

КАК СТАТЬ ЛУЧШИМ В БИЗНЕСЕ

Меня часто спрашивают: как быстро заработать?

И я обычно отвечаю: зарабатывать лучше праведно, а значит, это не быстро. Если будешь зарабатывать быстро, значит, несправедливо, тогда спать будешь плохо. Потому лучше не торопись.

.....

Хоть сейчас время
и располагает к быстрым
решениям, мгновенным стартам
и экстренным действиям, все
же стоит держать в уме одну
идею: кто быстро зарабатывает,
тот быстро все теряет.

.....

Потому пусть лучше ты заработаешь медленно, но надежно и надолго.

Чтобы ты окончательно понял мою идею, приведу такую метафору. Бизнес от случайной связи отличается коэффициентом лояльности — то есть к тебе должен прийти второй и третий клиент.

Вместо мыслей, как быстро заработать, лучше направить внимание в точку, где ты можешь придумать такой бизнес, чтобы не один раз заработать, а зарабатывать долго и больше, чем тратишь на жизнь. Вот почему тебе должно нравиться выбранное направление и ты в нем должен показывать профессиональные результаты лучше других. При этом не забывай о саморазвитии и входе в «тусовку»: в каждой сфере есть свой круг экспертов, с которыми начинающим нужно выстраивать отношения, иначе развивать бизнес будет сложно.

Сейчас есть отрасли, в которых огромный голод на специалистов. Не нужно ждать, что тебе некий умный или опытный человек скажет, куда идти, чем заниматься. Принимай решения самостоятельно, бери ответственность на себя.

Знаешь, когда мой доход удвоился? Когда я в полной мере понял слово Sustainability (*англ.*).

Оно означает не только воздействие окружающей среды, как трактуют словари. Применительно к бизнесу это означает долгосрочное, устойчивое развитие. Слово пришло в коммерцию в районе 2005 года, как

некая двухходовка: бизнес должен не только развиваться, но и быть ответственным. Получается, можно ввести критерии ответственности, назначить судей, которые будут оценивать соответствие критериям и ввести штрафы для безответственных.

На прямой вопрос «Для чего нужен бизнес?» многие отвечают: получение прибыли.

.....

И до середины XX века многие искренне так и считали: максимизация прибыли — это приоритет. Но на самом деле это прямой путь в могилу.

.....

Например, ты пообещал сотрудникам премию, они отработали, но ты им ее не дал — максимизировал, выходит, прибыль. Или турбину на электростанции запарол — ее нужно было через 10 лет поменять, а ты 20 лет не менял, работал. В итоге прибыль ты максимизировал, но турбина-то рванет.

Есть несколько организаций, такие как Oxfam, Financial Times и подобные, которые исследуют и описывают, как богатеют богатые. Например, они говорят: 5% населения такой-то страны владеют 50% ее денег. Эти исследования отслеживают обширную ста-

тистику и по компаниям, и по людям. Они оценивают богатство мира, изучая индекс имущественного неравенства.

И вот этот индекс показал интересный результат. За последние 5–10 лет мир разделился на три части:

- Первая — все, у кого меньше пяти миллионов долларов — беднеют. Шансов разбогатеть, если у тебя нет денег сейчас, минимальные: 1 из 1000. Чтобы это случилось, надо либо десять раз правильно принять решение, угадать стратегию, либо сделать нечто незаконное.
- Вторая — все, у кого от 5 до 500 миллионов — зарабатывают 3% годовых. Это как размер ставки международного банка. Они, конечно, могут попробовать увеличивать процент, например, накопить недвижимости и сдавать ее; положить деньги в банк под проценты или инвестировать. Но практически каждый второй в этой группе разоряется. Получается, первое же решение — критическое, потому что ты можешь остаться и без денег, и без завода, например.
- Третья — те, у кого больше 500 миллионов — лишь они богатеют. Именно они управляют рынками.

Итак, многие считали, что бизнес — это погоня за прибылью. Но человечество развивалось, появились техники безопасности, профсоюзы, которые сдерживали

этот процесс. А потом появилась книга «Стратегия голубого океана», где говорилось: настоящая парадигма бизнеса — удовлетворение потребности клиента. То есть предприниматель должен угадать потребность клиента и предложить ему решение.

Но и это тоже неправда.

.....
История развития рынка
показывает: выигрывает
второй на костях первого.
.....

Так, мы говорим «памперс», но имеем в виду японские или любые другие подгузники в целом. Или мы говорим «ксерокс», но пользуемся техникой других производителей. Первый может заработать имя, но состояние получит второй.

Кроме того, простое удовлетворение потребностей влечет за собой несколько проблем, как для клиента, так и для самого бизнеса. Назову основные.

Человек не осознает потребности, и потому этим можно управлять. Например, айпад ни одну мою проблему решить не может: не удовлетворяет ни одну мою потребность. Для любой задачи мне удобнее либо смартфон, либо ноутбук, но тем не менее айпад я купил. Правда, быстро понял, что мне просто промыли мозги. Другое

дело, что второй раз я его уже не буду покупать. И я такой не один. К чему это ведет для бизнеса? Уменьшению рынка сбыта, конечно.

Удовлетворение клиента порождает ущербные структуры бизнеса. К примеру, один автопроизводитель поглощает других производителей. Но это путь в никуда. Потому что я куплю только один автомобиль, что бы они не делали. Значит, все остальные модели, которые будут стоять сначала на заводе, а потом в автосалоне — лишние.

Качество становится не главным фактором: чайник кипятит воду, значит, потребность удовлетворяет. И не каждый потребитель будет думать, из какого материала он изготовлен и как долго прослужит. Помнишь «китайский ширпотреб»? Это была откровенная дрянь, которая работала один день, но наводнила все рынки мира. И много лет люди пользовались всем этим барахлом, не предъявляя требований к качеству. Зато когда китайцы занялись качеством, они победили. Японцы начали с качества, но они сейчас уже не создают новых технологий.

При парадигме удовлетворения потребностей все время приходилось объяснять собственнику, что прибыль не будет увеличиваться многократно. Теперь в мире возникло понимание: капитализм не может развиваться бесконечно. На стабильном рынке он проигрывает.

Хочешь зарабатывать больше 3% — нужно либо захватывать новые рынки, либо менять правила игры. Или придумывать цифровые, виртуальные рынки, которыми можно манипулировать, к слову, так родился биткоин.

Бизнес сейчас живет за счет порождения новых пирамид. Цена образа резко превышает реальную цену бизнеса: биржевая стоимость компании — 3–5 годовых оборотов, а рыночная стоимость — 80–100 годовых оборотов. То есть инвестор, который вкладывает деньги в акции компании, не способствует ее развитию или увеличению ее производительности, а просто платит за надежду, что они подорожают.

Я считаю, что в бизнесе гораздо важнее удовлетворения потребностей клиента вектор, куда стремится компания, и гармоничное развитие. И тогда Sustainability — это увеличение стоимости бизнеса, при этом не важно, что ты будешь делать. Важно, чтобы акции твоей компании дорожали. Тогда любые два проекта можно сравнить по стоимости их акций, допустим, через три года. Если у одного стоимость выше, значит, этот проект лучше.

Вроде бы получилась «волшебная формула» успеха бизнеса. Но мир меняется. И потому я никогда не перестаю думать (и тебе рекомендую не переставать). В общем, я понял: сейчас пришли новые времена, и поэтому выберут того, кто ярче и убедительнее рассказал, что твоя компания будет дороже.

То есть победит не тот, кто объективно лучше сделает, а тот, кто лучше разрекламирует себя или компанию. Настала эпоха грамотных и шустрых пиарщиков.

Вот, к примеру, Ольга Ускова делает беспилотные комбайны. Для российских больших полей наши технологии лучшие. Но если ты считаешь, как она пишет в соцсетях, поймешь: у нее продажи лучше не из-за технологий, а потому что у нее грамотный и сильный самопиар.

.....

Поэтому, если хочешь, чтобы
с тобой работали — пиарься.
Ты должен показывать, что
ты — крутой чувак, с которым
все хотят сотрудничать.

.....

Как раз мой псевдоним — КиберДед — работает на эту сторону. К слову, я долго думал, какой ник придумать для продвижения в интернете. Возможно, я не прав, но моя позиция: под своим именем пиариться не стоит. Имя — это бизнес, отношения, семья и прочее, что не стоит вмешивать в пиар. Например, есть вопросы, на которые Андрей Масалович и КиберДед ответят по-разному.

Если ты спросишь: «Что чувствует человек на пенсии?» Андрей Масалович начнет отвечать длинно, а Кибер-Дед скажет:

— На пенсии с подоконника исчезают документы и появляется рассада.

Интересно, что этот ник мне достался от зрителей на канале «ЛюдиPRO», мы тогда записывали интервью на разные темы с Сергеем Павловичем. И в комментах появился ник, который аудитория быстро подхватила. Надо отдать должное, у меня самого не получалось подобрать такое элегантное, красивое и точное прозвище.

Так вот, вернусь к публичности. В наши дни она необходима. Даже если я, человек, который умеет быть невидимым и привык за годы работы вести работу вне публичности, признает это требование современного времени, значит, на то есть основания. И я думаю, за время чтения этой книги ты уже понял часть из них.

Умение грамотно проявляться и держаться в публичном пространстве, удерживать внимание аудитории — сейчас это важно. И не только я это понял, посмотри вокруг, проанализируй успешные примеры быстро развивающегося бизнеса: наверняка они все шли через пиар.

Конечно, при этом ты должен быть мастером своего дела, профессионалом. Грубо говоря, нельзя быть нулем без палки и начинать пиариться. Это только

молодым актерам да певцам под силу, и то — как повезет. Стартовать в бизнесе лучше все же с экспертизы, мастерства, твоих особых качеств, опыта и знаний, которые могут быть полезны и интересны окружающим.

На моем канале «КиберДед» меня часто спрашивают:

— Вот я пойду учиться, а ты гарантируешь, что меня возьмут на работу и будут платить, как ты сказал?

— Конечно, гарантирую. Ты выйдешь на ринг и всех победишь.

— А если я не смогу всех победить?

— Тогда на кой черт ты на ринг выходишь? Максимум, я могу показать тебе, как правильно шнуровать перчатки, но выходишь на ринг ты один.

— А если пойду на биржу? Как считаешь, смогу деньги зарабатывать?

— Если ты сомневаешься в своих способностях, это не связано ни с удачей, ни со скачками валюты. Пойми: на бирже деньги только других игроков, и сильные игроки унесут деньги слабых. Если ты самый сильный — иди. Хочешь побеждать на рынке — учись побеждать других игроков.

Поэтому, если что-то делаешь, надо не просто делать, а победить тех, кто сделал.

У американцев на этом построена философия победителей. Они побеждают не за счет лучших результатов, а за счет того, что находят способ, как обыграть соперника. Отсудить, переделать правила и даже использовать «допинг».

На международных соревнованиях в регате, после третьей из семи гонок, когда уже понятно, кто претендует на первые места, они просто разворачивались и уходили с маршрута, потому что уже знали, что не войдут в тройку лидеров, а возможностей влиять на судей или иным образом менять исход не могли.

.....

Мы живем в мире капитализма,
где один победил, а все остальные
проиграли. Чтобы заплатили
именно тебе, ты должен
обогнать всех, кто находится
с тобой на одной дистанции:

.....

- хочешь выиграть в казино — заведи свое казино;
- хочешь зарабатывать на фондовом рынке — торгуй пирожками у входа на биржу;
- если не умеешь прогнозировать — ты проиграл сразу;

КИБЕРДЕД

- если умеешь прогнозировать — проиграешь сразу, и более болезненно;
- трейдер не тот, кто правильно прогнозирует, а тот, кто правильно выходит из сделки;
- хочешь попробовать себя в новых инструментах (крипта, NFT, IPO и т. д.) — поезжай в Китай, попробуй поторговать рисом среди китайцев.