыке ты будешь иметь не плохое представление. Проблема состоит лишь в том, что в обычной музыкальной точке часто представлены не только эта пресловутая «модная» музыка, а еще и очень большое разнообразие ее жанров и стилей, что, безусловно, попортит тебе крови. Довольно сложно запомнить ассортимент от реггей до грайнд-кора, но как

говорят, ничего невозможного нет. Так что если задать-ся целью, то это можно постичь. С видео и игровыми дисками ситуация такая же: пока не посмотришь фильм и собственноручно не «протестируешь» игру, что-либо советовать покупателю представляется довольно сложной задачей.

Продажа сотовых телефонов

Сотовые телефоны стремительно ворвались в нашу жизнь, сделав ее комфортнее. Многим они добавили зеленой весомости в карманы. Ситуация, связанная с ними на рынке, на мой взгляд, очень напоминает ситуацию, связанную с компакт-дисками. Так же, как и диски, мобильники продаются и покупаются нелегально (скупка и сбыт краденого), но приносят владельцам точек сумасшедшие прибыли. Конечно, я не говорю о больших магазинах, в которых продают новые телефоны, привезенные из-за рубежа, хотя и там время от времени тоже встречаются ворованные. Так что обычно задача продавца сотовых сводится к убеждению покупателя в том, что предлагаемый товар хорошего происхождения. Ранее служители правопорядка пугали всех блокировкой аппаратов непосредственно после их кражи. После того как продажи снизились, раздосадованные бандиты быстро развеяли этот миф, доказав, что разблокировать телефон можно, потратив на это полчаса и около полутора сотен рублей. Так что готовься к тому, что придется обманывать доверчивых потребителей, ибо неворованные экземпляры ты сможешь пересчитать «по пальцам», а краденые покупать многие до сих пор боятся. Как и в любом подобном этому деле, тебе нужно будет иметь хотя бы элементарные, примитивные знания о том, чем ты промышляешь. Конечно, работа пыльная, но

все же довольно кропотливая, т. е. тебе придется торчать целыми днями на жаре или холоде (в зависимости от времени года) и с милой улыбкой отвечать на кучу вопросов, которые задавать тебе будут ежеминутно. Как и в других отраслях торговли, зарплата в основном состоит из процентов с продаж: сколько продашь, такую зарплату и получишь. В общем-то довольно справедливая система, если еще учесть и то, что хорошо продавая, ты будешь получать от начальства прибавки к жалованию и премии.

Если тебе не нравится работать на кого-то, и ты понимаешь, что в одиночку можешь заработать больше, могу предложить тебе попробовать реально заработать на разнице цен, выступая посредником между продавцом и покупателем. За лень надо платить! Ты, возможно, думаешь, что все рынки уже давно забиты подобным бараклом и «влезть» практически нереально. Все реально, если знать, где, как и когда «влезть». Знакомые подсказали, что иметь свой собственный салон в последнее время невыгодно, то есть выгодно при условии, что ты либо обманываешь государство (а такие обычно на свободе надолго не задерживаются), либо имеешь не одну точку, а хотя бы штук 5—10. Слишком много затрат на один вложенный рубль и проблем. В общем то, что я там зарабатывал, меня совсем не устраивало, хотя дело шло нормальными темпами. Так вот, посчитайте, сколько в Москве мобильных телефонов, а сколько — на периферии (кстати, этот бизнес в основном для тех, кто живет в Московской области, так как около 70% аппаратов, бывших в употреблении, идет, по статистике, именно в Подмоскovie), и около 50% владельцев этих телефонов не устраивает качество работы их аккумуляторов. Предлагаю просто составить свой прайс и ходить по салонам. Договариваться нужно именно с хозяевами, а то продавцы, не долго думая, почти всегда выбрасывают прайсы. Суть состоит в том, что не требуется складская площадь и большие вложения, ты выпол-

няешь роль курьера между поставщиком и покупателем. То есть схема проста: договариваешься — заказываешь — приезжаешь — покупаешь — отвозишь. С одного вложенного рубля можно иметь, не напрягаясь, три сверху. Вот пример: аккумулятор Nokia 3310 1050mAh Li-IN (в базовой комплектации вместе с телефоном идет 650 Nickel) в розницу стоит от 400 до 550 руб., а закупка его — около 180, и берут всегда 10—15 штук. Это минимум — 500—600 руб. И чем больше опт, соответственно, меньше закупочная цена и больше разница, которая попадает к тебе. Так что если даже нет денег, то, я думаю, взять в долг пятьсот долларов на неделю труда особого не составит. Надеюсь, что для кого-нибудь это станет шансом заработать, не скажу что легко, но довольно быстро. Все зависит от подвешенности твоего языка. А при сегодняшнем ажиотаже, связанном с сотовыми, есть возможность в короткий срок очень хорошо заработать.

Перспективы работы в супермаркете

Я намеренно выделил работу в супермаркете, потому что эта работа отличается от работы в маленьком магазине или ларьке. Да и условия там обычно лучше, и платят больше, и есть отличная возможность карьерного роста.

Лет десять назад, когда только начали открываться первые супермаркеты, требования к персоналу были такими же, как и в престижных компаниях. Время идет, супермаркетов становится все больше, конкуренция растет, а главными качествами для потенциальных сотрудников стали высокая обучаемость, презентабельная внешность и честность, причем предпочтение отдается молодым и энергичным людям до

30 лет. Все вакансии в супермаркете можно разделить на группы.

1. Топ-менеджеры — специалисты среднего звена: категорийные менеджеры, экономисты, бухгалтеры, юристы, менеджеры по персоналу, маркетинологи, рекламисты.
2. Линейные руководители: администраторы торгового зала, заведующие производством.
3. Торговый персонал: продавцы, кассиры, грузчики, упаковщики, контролеры, уборщицы.

Самыми востребованными вакансиями на сегодняшний момент являются продавец и кассир, т. е. персонал, который «зарабатывает деньги». При рассмотрении кандидатуры учитывается возраст (молодежь быстрее усваивает новые требования, нормы, приобретает необходимые навыки) и качества, важные для каждого продавца и кассира, — низкий уровень конфликтности, стрессоустойчивость, коммуникативные способности. Если ты обладаешь всеми этими качествами и претендуешь на вакансию кассира или продавца, тебе понадобятся следующие документы:

- паспорт,
- трудовая и медицинская книжки,
- документы об образовании,
- пенсионно-страховое свидетельство,
- ИНН (обычно никто не знает, зачем это нужно, так вот, это для того, чтобы с тебя высчитывали налоги).

В разных супермаркетах процесс найма на эти должности может проходить по-разному, но я постараюсь отразить основные моменты.

Итак, ты звонишь в отдел кадров (запасись листом бумаги и ручкой). Будь готов/готова к тому, что работник службы персонала при первом собеседовании по телефону может задать такие вопросы.

- Уточнит твоё имя и название должности, на которую ты претендуешь.

- Спросит, есть ли у тебя опыт работы в аналогичной должности; если есть, то где и сколько лет тебе довелось поработать.
- Уточнит место проживания (для подбора близлежащего магазина в сети).
- Ответит на вопросы о графике работы и заработной плате.
- Пригласит на второе собеседование в офис компании.

Перед собеседованием тебе, скорее всего, предложат заполнить подробную анкету, которая будет включать вопросы о семейном положении, уровне образования, опыте работы, дополнительных знаниях и навыках, месте проживания и все такое, после чего тебя пригласят на собеседование с менеджером по персоналу. На данном этапе оценивается твой внешний вид, манера держаться, коммуникативные способности. Часто кадровые специалисты задают провокационные вопросы, чтобы выявить твой стиль поведения в стрессовой ситуации или степень конфликтности. Затем наступает момент представления претенденту (то есть тебе) будущих должностных обязанностей и функций. После этого менеджер по персоналу готов ответить на все интересующие тебя вопросы, в том числе о продолжительности испытательного срока (обычно это 2–3 месяца).

О результатах собеседования тебе либо сообщат сразу, либо отложат принятие решения на определенный срок. В случае положительного решения тебе предстоит третье собеседование — с непосредственным начальником (администратором торгового зала или директором магазина) для уточнения участка работы и времени выхода на стажировку после обучения.

После собеседования и принятия окончательного решения менеджер по персоналу должен проинструктировать тебя насчет правил внутреннего трудового распорядка, должностной инструкции и порядка оформ-

мления всех необходимых документов и направить в центр повышения квалификации на обучение.

Если у тебя нет медицинской книжки, необходимо будет ее оформить (в дальнейшем это возьмет на себя компания-работодатель).

Зарплату в таких фирмах выплачивают регулярно (оклад + премия + премия за стаж работы в компании + социальный пакет). Социальный пакет чаще всего включает скидку на все товары, представленные в магазине, бесплатное питание, оплачиваемый отпуск и больничный. Все сотрудники обеспечиваются бесплатной форменной одеждой. Работать предстоит посменно, по 10–12 часов, к тому же всегда есть возможность подработать.

Из-за специфических особенностей работать в торговле может далеко не каждый!

В обязанности продавца, работающего в зале, обычно входят фасовка, выкладка товара, наклеивание ценников. Попутно он должен консультировать покупателей. Эта работа требует физической выносливости и четкой координации движений: порой за 12-часовую смену некогда и присесть. Важна и психологическая предрасположенность, особенно устойчивое хорошее настроение при работе с людьми, потребность в общении. Продавец должен оставаться спокойным, вежливым и тактичным в любой ситуации.

Чтобы получить эту работу, небольшой опыт работы желателен, но не обязателен — тебя всему обучат.

Работодатели все больше и больше осознают, что вкладывать деньги в подготовку персонала очень выгодно — это позволяет улучшить культуру обслуживания и повысить качество услуг в целом. При этом обучение для сотрудников компании проводится совершенно бесплатно. В известных сетях супермаркетов существуют учебные центры, в которых можно постоянно повышать свою квалификацию. Например, кассирам по результатам обучения присваиваются разряды, это еще одна возможность больше зарабатывать.

Преподаватели учебных центров — профессиональные психологи, торговые специалисты, обучат навыкам коммуникации, правилам выкладки, расскажут о свойствах товара, и т.д. После обучения вновь принятый сотрудник должен пройти стажировку в течение 2–3 дней под постоянным контролем администратора торгового зала.

Есть в зале и другая форма торговли: за прилавком располагаются гастрономические отделы, отделы полуфабрикатов, где требуется нарезать и взвешивать продукты. При индивидуальной форме обслуживания продавец взвешивает товар и выкладывает его на витрину, но деньги не принимает — все расчеты происходят на конечном этапе, когда покупатель с тележкой, наполненной товаром, проходит через кассу. Технический прогресс, с одной стороны, упростил работу кассира: надо лишь «считать» цену товара с помощью сканера, но, с другой, усложнил ее появлением кредитных и дисконтных карт. И хотя касса пробивает все автоматически, кассир должен следить за соответствием товара тем данным, которые появляются на экране компьютера. Так что по-прежнему внимание и скрупулезность — главные качества, необходимые кассиру.

Если перед тобой остро стоит проблема трудоустройства, а опыта работы нет, подумай: может, стоит испытать себя в роли работника супермаркета?

ВОДИТЕЛЬ

Чтобы убедить тебя попробовать себя в этой должности (при наличии прав, понятное дело) скажу одно: «Зарплата водителя в месяц составляет около девяти тысяч рублей, плюс бензин и ремонт оплачиваются от-

гом — пассажиром становился он, а мне разрешалось сесть за руль и выполнять те самые функции, которые казались мне простыми и доходными. До сих пор я замечал работу водителя такси только тогда, когда сам его нанимал. Естественно, я не мог видеть всех доставшихся ему за смену пассажиров. Теперь со многими из них пришлось встретиться самому. После первого эксперимента мой первый приятель слушал меня и комментировал свои действия. После второго я слушал своего второго приятеля и понимал, как во многих случаях я ошибался. Получил несколько замечаний, среди которых были и такие, как недостаток терпеливости, слабое знание города по старым и новым названиям улиц, а также по кратчайшим путям сообщений между ними и районами, отсутствие надлежащей реакции на изменения, происходящие при движении. С некоторыми из пассажиров я оставался вежлив, но давалось это с трудом. Особенно непросто было работать в вечерне-ночное время, когда многие добираются домой, побывав в гостях, после ресторанов и баров.

Теперь все эти факторы надлежало учесть мне самому: надолго ли хватит терпения постоянно работать с радиотелефоном, воспринимать разных клиентов и одновременно быть внимательным на дороге, и т.д.? Кроме всего, в фирму, куда мне хотелось попасть, надо каждый раз приходить с хорошим внешним видом. Окупают ли все это заработанные деньги? И все же по истечении некоторого времени решил предложить свои услуги. Как и положено, при собеседовании были внимательно рассмотрены моя трудовая книжка и медицинская карточка, предложены некоторые ситуационные тесты. К этому я был готов. Больше всего волновал экзамен на знание города, а когда и он прошел более-менее успешно, тут где-то открылась еще одна простая истина: а ведь эти знания нужны не столько фирме, сколько мне. Вот почему с первых же дней и

недель работы, как только случалось несколько минут ожидания, постоянно заглядывал в карту города.

Много внимания уделил психологии — как следует понимать человека и себя, чтобы эти, пусть очень недлительные, отношения оказались приятными или хотя бы равными. Многое понял, многое пересмотрел в себе. Так что именно этот этап — начальный при трудоустройстве — во многом содействовал и становлению меня как личности. Понял какие-то главные моменты: ни к чему нельзя относиться легковесно, оставаться самоуверенным и не желать меняться, совершенствоваться. Иначе скоро «затормозишь».

Водитель в фирме

Фирма, которую я буду описывать, занимается производством и продажей ветеринарных препаратов, а также средств защиты растений. В принципе, все эти фирмы достаточно однотипны, и поэтому на примере одной, можно вполне получить представление обо всех. Для быстрой доставки готовой продукции потребителю им нужен профессиональный водитель. Единственное принципиальное требование, которое они предъявляют к соискателю на эту должность, — наличие собственного автомобиля. Учитывая небольшой разовый объем груза для перевозки, их вполне устраивает хозяин ВАЗа 2104 (четверина) или даже обыкновенной «копейки».

Они не требуют от соискателя водительского стажа в десяток лет, но опыт вождения около двух-трех лет просто необходим. Что касается возрастных ограничений, то их практически нет. В команде водителей фирмы, например, один из водителей — пенсио-

нер, но со своими обязанностями справляется так, как редко кто другой. Если ты в возрасте, но чувствуешь в себе силы, фирма с удовольствием рассмотрит и вашу кандидатуру.

На собеседовании каждый соискатель заполняет анкету. Помимо стандартных пунктов, вроде предыдущего места работы, стажа и всего такого, там размещено несколько вопросов, определяющих личностные особенности человека. Например, один из кандидатов, в графе «цели» написал: «Хочу быть водителем у депутата». Показательная цель — человек стремится к чему-то «большему», чем просто зарабатывание денег. Знаю, о чем тебе подумалось, но писать: «Хочу стать сказочно богатым!» — не стоит. Постарайся придумать что-нибудь оригинальное и с чувством юмора.

После изучения анкет наиболее перспективные кандидаты приглашаются на собеседование с директором. Парадоксально, но факт: в этой фирме испытательного срока нет. «Как такое возможно?» — наверное, спросишь ты. Скажу прямо, я не знаю, но это очевидный факт. По прошествии некоторого времени я проверил еще раз — результат положительный, испытательного срока нет! Наверное, дело в том, что директор предприятия — достаточно опытный кадровик и после нескольких минут общения может сразу определить, подходит человек для данной должности или нет. Поэтому если результаты собеседования будут позитивными, соискатель сразу же зачисляется в штат. Что самое интересное, говорят, что директор ни разу не ошибся в подборе персонала и в последнее время в фирме не было уволено ни одного сотрудника.

Зарплата водителя — от сотни условных единиц. Естественно, что техническое обслуживание автомобиля требует дополнительных расходов: бензин, масло — все за счет фирмы, а если случится серьезная поломка, то после предметного разговора с директором будут закуплены необходимые детали.

Доставка на дом продуктов питания

Доставкой в наше время обычно занимаются рыночники. Подумай, чем ты хуже? Они, как правило, доставляют мешки лишь в то время, когда сами свободны. Да и нам, чтобы заказать сахар, необходимо тащиться на рынок, а потом сидеть и гадать: «Привезут сегодня или нет?». Неудивительно, что многих такая ситуация не устраивает. Одним словом, есть спрос. Должно быть и предложение. Что же необходимо для того, чтобы организовать доставку продуктов питания покупателю в удобное для него время?

- Необходим оператор, которому могут звонить покупатели и заказывать товар, причем такой оператор, которому можно звонить практически в любое время и быть уверенным, что тебе ответят. Для таких целей подходят люди с ограниченными возможностями, т. е. инвалиды, которые ограничены в передвижении. Такая работа для них — большая удача, они рады тому, что нужны людям и ещё за это получают деньги.
- Необходима связь доставщику с оператором для получения заявок. В этом случае на помощь приходит достижение нашей науки — пейджер. Можно, конечно, использовать и сотовый телефон или радиотелефон дальней связи, но это дорого и неудобно (неудобно тем, что приходится каждый раз останавливаться для того, чтобы записать заявку, если зазвонил телефон по дороге).
- Необходим автомобиль. Можно взять любой грузовой на базе легкового (ИЖ-2715, 2717, ВИС-2345 (на базе ВАЗ-2104), грузовую «Ниву» или УАЗ («буханку»)). Все зависит от ваших финансовых возможностей. Я советую ИЖ-2715, он недорогой, а работает в полную нагрузку и каждый день.

После всего этого начинаем работать. Даем в газе-

ты рекламу следующего содержания: «Доставка с оптовой базы сахара (25, 50 кг), муки (25, 50 кг), комбикормов, круп, макаронных изделий, окорочков, рыбы, продуктов питания...

Всё, что указано выше, берешь на оптовых базах. Если нет начального капитала, то все базы работают с отсрочкой платежа, необходимо лишь заключить договор. В дальнейшем, как постоянному клиенту, тебе полагаются скидки. А при работе за оплату по факту можно потребовать и хорошую скидку. Тебя интересует из чего складывается цена? Очень просто. Если в твоём городе нет конкурентов, то это прекрасно, ставишь цену ниже рыночной на десять рублей, например, если на рынке сахар с доставкой 880 руб., мука — 360, то ваша цена 870 и 350 соответственно. Если конкуренты все же есть, задача, конечно, усложняется, но никакой катастрофы не случилось. Давай больше рекламы, старайся сделать свой товар как можно качественнее, придумай какой-нибудь трюк с подарками, народ это дело любит. Еще можно взять оперативностью, т. е. доставлять в течение часа, потому что в некоторых городах осуществляют доставку лишь в определенные дни и определенное время. Сам экспериментировал, даже создавал видимую конкуренцию, находил еще операторов, таким образом, работал с четырьмя операторами, но впоследствии отказался: бывает, что не успеваешь по заявкам, если одновременные заявки и все в разные точки города. Доход от этого бизнеса складывается из того, сколько потребляет твой город сахара, муки и тому подобных продуктов. Основную долю приносит сахар, поэтому за его ценой необходимо следить, как за курсом доллара, особенно в сезон. Бывает, что цена меняется по три раза за день. В таких случаях лучше делать запасы (если есть деньги), на одной разнице можно заработать за день столько, сколько заработаешь за неделю в обычные дни, но опять же, повторюсь, только при наличии свободных денег.

ПРОМОАКЦИИ И РЕКЛАМНЫЕ КОМПАНИИ

В последнее время в нашей стране стремительными темпами развивалась индустрия рекламы, развивается и сейчас весьма активно, и, как следствие, система «Sells promotion», то есть всевозможные выставки, презентации и, конечно же, промоакции и рекламные компании. Так как требуются для такой работы молодые, привлекательные люди, и платят неплохо, то вся молодежь, понятное дело, «рванула» туда со страшной силой. О некоторых подобных способах заработать я расскажу ниже.

Промоутер

Если при слове «промоутер» ты удивленно поднимаешь брови и рыщешь по толковым словарям в поисках объяснения этого нового и непривычного русскому человеку слова, то вот тебе его значение: это (обычно) молодой человек или девушка, которая занимается какой-нибудь компанией для проведения акции, в течение которой новый продукт становится известен потребителям. Обычно они дают товар на пробу и после этого предлагают купить. Частенько для этого их наряжают в смешную одежду, с логотипчиком или символом компании, на которую они работают. Обычно, все над ними смеются и издеваются, но что ж тут поделаешь, издержки есть в любой профессии.

Компания, которую я приведу в пример, специализируется на продаже различных сортов чая. Чаще

всего потенциальные клиенты узнают об их продукции от промоутеров. Подбирают их обычно очень тщательно, ведь на них лежит ответственная задача — как можно ярче представить торговую марку, ознакомить с продуктом и его достоинствами, заинтересовать и, конечно же, зарядить положительными эмоциями! Возраст претендентов для этой работы очень важен. Обычно набирают юношей и девушек от восемнадцати до двадцати пяти лет. Ведь для того, чтобы провести около 5-6 часов на ногах, нужно быть в хорошей физической форме, не забывая при этом, что тебе нужно не просто стоять на одном месте, а еще и активно предлагать продукцию, улыбаться и реагировать на каждого клиента, как будто он первый за день.

Промоутеры должны обладать большим желанием работать. Это самое главное. Не обойтись им и без запаса оптимизма и хорошего настроения, которым они смогут поделиться с окружающими. Изобретательность и находчивость очень важны для хорошего промоутера. Претенденты на эту вакансию в компании проходят несколько туров отбора: их проверяют на способность быстро ориентироваться и находить выход из любой ситуации. К примеру, спрашивают, как вести себя с клиентом, который ищет чай для похудения, а такого в магазине нет? На этот вопрос стандартного ответа нет. Главное — не растеряться и проявить фантазию. Промоутер — лицо компании, поэтому внешность играет немаловажную роль. Но это вовсе не означает, что фирме нужен сотрудник, непременно с данными фотомодели. Просто это должен быть человек привлекательный и приятный в общении. Грамотная речь — одно из обязательных условий. Человеку этой профессии нужно быть немного психологом и уметь прислушиваться к людям. Коммуникабельность, тактичность и обаяние помогут добиться успеха и получить удовольствие от самого процесса работы. Кстати, знание иностранных языков очень даже приветствуется. Для работы — это большой плюс, ведь

иногда приходится иметь дело и с иностранными клиентами. А вот имеет ли претендент опыт работы, для фирмы большого значения не имеет. Они охотно берут на работу новичков и обучают их. В день усердный промоутер получает около 300 рублей. Неплохо, не правда ли? Секрет щедрости заключается в том, что акции редко проходят на протяжении долгого времени, обычно — около двух-трех недель, при этом в столь сжатые сроки организаторы планируют достичь максимум эффекта. А как им еще стимулировать работников к продуктивной работе, как не высокой зарплатой? Бывало в моей практике и такое, когда расщедрившиеся руководители фирмы платили и по 500 рублей в день! Кстати, почему-то самые добрые наниматели — пивные компании, вот уж не знаю почему. Одним словом, не знаю, но это — очевидный и неоднократно проверенный факт! Так что, если тебе предложат работать на пивную компанию — соглашайся! Не пожалеешь.

Единственный негативный момент — зарплата зависит от жадности босса, а не от качества работы. Конечно, совсем без оплаты тебя не оставят, но «кинуть» могут. К счастью, такое случается редко, но предостереечь тебя — мой святой долг! В общем, когда будешь поступать на работу, присмотрись, а не тот ли это жадина-говядина, о котором тебе приходилось читать в умной книжке. Еще бывает и такое, что если акция прошла, а суперрезультатов не наблюдается, то платят тебе на порядок меньше, несмотря на твою примерную работу. Обидно? Чтобы избежать подобного, следует оговаривать такие моменты заблаговременно, на собеседовании или в личной беседе с боссом.

Также готовься к тому, что каждые пять минут тебя будут «посылать», а тебе с милой улыбкой придется все это терпеть, ибо ссориться с людьми запрещено. Это, кстати, основной и самый строгий запрет. Если нарушишь его, тебя быстро-быстро уволят, со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Должно быть, самый простой способ заработать деньги — это разносить газеты. Трудозатраты минимальны, работать надо не более нескольких часов в день и вдобавок ко всему еще и платят нормально (конечно, не золотые горы, но все же). Лучше всего то, что при желании хорошо и быстро заработать, можно совмещать это занятие с какими-нибудь другими. Самая частая ошибка в этом деле (ее не избежал, наверное, никто) — это попытка «наказать» редакцию и уничтожить все экземпляры, выданные для раскладки по ящикам. Не спорю, иногда этот номер проходит, но далеко не всегда! Чаще всего кидалу-неудачника ловят одним простым способом: звонят в тот дом, где он должен был распространить газеты, или выезжают туда по горячим следам и застают его на месте преступления. Так что обманывать, по крайней мере в первые дни работы, настоятельно не рекомендую, могут и уволить, и, как это ни обидно, оштрафовать. Еще одна проблема, если ты живешь в не очень крупном городе, то избегай частный сектор. Просто платят всем одинаково, т. е. зарплата рассчитывается в зависимости от количества взятых тобой газет и страниц в каждой, а работать в районе, состоящем из новостроек или из одноэтажных избушек, — далеко не одно и то же. Еще в частном секторе куча собак, которые так и рвутся с цепи, чтобы перепрыгнуть через забор и как следует потрепать тебя. Так что делай выводы. За неделю такой работы обычно платят около пятисот рублей. Также если в твоем городе назревают какие-нибудь выборы, есть смысл пройти по офисам (или штабам, как они их называют) политических партий. Обычно они предлагают больше денег за точно такую же работу, а в случае победы еще и на радостях заплатят тебе очень внушительную премию и щедро пригласят на банкет. Так что, пройти по штабам партий, думаю, лишним не будет.

Вакансии по этой должности нашлись, к моему безграничному удивлению, очень быстро, дня за два. Я обратил внимание на то, что при подборе персонала этой профессии работодатели, в первую очередь, обращают внимание на наличие опыта работы, а уже потом на внешние данные. Всю свою жизнь я думал, что все наоборот. Оказалось, не имея и малейшего опыта работы, барменом устроиться практически невозможно даже в какое-нибудь маленькое кафе или недавно открывшийся ресторан. Поэтому тем, кто хочет работать по этой специальности, лучше для начала попытаться устроиться официантом или каким-нибудь другим работником кафе. Получив опыт работы и ознакомившись с принципами работы персонала заведений общепита, можно смело переходить к профессии бармена. Что необходимо уметь бармену? Прежде всего, это умение быстро находить общий язык с любым человеком. Все остальные навыки приобретаются в процессе работы. Вообще, профессию бармена лучше всего выбирать тем, кому нравится общаться с людьми. Только в этом случае работа будет приносить не только материальные выгоды (а, надо заметить, в этой профессии они достаточно большие, в основном за счет чаевых), но и моральное удовлетворение. Без последнего работа за стойкой покажется слишком тяжелой.

Поначалу почти во всех местах мне предлагали поработать на полставки для того, чтобы «будущий работник (т. е., я) ознакомился с возлагаемым кругом обязанностей». Не скажу, что меня это сильно радовало, но наивно было рассчитывать на что-то большее, не имея никакого опыта работы. Кстати, во время такой работы можно ближе познакомиться с коллективом и больше узнать о своем будущем начальнике и условиях труда не «на бумаге», а в реальности, что играет важную роль в принятии дальнейших решений (остаться или найти место получше). Понятное дело, в

течение испытательного срока нужно стараться показать себя с наилучшей стороны. Честность, коммуникабельность и понимание – вот на какие качества твоего характера босс обратит внимание. Для него важно и твое умение адекватно реагировать на заказы клиентов и без «кровопролития» решать конфликтные ситуации. Конечно, на сегодняшний день миру известно невероятное множество всевозможных рецептов коктейлей и напитков, и все их запомнить сначала кажется очень сложным, но не отчаивайся, со временем ты этому научишься.

Для успешной работы барменом нужно также обладать определенными личностными качествами: человек должен быть сообразительным, уметь быстро просчитывать выручку от заказываемых клиентами напитков, быть ответственным, поскольку работа связана с деньгами. Обучиться этой специальности сейчас можно на многочисленных курсах и в учебных заведениях, где продолжительность учебы колеблется от месяца до полугода. Что касается меня, то я полностью научился всему самостоятельно, переходя на работу из одного заведения в другое: из тех, где требуется меньше знаний и навыков, в те, где предъявляемые требования к барменам выше, а соответственно, выше и заработная плата.

Официантка (мужикам на эту работу устроиться довольно сложно)

Почти во всех фирмах на должность официантки может претендовать молодая девушка в возрасте 20—27 лет, имеющая опыт работы. Парням в этом деле найти работу гораздо сложнее, хотя и это возможно. Существуют специальные учебные заведения, техникумы,

училища, разнообразные курсы, выпускающие квалифицированных официанток, в совершенстве владеющих мастерством подачи еды и напитков, сервировки стола, обслуживания клиентов. Безусловно, все приветствуют соискательниц с соответствующим образованием, но это не является обязательным условием поступления на работу. Практически любая фирма с радостью обучит девушку, если она будет относиться к своей профессии серьезно и старательно. Хотя аккуратность и хозяйственность, смекалка и широкий кругозор, коммуникабельность и тактичность, радушие и гостеприимность — это те личные качества, которые сделают официантку, ими обладающую, душой любого заведения, а им, как известно, невозможно научиться. Но первостепенную роль в профессии играет, естественно, внешность. Поскольку официантка будет постоянно общаться с людьми, то она должна иметь ухоженный и опрятный вид, уметь следить за собой. В этом случае и клиентам будет приятно с ней общаться, да и она будет уверенней чувствовать себя на рабочем месте. Но главный секрет успеха официантки — это улыбка, искренняя и неподдельная. Улыбка помогает успешно выходить из любых жизненных ситуаций, даже не самых приятных. К тому же официантка — это лицо заведения, и согласитесь, намного приятнее смотреть на лицо красивое и сияющее улыбкой.

Клиенты чаще всего высказывают свои жалобы или претензии именно официантке, на нее сыплются все «шишки», поэтому девушка должна сочетать в себе качества дипломата и психолога, чтобы, не теряя репутации заведения, умело погасить любой конфликт, и, не обижая клиента, сделать все возможное, чтобы он остался доволен обслуживанием.

По истечении недельного испытательного срока, понаблюдав за способностями и старательностью будущих сотрудниц, фирмы решают, оставлять ли их на постоянную работу. А тех, кто еще не понял, что быть официанткой не так уж и просто, смею заверить — это тоже своего рода искусство.

Но все же официанткой (или официантом) работать проще, чем в других отраслях ресторанного бизнеса. Как уже было сказано ранее, с этого часто начинают все, кто на самом деле хочет работать барменом, поваром и так далее. Хотя расслабляться раньше времени все же не советую, ибо свои простые обязанности тебе придется выполнять на высочайшем уровне. И, что еще обиднее, за каждый разбитый бокал финансовую ответственность будешь нести именно ты. Готовься к тому, что первое время денег видеть ты не будешь, т. е. начисляться они, конечно, будут, но их надо будет отдавать за разбитую посуду и за деликатесы, которые тебе обязательно захочется попробовать. Правда, последнее еще зависит и от того, какое место ты себе выберешь, будет это привокзальная пельменная или престижный ресторан, кстати, в некоторых, особенно приятных нашему брату заведениях, и вовсе работников кормят совершенно безвозмездно (т. е., даром). Отбирают для этой работы, обычно руководствуясь внешними данными и коммуникабельностью, никакое образование никого не интересует. Зарплату обычно предлагают очень маленькую, наблюдают за твоей работой и в первый месяц в большинстве случаев повышают. Опять же не забывай, что основу твоего дохода будут составлять чаевые, которые напрямую зависят от широты твоей улыбки и скорости перемещения по залу, так что от твоего профессионализма зависит не только престиж заведения, но и твое собственное благосостояние.

Круто! Тебе все-таки удалось добраться до этой (последней) страницы. Надеюсь, что тебе теперь стало понятно, где раздобыть денег, при этом особенно не напрягаясь и не занимаясь криминалом. Теперь принимай установку: везде, где бы тебе ни довелось находиться, славь эту книгу, расскажи о ней всем друзьям и знакомым и, кстати, не забудь купить себе еще десяток экземпляров (вдруг этот испортится). Знай, после этого ты излечишься от всех известных человечеству болезней, не исключая кармических, будешь жить до миллиона лет и будет тебе счастье!

А если серьезно, то надеюсь, эта книга не очень тебе наскучила (раз ты уже на последней странице). Вообще-то, авторов у нее двое, а написана от первого лица исключительно для удобства (твоего и нашего). Знай, на протяжении этих долгих страниц мы писали о том, как тебе заработать денег в наше трудное время, а сами заработали на том, что эта книга вышла и лежит у тебя в руках. Так что помни, никаких рамок не существует, каждый человек сам определяет для себя границы. Будь смелее и не бойся пробовать что-то новое, воспринимай неудачи как стимул к дальнейшему самосовершенствованию. И если ты последуешь нашему совету, то уже через несколько лет будешь рассказывать людям о том, где взять денег. Попутного тебе ветра!

Содержание

ВСТУПЛЕНИЕ.....	3
 ГЛАВА 1.	
КАК УСТРОИТЬСЯ НА РАБОТУ	7
Как и где искать работу	7
Успешное трудоустройство и массовые стереотипы, которые этому мешают	7
Государственная служба занятости	10
Коммерческие агентства по найму и подбору кадров	14
Средства массовой информации:	
газеты, радио, ТВ	16
INTERNET	19
Другие люди	22
Что о работодателе может сказать объявление .	24
 Психологические советы	28
Как пережить собеседование	30
Босс-мужчина	32
<i>Войдя в кабинет работодателя...</i>	32
<i>Рукопожатие босса</i>	33
<i>Поза и жесты при разговоре</i> <i>с работодателем</i>	35
<i>Молодой босс (не старше сорока лет)</i>	36
<i>Боссу «за сорок»</i>	37

Босс – женщина	38
Женщина-босс и ее интуиция	38
Кабинет работодателя	39
Значение женского рукопожатия	40
Поза при разговоре с работодателем-женщиной	41
Босс — молодая женщина (приблизительно до сорока)	43
Босс — женщина старше сорока лет	44

Испытательный срок:	
теория и практика	44
Что нужно знать об испытательном сроке	45
Исключения из закона	46
Продолжительность испытательного срока	46
Преждевременное прерывание испытательного срока по инициативе работника	47
Преждевременное прерывание испытательного срока по инициативе работодателя	48
Критерии оценки продуктивности работы	48
Зарплата во время испытательного срока	49
Результаты	51
Немного теории	52
Сетевой маркетинг: проблемы и стереотипы	52

ГЛАВА 2.

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ	52
Как закалялась сеть	53
Финансовые пирамиды	54
На вкус и цвет	55
Это надо знать	57
Сначала	58

Секреты	60
Основы основ	61
Начало работы в сетевом маркетинге	62
Встречают по одежке	62
Как помочь компании и себе	65
Как компания поможет тебе	68
Список знакомых	69
«Домашние кружки»	69
Презентации	71
Книга презентаций	75
Схемы «рекрутских наборов»	76
Как задействовать незнакомых людей	78
Коварные вопросы	81
Биологически активные добавки.....	83
Препарат «Цыгапан»	83
Финансовые возможности с «Тяньши»	84
Конец	87

ГЛАВА 3.

КАК ЗАРАБОТАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ..... 88

Число профессий в Сети	
резко возросло	91
Должность web-мастера уходит в небытие	92
Кто же занимается электронной торговлей?	93
Как распределяются обязанности и деньги	94
Мои советы тем, кто только начинает	
свой бизнес в Интернете	98
Что делать с самого начала	98
Программы, которые помогают заработать	99

Самые популярные способы поднятия денег	100
Интернет-Бизнес, или «Магазин магазинов»	100
Продажа цифрового продукта	104
Как зарабатывать, покупая товары на аукционе «eBay»?	112
Деньги для самых ленивых	114

ГЛАВА 4.

КАК ОТКРЫТЬ СВОЮ ФИРМУ	117
-------------------------------------	------------

Быть богатым хорошо или плохо?	119
---	------------

Игры в нашей жизни	121
--------------------------	-----

Настрой себя на успех	122
-----------------------------	-----

Зачем нужны настойчивость и решительность	123
--	-----

Знаешь ли ты свою цель	126
------------------------------	-----

Определение своей цели	128
------------------------------	-----

Определи свои возможности	131
---------------------------------	-----

Твой тип бизнеса	133
------------------------	-----

Что необходимо для создания собственного дела	137
--	------------

Регистрация фирмы	140
-------------------------	-----

Учет в налоговой инспекции	141
----------------------------------	-----

Как открыть счет в банке	142
--------------------------------	-----

Порядок лицензирования	145
------------------------------	-----

Твой бизнес-план	146
------------------------	-----

Учимся торговать	149
------------------------	-----

Процесс торговли	150
------------------------	-----

Методы торговли	151
-----------------------	-----

Ресторанный бизнес	153
---------------------------------	------------

Подводные камни	
ресторанного бизнеса	154
Как правильно найти место	156
Как заработать, открыв кофейный лоток	157
<i>Выбираем кофе</i>	157
<i>Какая машина для варки кофе лучше</i>	159
<i>Как правильно составить меню</i>	159
<i>Имидж кофейни – половина успеха</i>	160
<i>Подбор персонала</i>	161
<i>Маленькие хитрости</i>	162
<i>«Не запирай свою дверь...»</i>	163

Как заработать на горячей выпечке 164

Торговая наценка, доход и издержки	166
Сколько стоит арендовать офис	
и купить необходимую технику	168
Валовой ежедневный доход	170
Продажа пиццы	171
Торговля шаурмой, или шавермой	173

ГЛАВА 5.

ОБЗОР САМЫХ

ПОПУЛЯРНЫХ ПРОФЕССИЙ 175

Продавец-консультант	176
Продажа парфюмерии и косметики	183
Продажа хозтоваров	184
Продажа обуви и одежды	185
Продажа цветов	186
Продажа пищевых продуктов	188
Продажа cd, dvd, game	189
Продажа сотовых телефонов	191
Перспективы работы в супермаркете	193

Водитель	197
Водитель такси	199
Водитель в фирме	201
Доставка на дом продуктов питания	203
Промоакции и рекламные компании	205
Промоутер	205
Газетный курьер	208
Бармен	209
Официантка	210
ЭПИЛОГ	213

Чумичкин Дмитрий Владимирович
Букреев Андрей Борисович

Где взять деньги?

Пособие для начинающих богачей

Художественное оформление
Ответственный редактор
Художник
Корректоры:

Д. Чумичкин
Э. Юсупянц
В. Кириченко
В. Булгаков,
О. Милованова

Лицензия ЛР № 065194 от 2 июня 1997 г.

Сдано в набор 20.09.03.

Подписано в печать 14.11.03

Формат 84x108/32. Бумага тип. №2.

Гарнитура «Школьная». Печать офсетная.

Усл. печ. л. 15,12.

Тираж 5000 экз. Зак. № 854.

Издательство «Феникс»,
344082, г. Ростов-на-Дону, пер. Халтуринский, 80.

Отпечатано с готовых диапозитивов в ФГУИПП «Курск»
305007, г. Курск, ул. Энгельса, 109



ISBN 5-222-04052-6

Библиотечка
Мягкая обложка



9 785

не пятьдесят

B5366
WASHINGTON