

# Оглавление

<b>Введение</b> .....	8
<b>Благодарности</b> .....	13
<b>ЧАСТЬ 1</b>	
<b>ХОРОШЕЕ НАЧАЛО – ПОЛОВИНА ДЕЛА</b> .....	17
Определяем цели .....	19
«Чего изволите?» – решаем, что предложить клиентам .....	25
Продавайте впечатления. ....	30
Надо ли стремиться к идеальному качеству? .....	35
Обходим «грабли»: что еще учесть при работе над товаром или услугой .....	42
<b>ЧАСТЬ 2</b>	
<b>ИССЛЕДУЕМ ТЕРРИТОРИЮ: КЛИЕНТЫ И КОНКУРЕНТЫ</b> .....	49
Как узнать, кто ваш клиент .....	51
Каждый сверчок знай свой шесток: ваше место на рынке. ....	55
Избежать конкуренции – надо ли, реально ли? .....	60
<b>ЧАСТЬ 3</b>	
<b>ДЕРЖИМ ДЕЛА В ПОРЯДКЕ</b> .....	65
«Сколько это стоит?» – что учесть при определении цены .....	67
Организуем, помним, считаем всё .....	73
Принесет ли деньги ваше дело? .....	78
Как вести бизнес по закону .....	82
Жизнь вашего бизнеса как она есть .....	85

## ЧАСТЬ 4

<b>РЕКЛАМА: ЧТО, ГДЕ, КОГДА, А ТАКЖЕ КОМУ, КАК И ДЛЯ ЧЕГО</b> .....	89
Реклама: какой она бывает? .....	91
Задаем умные вопросы .....	95
Воздействие на людей: эмоциональные триггеры .....	101
«Что в этом для меня?» — думайте о выгоде клиента .....	106
Завоевываем глянец .....	108

## ЧАСТЬ 5

<b>ПРОДАЖИ В СТИЛЕ ДЗЕН: ЕСТЕСТВЕННО И БЕЗ УСИЛИЙ</b> .....	115
Как избавиться от неловкости, предлагая товар или услугу.....	117
Убираем барьеры на пути к покупке .....	120
Как заботиться о клиенте.....	127
Не делайте этого: ошибки художника .....	130
Где продавать .....	133
Продажи товаров в Интернете.....	138
Чего хотят от вас центры и студии .....	142
Выставки, ярмарки, конференции: как получать от них пользу.....	146
8 правил успешного выступления .....	154

## ЧАСТЬ 6

<b>ИНТЕРНЕТ: КАК ПЛЫТЬ ПО МОРЮ ИНФОРМАЦИИ</b> .....	163
А нужны ли вашему бизнесу сайты, блоги или социальные сети? .....	165
Если вы делаете сайт: 6 важнейших страниц .....	171
Это непонятное SEO — о продвижении в поисковых системах .....	177
Профессиональная страница: 11 вопросов.....	180
На все руки блогер: примерный список ежедневных задач .....	186
Темы, вызывающие наибольший отклик .....	190
Как завоевать доверие клиентов? .....	194
Когда ваш блог разрушает ваш бизнес .....	197

Ошибки, на которых училась я .....	202
Подписка: пусть ждут ваших писем .....	205
<b>ЧАСТЬ 7</b>	
<b>ВЫ КАК ЧАСТЬ ВАШЕГО БИЗНЕСА .....</b>	<b>211</b>
Презентация себя .....	213
Хвалить себя правильно .....	215
Решаем проблемы весело и эффективно .....	219
Делай или не делай. Не надо пытаться .....	224
У страха глаза велики .....	226
Что делать, если вы совершили ошибку .....	230
Сложно сказать «нет»? Скажите «да» медленно .....	234
<b>Послесловие .....</b>	<b>237</b>
<b>Приложение 1.</b>	
ПИШЕМ ДЛЯ САЙТОВ И БЛОГОВ .....	239
<b>Приложение 2.</b>	
УЧИМСЯ У МАСТЕРОВ – БИЗНЕС НА ПРИМЕРЕ .....	252
<b>Рабочая тетрадь .....</b>	<b>263</b>
<b>Об авторе .....</b>	<b>289</b>

# Введение

«Нет большего счастья в жизни, чем понимать, что занимаешься любимым делом. Видеть, как медленно, но верно ты взбираешься по ступенькам самосовершенствования. Рисовать — и видеть своих клиентов довольными. Выбирать свой график работы и иметь время на то, чтобы участвовать в других проектах, не за прибыль, помогая другим людям».

**Мила Киселева, иллюстратор**

«Главная поддержка, радость и удовольствие — это ежеминутное понимание того, что я делаю (наконец-то! смогла! могу!) то, что нравится».

**Лена Федотова, дизайн моделей для вязания**

«Моя предыдущая работа никогда не давала того удовольствия, какое я получаю сейчас, собирая из разномастных кусков очередную сумку или рисуя по сегментам зонтика кошачью сказку с сюжетом».

**Елена, аксессуары**

«Это ведь по-настоящему женская и очень удобная работа. В ней я сама себе хозяйка, сама планирую свое расписание, сама выбираю клиентов и сама решаю, за какую работу я возьмусь, а за какую браться не стоит».

**Алена Абрамова, цветы из ткани**

«Было очень страшно на это решиться, но я решилась. И ни капли об этом не жалею».

**Сабина, украшения**

## Для кого эта книга?

Эта книга — о маркетинге для тех, кто чувствует порыв и готовность превратить свое увлечение в свое дело. Не для маркетологов, не для профессионалов, не для менеджеров и специалистов по рекламе. Для тех, кто хочет заниматься творчеством и зарабатывать, для тех, у кого уже есть частная практика, но недостаточно клиентов, для тех, у кого есть любимое дело, желание работать в удовольствие и множество вопросов.

Людей, которые стали работать на себя и достигли успеха, немало. Все они пришли к этому по-своему: кто-то понял, что радость приносит именно хобби, а вовсе не предыдущая работа, а кто-то однажды решил, что работу он любит, но хочет сам быть себе начальником. Всем им пришлось приложить немалые усилия, чтобы собственное дело приносило деньги, затраты окупились, а доходы заменили зарплату (или стали существенной прибавкой к ней), но практически все, кто решился на это, скажут вам, что оно того стоило.

Да, большинство не основало международные компании (хотя некоторые со временем к этому пришли), их доходы совсем не такие, как у монстров рынка. Бизнес — это не только корпорации, но и маленькие интернет-магазины, работа на заказ и частное преподавание. Масштабы различаются, но, по сути, вопросы, которые приходится решать управленцу в крупной фирме, владельцу маленькой булочной и автору украшений, — во многом одни и те же.

Всем нужно организовать работу, создавать новые товары и услуги, рассказывать о них миру, общаться с государством, другими фирмами и покупателями, считать расходы и доходы, развиваться. Но если в больших компаниях есть специалисты с нужным образованием — юристы, менеджеры по продажам, маркетологи, — то частный предприниматель должен заниматься всем перечисленным сам. И тут перед ним вырастает стена вопросов, на которые не так просто найти ответ.

Как преподнести вещи, сделанные своими руками? Как определить, сколько они могли бы стоить? Можно ли их продать — и если да, то где? Что сделать, чтобы их заметили и захотели купить? Где повесить объявление о частных уроках английского? Как понять, смогут ли доходы

////////////////////////////////////  
**Бизнес — это не только корпорации, но и маленькие булочные, работа на заказ и частное преподавание**  
////////////////////////////////////

от продаж заменить зарплату, если уйти с работы и заниматься своим хобби? Как со всем этим справиться?

Деловая литература не всегда помогает в поиске ответов, зато пугает количеством терминов. Анализ рынка. Привлечение клиентов. Работа с заказчиками. Позиционирование. Продажи. Налоги. Увеличение прибыли. Стандарты качества. Реклама, продвижение, оптимизация... К таким текстам о маркетинге и ведении бизнеса не прилагается даже словарь, хотя часто нужен переводчик.

////////////////////////////////////  
**Как использовать все эти законы бизнеса, если хочется просто делать на заказ бусы и кексы, а книги о маркетинге написаны буквально на другом языке?**  
 //////////////////////////////////////

Как использовать все эти законы бизнеса, если хочется просто делать на заказ бусы и кексы? С какой стороны подойти к рекламе в Интернете психологу или тренеру по йоге? Как продавать плюшевых медведей и вязаные шарфы, если книги о продажах часто исходят из того, что продать нужно любой ценой, пройдя по головам и конкурентов, и покупателей?

Маркетинг действительно отвечает на все эти вопросы. Он объясняет, как продавать то, что вы делаете, и как делать то, что будет продаваться. Главное — выслушать эти объяснения на понятном вам языке. Если пользоваться терминологией — нужно найти источник, целевой аудиторией которого являетесь вы. Видите разницу?

## **Об авторе, маркетинге, творчестве и работе как удовольствию**

Книга эта выросла из блога «Работа как удовольствие» — [arcobaleno.ru.livejournal.com](http://arcobaleno.ru.livejournal.com). В нем я уже шесть лет рассказываю, как работать легко и эффективно и превратить увлечение и частную практику в дело, приносящее прибыль и радость.

Я специалист по маркетингу, изучала его в Нидерландах в то время, когда в России был только один учебник по маркетингу, а слова «маркетолог» еще не знали. Позже я защитила диссертацию по конкурентной политике, а сейчас работаю в региональном информационном центре крупной международной организации, в числе прочего веду интернет-проекты и тренинги по созданию статей и фотографий для сайтов.

Мое хобби – войлок. В хендмейд я попала, в общем-то, случайно: хотела делать мультфильмы, но уперлась в то, что не умею рисовать, а это серьезное препятствие. Зато узнала, что есть кукольные мастера, и попыталась делать кукол – в конце концов, кукольные мультфильмы тоже бывают. Пробовала разные материалы, вышла на сухое валяние шерсти (фильцевание) и увлеклась. Для кукол своих я придумывала истории, а на валяных подушках изображала сценки – это, конечно, были не совсем мультфильмы, но тоже в удовольствие.

Войлоком я занималась три года, и за это время у меня было 11 публикаций в различных журналах и газетах, включая глянец и «Вечернюю Москву», три мастер-класса на телевидении и персональная выставка в центре современного искусства «Винзавод», тогда крупнейшем в Москве. Это было большим достижением – в то время на «Винзаводе» рукодельниц не привечали, а уж тем более с таким недолгим стажем.

Я участвовала и в общих выставках хендмейда и на первой же поняла, что мир творчества не отделен от реального – в нем так же, как и в остальных сферах, нужно знание, как подавать свои работы, кому и как их продавать, как не прогореть, устанавливая цены. У знакомых психологов, арт-терапевтов и преподавателей была та же самая история: проблемы с привлечением клиентов и полное непонимание, с кем работать, как создавать клиентскую базу, как себя преподносить.

А ведь это – самый обычный маркетинг, который необходим для успешного дела не меньше, чем творчество. И если о нем знать, то не нужно изобретать велосипед и наступать на грабли – можно использовать уже готовые алгоритмы.

И я стала писать о маркетинге в блоге, который заводила для своих войлочных работ, рассказала об основах, а когда началась лихорадка социальных сетей, стала тестировать методы ведения блога, заодно рассказывая о них читателям. Всего за десять месяцев мой блог «Работа как удовольствие» попал в сотню самых популярных в «Живом журнале» по статистике «Яндекса» – и до сих пор не сдает позиций.

Сейчас мой блог читают более десяти тысяч человек. За эти годы в нем накопилось множество статей о том, что важно для успеха дела, о продумывании целей и задач, об общении с клиентами, о том, как

////////////////////////////////////  
**В хендмейде,  
как и в остальных сферах,  
нужно знание, как пода-  
вать свои работы, кому  
и как их продавать  
и как не прогореть**  
////////////////////////////////////

правильно продавать и вести переговоры, как оценить результаты и увеличить прибыль. Интерес к этим темам не уменьшается, и я написала книгу о том, как создать свое дело и вести его так, чтобы оно приносило доход и радость.

Статьи о маркетинге дополнил опыт моих читателей – более ста человек из разных городов России, из Армении, Белоруссии, Германии, Египта, Израиля, Словакии, Хорватии, Украины, Черногории откликнулись на мою просьбу и поделились историями о том, как они решили начать свое дело, об успехах и трудностях, об ошибках, решениях и достижениях, об их собственном опыте в рекламе и продажах в Интернете.

А в конце книги вы найдете приложения. Одно из них – о том, как писать для сайтов и блогов, второе – это истории мастеров, рассказывающих, с какими сложностями они столкнулись и как добились успеха, а третье – рабочая тетрадь. В ней собраны вопросы, о которых идет речь в книге, все то, о чем нужно задуматься, прежде чем начинать бизнес или что-то в нем менять. Ответы можно записывать прямо в рабочей тетради. Прodelав это, вы гораздо лучше сможете себе представить, к чему вы стремитесь, с кем вы собираетесь работать, что и как продавать, как двигаться к вашей цели, чтобы наверняка ее достичь.

Успехов вам и радости от каждого рабочего дня!



# Благодарности

Отдельное спасибо за подробные интервью:

**Александру Гиршону**, психологу, хореографу и автору тренингов;

**Дмитрию Тарантину**, директору центра «Открытый мир»;

**Елене Заяц**, зам. главного редактора журнала Story;

**Ирине Коротыч**, главе представительства косметической марки Meder Beauty Science & Spa;

**Светлане Юровой**, топ-стилисту и владелице «Студии 53».

И спасибо всем тем, чей опыт помог мне в работе над книгой:

Агнесса, украшения  
<http://yaagatha.livejournal.com>

Александр Ефимов, ювелирные украшения  
[www.artefactorium.ru](http://www.artefactorium.ru)

Александра Золотарева, керамическая мастерская Sunflower Art  
<http://sdelanorukami.livejournal.com>

Алена Абрамова, дизайнер, цветы из ткани  
[www.alenaflower.ru](http://www.alenaflower.ru)

Анастасия Арайс, дизайнер, художник  
<http://vandervelde.livejournal.com>

Андрей Мякоткин, модели грузовиков, SIA A&N Model Trucks  
[www.an-modeltrucks.com](http://www.an-modeltrucks.com)

Анна Брагинская, дизайнер, украшения из бисера  
<http://annbraginsky.com>

Анна Левина, фотограф  
<http://rallykisa.livejournal.com>

Анна Мещерякова, миниатюра

<http://air-reflection.livejournal.com>

[www.livemaster.ru/reflection](http://www.livemaster.ru/reflection)

Анна Тиде, коллекционные медведи Тедди и азиатские шарнирные куклы

<http://anna-tide.livejournal.com>

Анна, батик

<http://armeniaonsilk.livejournal.com>

Виктория Козырь, художник, «Шерстяная ювелирка»

<http://devochka-vika.livejournal.com>

Виктория-V.S., скрапбукинг

[www.handmade-by-vs.blogspot.com](http://www.handmade-by-vs.blogspot.com)

Галина Ращупкина, украшения из камня

Елена Пашкина, украшения

<http://amur-miay.livejournal.com>

Елена Рупрехт, мастер по наращиванию ресниц

<http://moi-resnichki.livejournal.com/>

Елена Фоломьева, лоскутное шитье

<http://folomyova.narod.ru>

Елена, сумки, зонты, аксессуары

[www.livemaster.ru/ihelen](http://www.livemaster.ru/ihelen)

Ира Зеликман, украшения

[www.fleur-de-irk.com](http://www.fleur-de-irk.com)

Ирина Кириллова, скрапбукинг, мыловарение

<http://slatki.livejournal.com>

Ирина Рыбак, украшения из полимерной глины

[www.livemaster.ru/irenka-r](http://www.livemaster.ru/irenka-r)

Катерина Королева (Пчелка Майя), лэмпворк

[www.maya-honey.ru](http://www.maya-honey.ru)

Ксения и Евгений Горбуновы, изделия из войлока

<http://tilatila.ru>

Лена и Ира, дизайн, игрушки, аксессуары

<http://sim-sisters.livejournal.com>

[www.wix.com/simsisters/kimuka](http://www.wix.com/simsisters/kimuka)

Лена Федотова, дизайн моделей для вязания

[www.ravelry.com/designers/elena-fedotova](http://www.ravelry.com/designers/elena-fedotova)

Марьяна Брюханова, художница, руководитель творческой мастерской

«Ирис»

<http://maryna-maryanka.livejournal.com>

Мила Киселева, иллюстратор, дизайнер украшений

<http://hopeless-ya.livejournal.com>

Настассия Ребкавец, украшения

<http://vk.com/club29734035>

Наталья Соколова, роспись по шелку, сумки

[www.talasilk.com](http://www.talasilk.com)

Наталья Рецца, фотограф, художник

[www.rezzabellum.com](http://www.rezzabellum.com)

Ольга Альмухаметова, проект «СупельГуд», игрушки и интерьер детской

[www.livemaster.ru/bonitas](http://www.livemaster.ru/bonitas)

[almuhametova.blogspot.ru](http://almuhametova.blogspot.ru)

Роберто Эспинагоса

[www.espinagosa.com](http://www.espinagosa.com)

<http://openw.ru/people/roberto-espinagoza>

Сабина, украшения

<http://sabi-krabi.livejournal.com>

Светлана Юрова, топ-стилист, владелица «Студии 53»

<http://imidzh-studiya.com>

Татьяна Ядыкина, украшения, аксессуары

<http://taki-shtuki.blogspot.ru>

<http://vk.com/club12640399>

Тийна Орасмяэ-Медер, врач-косметолог, создатель косметической марки

Meder Beauty Science & Spa

<http://mederbeauty.com>

Юлия Романова, «Волшебный войлок»

<http://julia-design.ru>

Юля Гридина, пошив и аренда исторических и карнавальных костюмов

<http://vk.com/club39056129>

Яна Трофименко, игрушки и украшения

[www.livemaster.ru/ms-smily](http://www.livemaster.ru/ms-smily)



# 1

## **ХОРОШЕЕ НАЧАЛО — ПОЛОВИНА ДЕЛА**

Начинаем свой бизнес —  
так начнем с самого начала:  
с определения целей  
и постановки задач.





# Определяем цели

- Скажите, пожалуйста, куда мне отсюда идти?
- А куда ты хочешь попасть? — ответил Кот.
- Мне все равно... — сказала Алиса.
- Тогда все равно, куда и идти.

**Л. Кэрролл. Алиса в Стране чудес**

Слова Чеширского кота верны во всех областях жизни, в том числе в создании своего дела. Прежде чем с головой бросаться в бизнес, спросите себя – а куда я хочу попасть? Чего достичь? Многие начинают заниматься чем-то без малейших планов на будущее. В итоге они не прикладывают достаточно усилий или, наоборот, растрачивают попусту время и энергию, хватаются за все возможности и соглашаются на любые предложения, даже не успев оценить, а надо ли им это. Соглашаются, например, участвовать в выставке-ярмарке, пусть даже известной, со своими картинами, хотя на такие мероприятия редко ходят те, кто эти картины покупает. Результата и перспектив нет как нет, а потраченным деньгам и времени можно было бы найти более эффективное применение. Работа в результате приносит не так много денег и еще меньше удовольствия.

Любое дело, будь то консультирование, рукоделие или обучение, надо рассматривать исходя из вашей жизни и ваших желаний. Чего именно вы хотите достичь? Для чего вы этим занимаетесь? Сколько времени вы готовы этому уделять? Как это впишется в вашу жизнь? Все, что вы будете делать дальше, зависит от ответов на эти вопросы.

Многие книги и бизнес-тренеры подталкивают определять свою жизненную миссию и ставить глобальные цели – выйти на мировой

////////////////////////////////////  
**Не хотите быть самым известным в стране дизайнером или самым уважаемым консультантом так же нормально, как и хотите. Главное тут – понимать свои желания**  
////////////////////////////////////

рынок, ни больше ни меньше, или стать лучшим в своей области. Однако есть и другой подход. Не хотеть быть самым известным в стране дизайнером или самым уважаемым консультантом так же нормально, как и хотеть. Нет ничего страшного, если вы не будете гнаться за высотами. Главное – знать свои желания и трезво оценивать возможности.

Вы хотите создать собственное дело и не зависеть от начальства – прекрасно. Добиться славы и признания? Великолепно. Просто подзаработать денег «на булавки» в свободное от работы время? Не готовы прикладывать массу усилий к продвижению себя и своего бизнеса? Это столь же достойный выбор, как и первые два.

## **Если вы хотите прежде всего зарабатывать деньги — и как можно быстрее**

Ориентируйтесь на массового покупателя, не чурайтесь повторений вещей, которые у вас хорошо получаются и пользуются спросом. Если ваше занятие – услуги, предлагайте то, что решает наиболее насущные проблемы клиентов, готовьте большие семинары, повторяйте популярные. Подстраивайтесь под вкусы и потребности той публики, которая тратит деньги даже во время всеобщего финансового кризиса. Экономьте, рассчитывайте траты и учитывайте все до копейки.

И помните, что постоянный бизнес хорошо делать на тех товарах и услугах, которые требуют постоянной замены или повторений. Это означает постоянный спрос. Продукты питания, косметика, парфюмерия, мыло, средства для дома – все это нам требуется регулярно. Уход за собой, физическая нагрузка – тоже.

А вот обучающие курсы завершаются, когда клиент достигает желаемого уровня мастерства. Коллекционные куклы и мишки Тедди с сертификатами дороже, чем сувенирные или детские игрушки, – однако и спрос на них не так уж велик. Шарфов можно иметь много, а количество пальто у женщины, как правило, ограничено. А уж свадебные кольца или диадемы требуются в лучшем случае пару раз в жизни.

«У меня изначально была установка на зарабатывание денег. Когда создавал украшение, основной критерий и вопрос был таким: “А купят ли вещь?” И это было стимулом для творчества, поиска необычных техник и сочетаний материалов и повышения качества».

**Александр Ефимов, ювелирные украшения**



«Не всегда то, что кажется ходовым товаром, оказывается таковым. Приходится все время придумывать такие украшения и такие услуги, которые, с одной стороны, будут приятны в исполнении (для собственного удовольствия), а с другой — окажутся лидерами продаж».

**Лена и Ира, игрушки, аксессуары**

## **Если вы хотите не только денег, но и известности**

Если ваши амбиции велики, стоит сразу заняться выстраиванием бренда. Грамотное раскручивание собственного имени позволит потом запрашивать больше денег за то, что вы предлагаете, но для раскрутки придется приложить дополнительные усилия. Поскольку на это будут уходить и время, и деньги, не стоит ожидать на первом этапе значительной прибыли.

Вам придется принимать участие в тех мероприятиях, которые не обязательно приносят деньги, а чаще, наоборот, требуют финансовых вложений. К ним относятся выставки, конференции, семинары. Это все, разумеется, необходимо совмещать с созданием новых товаров и услуг, чтобы было что раскручивать.

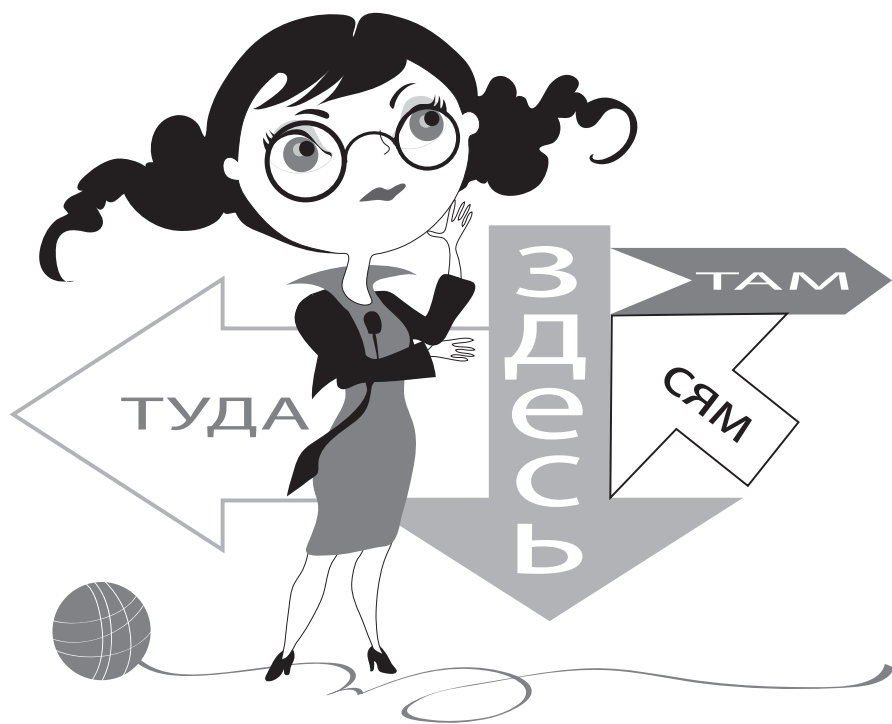
«Высокое качество и оригинальный, узнаваемый стиль — результат серьезных вложений как времени, так и денег: в обучение, в аппаратуру, в реквизиты, в идеи. Бескомпромиссность в вопросах качества и решение придерживаться своего стиля со временем начинают окупаться и работать на репутацию, а правильная репутация в условиях высокой конкуренции — одно из решающих преимуществ».

**Наталья Рецца, фотограф, художник**

«На мастер-классы идут на имя. После этого многие ученицы покупают мои вещи. Они могли бы и сами сделать, но хотят иметь именно мое».

**Виктория Козырь, цветы из шерсти**

Можно ли, только начиная свой бизнес, сразу получать прибыль и быстро раскручивать свой бренд? Можно. Но это будет работа на износ, 24 часа в сутки и 7 дней в неделю (либо вы должны быть очень талантливы и удачливы). Если вы к этому готовы — вперед.



«Я знаю нескольких парикмахеров — мастеров своего дела, которые открыли собственные салоны и теперь принимают там клиентов с утра до вечера, вообще без выходных. Через несколько лет они возненавидят свою работу!»

**Светлана Юрова, стилист**

## **Если ваше занятие — самовыражение**

Если человек собирает марки или монеты и тратит на них кучу денег, никто не спрашивает его, окупается ли его хобби. Совсем другое дело, если вы занимаетесь чем-то, на чем можно заработать. Многие вас тут же пытаются убедить делать вещи на продажу, искать клиентов, создавать бизнес или развивать его дальше. А вы, возможно, стремитесь просто наслаждаться своим увлечением и не хотите тратить много времени на построение бизнеса.

В этом случае вряд ли стоит ожидать большого дохода или известности. Как верно заметили в дискуссии о рукоделии в моем блоге,

ваше самовыражение покупать никто не обязан. Если вы не стремитесь сами найти клиентов и удовлетворить их потребности, а ждете, что успех как-нибудь придет, то потребуются большая удача, чтобы оказаться в нужном месте в нужное время. Но, конечно, вы можете просто получать удовольствие от процесса творчества, не стремясь к высотам и не заботясь о рекламе, продажах и поиске клиентов.

Впрочем, и просто самовыражение может перерасти в бизнес. Причем не только ваше.

«Мыловарение показалось мне забавным развлечением для моего пятилетнего сына. Мы купили все, что нужно, и результаты его экспериментов я стала выкладывать на своей странице. И нашлись желающие купить его мыло! Стали оставлять заказы. Сыну быстро надоело работать на заказ — ребенку хотелось делать зеленых мышек с запахом бубль-гума, а заказывали кофейное антицеллюлитное. Так мыльный “бизнес” сына перешел ко мне».

**Ирина Кириллова, скрапбукинг, мыловарение**

Разумеется, представления о своем бизнесе можно и нужно иногда пересматривать. Тогда вы будете уверены, что двигаетесь именно туда, куда хотите в данный момент времени.

---

## **Визуализируйте свой успех**

«Если ты не знаешь, куда идешь, не удивляйся, что никуда не попадешь». Хорошо, если вы не просто решите, чего хотите, но и четко представите себе, в какой момент посчитаете, что достигли успеха. Здесь есть несколько подводных камней.

Во-первых, желательно точно знать, что конкретно вы подразумеваете под «востребованностью», «большими продажами», «популярностью», «экспертными знаниями», «успешностью» — в общем, тем, чего вы хотите добиться. Успех и большие деньги для одного могут вовсе не быть таковыми для другого. И важное здесь — то, что именно вы считаете успехом. Это ваше желание и ваше счастье, не давайте другим сбить вас с толку.

Во-вторых, установите себе промежуточные стадии успеха, сигналы, по которым вы поймете, что движетесь в нужном направлении. Это может быть первая проданная вещь, десятый клиент, сотый подписчик на ваш блог или рассылку, определенная сумма, заработанная

за неделю или месяц, приглашение на то или иное мероприятие. Может быть и что-то внутреннее, лично ваше — первое выступление, на котором вы чувствовали себя комфортно, первые продажи, которые оставили у вас ощущение приподнятости, — вы определяете все это сами.

Представьте также свой идеальный рабочий день. Лучше — в деталях, получая от этого удовольствие. Время от времени возвращайтесь к этому образу — вы будете даже бессознательно выстраивать свои действия так, чтобы его реализовать.

И будьте добрее к себе. Радуйтесь и празднуйте ваши стадии успеха и подбадривайте себя на пути к нему.

---

# «Чего изволите?» — решаем, что предложить клиентам

Итак, теперь вы можете определить, какой бизнес вам нужен и зачем. Следующий этап — решить, что конкретно вы предложите клиенту.

## Ищем уникальность

Товар или услуга обязательно должны обладать изюминкой. В идеале — быть оригинальными, узнаваемыми сразу. В маркетинге это называют **уникальным торговым предложением**. Эта изюминка должна убедить клиента, что ему нужно именно ваше предложение, поскольку оно чем-либо лучше других.

Если все делают обычные сережки, а вы делаете асимметричные и продаете по три, чтобы комбинировать по-разному, это будет вашим уникальным торговым предложением. То же самое, если все предлагают просто педикюр, а вы заключаете договор с чистильщиком обуви. Ваши клиентки после процедуры будут надевать на ухоженные ножки туфли, начищенные до блеска.

Уникальность вашего предложения выделяет вас среди других. Вам будет проще создавать рекламу, а клиенты лучше вас запомнят. Однако помните о главном: уникальность вашего предложения должна действительно иметь ценность для вашего клиента. Помню разговор с девушкой, практиковавшей бодинамику (это одно из направлений телесной психотерапии). Девушка была единственным в городе специалистом по бодинамике и именно это считала своей уникальностью — но это вовсе не кажется привлекательным людям, которые о бодинамике никогда не слышали и не представляют, что это. Вы можете

////////////////////////////////////  
**Товар или услуга должны обладать изюминкой — именно это поможет клиентам выделить вас среди прочих и запомнить**  
////////////////////////////////////

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

[e-Univers.ru](http://e-Univers.ru)