

100 СОВЕТОВ КАК СТАТЬ УСПЕШНЫМ БИЗНЕСМЕНОМ



Отказ от ответственности

Эта электронная книга была написана для предоставления информации об интернет-маркетинге. Были приложены все усилия к тому, чтобы данная книга была как можно более полной и точной. Однако могут иметь место ошибки в написании или в содержании. Информация в данной электронной книге является актуальной на момент ее публикации. Поэтому данную книгу следует использовать как руководство, а не в качестве основного источника информации.

Назначение данной электронной книги - образовательное. Автор и издатель не гарантируют полноту информации, представленной в данной электронной книге, и отказываются от ответственности за какие-либо ошибки и упущения в ней. Автор и издатель не берут на себя ни обязательств, ни ответственности перед какими бы то ни было лицами и организациями в отношении потерь или ущерба, вызванными или предположительно вызванными непосредственно или косвенно.

Введение

Говорят, что для достижения успеха нужно не работать, а вести бизнес. И действительно, многие предприниматели доказали, что вести бизнес и впрямь гораздо выгоднее, чем работать в какой-нибудь компании. Хорошим примером является Билл Гейтс - человек, стоящий за брендом Windows. Он даже колледж не закончил - и при этом достиг огромных успехов в сфере бизнеса. И хотя некоторые достигают больших успехов в качестве наемных работников, таких людей единицы.

Вот почему многие стремятся организовать собственное дело. Но дело в том, что весьма немногие обладают необходимыми навыками и знаниями. В результате многие подаются в бизнес, не понимая толком, что к чему. Такие предприниматели обречены на провал.

Что же делать? Поступить в какой-нибудь университет, чтобы обучиться всем тонкостям и хитростям предпринимательства? Что ж, это вполне очевидное решение. Но не обязательное. Тонкости и хитрости предпринимательства можно изучить, даже не закончив колледж.

Самообучение, исследование и опыт научат вас вести бизнес. А чтобы помочь вам сделать первые шаги, мы собрали самые полезные советы по ведению бизнеса.

Из этой электронной книги вы узнаете 100 уникальных советов, которые помогут достичь успеха в бизнесе. Книга написана с учетом того, что некоторые читатели не понимают бизнес-сленг и терминологию. Поэтому руководство написано простым языком.



Настраиваемся на успех

1. Практикуйте осторожный оптимизм

В бизнесе важно сохранять позитивный настрой и позитивные ожидания. Это - оптимизм, придающий силы двигаться вперед. Но чистый, безоглядный оптимизм опасен. Излишний оптимизм может затмить риски и потенциальные ловушки. Это опасно. Так что, ведя бизнес с оптимистичным настроем, учитывайте и то, что существуют риски и опасности, к которым следует подходить с осторожностью.

2. Практикуйте здоровый пессимизм

Вам говорят, что негативное мышление – это путь в никуда. Конечно, пессимизм рождает страх, который удерживает от необходимых шагов к успеху. Но пессимизм в маленьких дозах полезен. Здоровый пессимизм означает, что вы достаточно пессимистичны, чтобы распознать ловушки и риски, связанные с вашим предприятием. При этом вы не настолько пессимистичны, чтобы позволить этим опасностям остановить вас. Наоборот - они побуждают вас справиться с каждым риском и сложностью, который вы учтете.

3. Найдите мотивацию

Идеи и возможности - это прекрасно. Но без решительных действий ни одна идея не осуществится. А чтобы действовать, необходима мотивация. Каждого предпринимателя мотивирует что-то своё. Найдите собственную мотивацию к успеху. Ваша мотивация должна быть чем-то таким, чего вы хотите достичь, несмотря ни на что. Подумайте об этом. Вы хотите обеспечить своей семье лучшую жизнь? Хотите получить известность в определенной сфере или индустрии? Хотите возродить старый рынок, милый вашему сердцу? Всё это может стать вашей мотивацией.

4. Имейте видение, миссию, цель

Они должны быть у каждого бизнеса. Обычно компании размещают свое видение, миссию и цель в вестибюле или на главной странице сайта. Как правило, их очень красиво оформляют, что указывает на их ценность. Видение описывает идеалы компании. Миссия описывает желаемый вклад

компании в общество, в своих работников и в других. Цель описывает желаемое развитие компании в будущем. Имея перед собой видение, миссию и цель, компании легче держаться верного пути.



5. Верьте в свое дело

Немногие верят в успех своего бизнеса. А между тем верить в него крайне важно. Если вы не убеждены в успехе своего дела, весьма вероятно, что успех так и не придёт. Вот почему важно заниматься делом, в успех которого вы искренне верите. Скажем, если вы предлагаете продукт - верите ли вы в его качество, в его свойства, в его пользу для клиентов? Если вы сами верите в своё предложение, вы больше замотивированы и более воодушевленно его продаете. И ваши клиенты чувствуют уверенность, которую вы излучаете. Это их привлекает.



Находим путь к успеху

6. Начните с того, что вам интересно

Когда работаешь с тем, что интересно, мотивацию обрести гораздо легче. Так что при поиске бизнес-идеи стоит учитывать вещи, в которых вы лично заинтересованы. Например, дела в магазине компьютерной техники будут идти несравненно лучше, если и владелец, и менеджеры интересуются компьютерами. А магазин автозапчастей скорее достигнет успеха, если его владелец и менеджеры питают страсть к автомобилям.

7. Работайте в сфере своей компетенции

Не стоит основываться лишь на своих интересах и пристрастиях. Вам также стоит себя спросить: Достаточно ли вы подкованы в этой области? Если вы, допустим, собираетесь открыть магазин автозапчастей, стоит задать себе вопрос: достаточно ли я знаю об автомобилях? Достаточно ли я знаю об автозапчастях и о том, как они работают? Конечно, всегда можно нанять тех, кто хорошо разбирается в вопросе. Но лучше и самому знать, что к чему.

8. Работайте в той сфере, где ресурсы доступны

Жизнеспособность бизнеса зависит и от того, насколько доступны ресурсы. Ресурсы - это поставщики товаров и услуг, коммунальные службы, и прочее. Если вы собираетесь открыть, скажем, магазин по продаже фруктов, стоит задать себе вопрос: есть ли у меня контакт с поставщиками фруктов? Вам также следует проанализировать способность поставщика доставлять заказы. Если вы открываете фруктовый магазин, будет нехорошо, если ваш поставщик внезапно перестанет поставлять вам фрукты. Если это произойдет, вам станет нечего продавать.

9. Работайте в той сфере, где доступны таланты

В бизнесе принимаете участие не только вы. Конечно, вы наймете себе помощников. Однако в некоторых бизнесах необходимы сотрудники с уникальными талантами/опытом/образованием. Если вы, скажем, собираетесь открыть салон красоты, вы станете нанимать людей с соответствующим опытом: мастеров стрижки, укладки, макияжа, маникюра, педикюра и других. Итак, спросите себя: есть ли у меня доступ к таким

специалистам? Где я могу найти таких людей? Легко ли найти их там, где я собираюсь запустить свой бизнес?



10. Делайте такой бизнес, за которым пойдут люди

Бизнесы запускают ради прибыли. Чтобы ее получить, вам нужно предложить что-то взамен. Но вам нужно предложить что-то такое, за что люди в вашем регионе будут согласны заплатить. Итак, спросите себя: какие услуги я могу предложить людям в своем регионе, за которые они готовы заплатить? Какие я могу продавать продукты, за которые люди в моем регионе согласны заплатить?



Находим подходящие возможности

11. Проведите исследование рынка

Так какой бизнес следует запустить? Что ж, это не всегда легко решить. Если бы все перспективы были очевидны, все бы уже давно воспользовались самыми лучшими возможностями. Как же отыскать подходящие возможности? Иногда возможности оказываются неявными. В некоторых случаях вам нужно будет их поискать. Для этого и нужно исследование рынка.

12. Проведите опрос

Хотите узнать, какие продукты/услуги люди поблизости хотят иметь/купить? Что ж, почему бы не спросить их самих? Используйте силу "опроса". Все, что нужно - это небольшой опросник. Но это - традиционный длинный путь. Информационные технологии предлагают нам более простой путь. Да, для проведения опроса можно воспользоваться интернетом. Например, опросы можно провести на Facebook.

13. Ищите продукты/услуги, на которые есть спрос

Продукты и услуги, на которые есть спрос, точно будут продаваться. Спрос создается потребностями людей. Например, прохладная еда и напитки могут пользоваться спросом в жаркой местности, особенно в летний период. Точно так же брендовая одежда может пользоваться спросом там, где живут богатые люди, очевидно следящие за модой. А школьные принадлежности пользуются спросом в период начала учебного года.

14. Воспользуйтесь преимуществами неосвоенных рынков

Иногда спрос есть, но некому его удовлетворить. Это значит, что люди в вашей местности в чем-то нуждаются, но поставщиков этого чего-то нет или не хватает. Вот простой пример: множество людей в городе следят за модой, и готовы заплатить лишние деньги за одежду, но в округе никто не продает брендовую и фирменную одежду. Такая ситуация представляет собой чистую возможность, которой можно воспользоваться.



15. Изучите культуру местности

В каждом месте есть свои уникальные возможности. Один из факторов - культурные различия. Уникальная культура места влияет на представленные здесь бизнес-возможности. Например, имеет смысл продавать музыкальные инструменты в тех краях, где музицирование является широко практикуемой традицией.



Определяем прибыльные торговые перспективы

16. Определите покупательскую способность людей

Дело не только в интересе. Люди могут быть заинтересованы в продукте и/или услуге, но не иметь возможности приобрести их. Поэтому разрабатывая бизнес-идею, следует учитывать покупательскую способность людей. Учитывайте покупательскую способность большинства населения, а не горстки избранных. Например, бессмысленно продавать такие бренды, как Fendi, Louis Vuitton и Chanel в странах третьего мира, где покупательская способность большинства относительно низка.

17. Анализируйте поведение покупателей

Дело не всегда в покупательской способности. Многие люди развивают покупательское поведение - его-то вам и следует изучить. Например, в некоторых культурах может быть принято не тратить много на материальные пристрастия (новая машина, новый дом, новый телефон и т.д.), и в то же время много тратить на роскошную еду. Следует проанализировать покупательское поведение типа этого, чтобы определить реализуемость своего будущего бизнеса.

18. Анализируйте поведение людей, стоящих за брендами

В некоторых местностях люди могут иметь возможность покупать брендовые продукты и фирменные френды, но не желать тратить на них.

Например, есть страны, где обычное дело даже для богатых делать покупки в магазинах подержанных товаров. С другой стороны, есть и такие места, где люди строго предпочитают брендовую продукцию, и вряд ли станут покупать не фирменные продукты.

19. Ищите рынки с большим спросом и недостаточным предложением

Бизнес-возможности кроются там, где есть большой спрос и недостаточное предложение. Скажем, в каком-то месте высок спрос на школьные

принадлежности. Но из-за удаленности места предложение весьма скудно. Если вы сумеете найти способы доставить в это место школьные принадлежности, это и будет обеспечением предложения там, где предложение скудно, а спрос - велик.



20. Воспользуйтесь возможностями максимально быстро

Если вы действительно серьезно рассматриваете возможность, рекомендуем вам незамедлительно ею воспользоваться (после проведения полного исследования рынка). Причина проста: не позволить другим предпринимателям захватить увиденную вами возможность.



Определение и учет рисков

21. Исследуйте, с какими трудностями сталкиваются аналогичные бизнесы

Какой бы уникальной ни была ваша бизнес-идея, весьма вероятно, что другой предприниматель в другом месте уже попытался ее реализовать. Вы можете пронаблюдать, с какими сложностями ему довелось столкнуться. Вы также можете взглянуть на своих будущих конкурентов. Посмотрите, с какими проблемами они сталкиваются и как их преодолевают. Это даст вам представление о том, как преодолеть риски, ловушки, сложности и трудности, связанные с планируемым бизнес-предприятием.

22. Подумайте о возможных причинах гибели вашего бизнеса

Для этого потребуется необузданное, но реалистичное воображение. Подумайте о возможных причинах, возможных событиях и возможных обстоятельствах, которые могут негативно повлиять на ваш бизнес или даже погубить его. К примеру, если вы открываете судоходную компанию, возможно, вам предстоит столкнуться со следующими рисками: колебания цен на нефтепродукты, частота природных катаклизмов в районе, который может повлиять на судоходство, нехватка компетентных механиков нефтевозов, непорядочность работников, и другие подобные причины.

23. Сформулируйте возможные решения / меры предотвращения возможных рисков

Перечисление возможных сложностей, с которыми вы можете столкнуться, - лишь первый шаг. Затем вам следует поразмыслить, как противодействовать каждому из них, случись он на самом деле.

Следует быть готовым ко всем возможным ситуациям. Это - часть так называемого "риск-менеджмента", в который многие компании вкладывают огромные усилия.

24. Заручитесь поддержкой бизнес-консультанта

Это нужно не всегда. Маленькому бизнесу он может не понадобиться. Но более крупные предприятия, имеющие дело со сложными рынками и

отраслями (инвестиционный бизнес/ссудные операции, операции с недвижимостью, международная торговля и т.д.) нуждаются в консультанте - в ком-то, кто хорошо разбирается в данном вопросе. Это особенно необходимо, если в выбранной вами области есть аспекты, с которыми вы не знакомы. Будьте готовы к тому, что могут понадобиться консультации. В некоторых случаях будет полезно узнать мнения нескольких специалистов.



25. Осознайте, что возможные риски - реальны

Вам следует продвигаться с осознанием того, что учтенные вами риски и опасности реальны. Некоторые бизнесы прокалываются на этом и начинают расслабляться. Если вы так сделаете, то лишь потому, что недооцениваете вовлеченные риски. Если вы недооцениваете риски, они могут больно ударить по бизнесу, когда вы меньше всего ожидаете и меньше всего готовы их встретить. Хотите верить, хотите нет, это может полностью разрушить бизнес.



Определяем свою целевую нишу/рынок

26. Обдумайте, кто будет у вас покупать

Один из первых шагов для формулировки бизнес-плана - определение своих целевых покупателей. Вам нужно определить избранные группы по каким-то категориям. Эти категории обычно включают в себя возрастные рамки, пол, семейное положение и т.п. Иногда включают даже такие специальные группы, как рабочий статус, национальность, физическое здоровье, антропометрические данные и т.п. Скажем, если вы продаете продукты для похудения, ваша целевая группа будет следующей: люди с избыточным весом, женщины, от 16 до 30 лет, и т.д.

27. Разработайте план по привлечению своей целевой группы

Определив свою целевую группу, будет легче разработать маркетинговый и рекламный план. Просто подумайте: что нравится вашей целевой аудитории. Подумайте, что привлечет их внимание. Например, если ваша целевая аудитория - дети, будет хорошей идеей использовать много ярких цветов. Если ваша целевая группа - люди, ведущие здоровый образ жизни, вы сможете привлечь их внимание, начав свои торговые предложения с обсуждения здоровья.

28. Знайте, где будут продаваться ваши продукты/услуги

Найти подходящее расположение для ведения бизнеса - чуть ли не самое важное в бизнес-планировании. У вас может быть лучший продукт, лучшие работники, и самый восхитительный список ресурсов. Но если вы выберете неподходящее расположение, все может пойти наперекосяк. Особенно важно расположение для магазинов. Сюда же можно отнести рестораны и продуктовые магазины. Таким бизнесам нужно располагаться в стратегических точках.



29. Разберитесь, почему ваши целевые клиенты хотят покупать ваши продукты/услуги

Это один из вопросов, на которые вам нужно найти ответ: что в вашем продукте привлекает клиентов? Или что именно в предлагаемых вами услугах приносит им выгоду? Понимая это, вы лучше поймете, как достигать до своих клиентов. Например, в отрасли мобильной связи

вы можете спросить: Что людям в вашей округе нравится в мобильных телефонах? Им нравятся дешевые телефоны, навороченные телефоны или телефоны класса люкс? Найдя ответ, больше инвестируйте в продукты, которых хотят ваши целевые покупатели.



Находим ресурсы

30. Убедитесь, что у вас есть поставщики

Поставщики коммерческого предприятия - пожалуй, его самый ценный и важный актив. Если вы владеете рестораном, у вас должен быть постоянный источник ингредиентов. Какой бы бизнес вы ни вели, вам нужно быть уверенным, что у вас есть хорошие поставщики, на которых можно положиться. Вам нужно анализировать статус своих самых ценных поставщиков. Например, в ресторане японской кухни одним из наиболее ценных поставщиков должен быть поставщик китайских ингредиентов.

31. Позаботьтесь о резервном источнике финансирования

У большинства предприятий есть несколько источников финансирования (например, личные сбережения, деньги кредитных организаций, одолженные деньги и т.д.). Не полагайтесь всего на один источник финансирования. Вам понадобятся несколько источников финансирования, или, как минимум, запас денежных средств. Это важно, поскольку большинство предприятий время от времени испытывают финансовые проблемы. Наличие стабильного источника финансирования при необходимости поможет вам нейтрализовать убытки.

32. Сверяйте цены нескольких поставщиков

Не останавливайтесь на первых попавшихся поставщиках лишь потому, что их цены кажутся вам привлекательными. Нужно продолжать искать, потому что можно найти поставщиков с более низкими ценами.

33. Проверьте надежность своих поставщиков

Не подает ли ваш поставщик признаки финансовых проблем? Не собирается ли он закрыть свой бизнес? Нет ли у него опыта разочарования клиентов? Это - лишь некоторые из вопросов, которые следует себе задать.

Вам нужно проанализировать и оценить работу своих будущих поставщиков. Причина в том, что если один из ваших поставщиков внезапно выйдет из бизнеса, может оказаться непросто найти ему замену. Это особенно справедливо для поставщиков уникальных продуктов (китайские ингредиенты, арабские приправы, филиппинские бананы и т.д.).



34. Время от времени проводите переоценку

Допустим, вы уже нашли поставщика, который предлагает привлекательную цену. Но это еще не значит, что его предложение всегда будет самым выгодным. Могут появиться новые поставщики, и некоторые из них могут предложить лучшие цены и условия, чем ваши текущие поставщики.



35. Не ведите дела без четко сформулированного договора

Вы ищете в первую очередь цены. Но не стоит ориентироваться только на них. Следует также узнать условия своих будущих поставщиков. Какую рассрочку они предоставляют? Каковы условия доставки? Будут ли оплачены продукты, поврежденные при доставке? Это - лишь некоторые вопросы, требующие ответа. Не следует также начинать сотрудничество, не подписав с потенциальным поставщиком договор.



Составляем бизнес-план

36. Проведите анализ экономической целесообразности

Обычно анализ экономической целесообразности проводится в первую очередь опытными предпринимателями перед запуском любого бизнеса. Хороший анализ экономической целесообразности позволяет исследователю изучить прибыльность любого планируемого бизнеса. Он позволяет увидеть риски, возврат инвестиций, планы достижения успеха и т.п. Чтобы проверить прибыльность запланированного вами бизнеса, рекомендуется вначале провести анализ экономической целесообразности. Для этого можно нанять специалиста.

37. Представьте организационный план

Организационный план чрезвычайно важен, если в вашем бизнесе будет много работников (около 20). Организационный план показывает поток управления от главного руководителя до последнего подчиненного. Имея перед собой четкую организационную схему, работники будут лучше понимать, за кем следовать, кто за что отвечает и кому они должны подчиняться. Важно, чтобы поток управления был гармоничным - это поможет предотвратить путаницу.

38. Запланируйте поток сводки задач

Не просто цепь команд, а поток задач между работниками также должен быть четко регламентирован. Вот пример потока задач: отдел приемки получает доставленные запчасти, кладовщик определяет их на склад и ведет учет запасов, затем кладовщик отправляет запчасти работникам, работники собирают части, затем группа технического контроля проверяет собранный продукт, после этого отдел фасовки и упаковки упаковывает готовые продукты и, наконец, отдел продаж берет на себя продажу товара. Когда поток задач четко спланирован, все идет более гладко.

39. Убедитесь, что должностные обязанности сформулированы четко и подробно

Если работники не вполне понимают, какую работу им следует выполнять,

может возникнуть путаница. Они могут начать выполнять задачи другого работника. Они могут пренебрегать задачами своей сферы ответственности. И могут начать обвинять друг друга и перекидывать друг на друга спорные задачи. Вот почему необходимы четкие должностные обязанности.



40. Сделайте набросок будущих планов

Это поможет вам понять, какой дорогой двигаться. Сюда могут входить планы развития, дополнительные инвестиционные планы, планы расширения и т.п.



Разрабатываем план рекламы/маркетинга

- 41. Сосредоточьтесь на своих целевых клиентах**
Реклама может влететь в копеечку. Но вы можете разумно распорядиться рекламным бюджетом, фокусируясь только на своих целевых клиентах. Например, незачем демонстрировать свое объявление мужчинам, если ваши продукты предназначены для женщин.
- 42. Будьте в курсе тренда ваших целевых клиентов**
Хорошая реклама привлекает внимание своих целевых клиентов. Как же сделать рекламу привлекательной для них? Во-первых, вам следует быть в курсе их вкусов и трендов. Используйте это знание, чтобы сделать рекламу привлекательной для целевой группы.
- 43. Проанализируйте, как ваши целевые клиенты подвергаются воздействию медиа**
В медиа входят: телевидение, радио, интернет и другие СМИ. Составляя план рекламы, нужно знать, какие средства информации влияют на вашу целевую аудиторию. Если вы выяснили, что ваши целевые покупатели больше подвержены влиянию интернета, то вы должны инвестировать больше в рекламу в социальных медиа.
- 44. Учитывайте уникальную культуру своих целевых клиентов**
Культура сильно влияет на вкус людей. Поэтому, разрабатывая план рекламы, стоит учитывать уникальную культуру целевых клиентов. Если вы предлагаете услуги/продукты иностранным клиентам, вам нужно провести глубокое исследование их культуры.
- 45. Разработайте планы продвижения**
Продвижение - это не реклама. Можно использовать и то, и другое. Продвижение стратегически используется для увеличения объемов продаж во время отдельных периодов. Например, предложение распродажи и

скидок на день-два - это разновидность продвижения.



Изучаем техники получения максимальной прибыли

- 46. Увеличивайте сумму покупки**
Дополняющая продажа происходит тогда, когда вы предлагаете покупающему клиенту дополнительный продукт, который связан с уже приобретенным продуктом. Если клиент купил, скажем, ноутбук, вы можете сделать дополняющую продажу, предложив ему принтер, компьютерный стол, и/или сумку для ноутбука.
- 47. Делайте перекрестные продажи**
Перекрестные продажи - почти то же, что и дополняющие продажи. Но в перекрестных продажах вы предлагаете дополнительный продукт, который не связан с основным. С помощью перекрестных продаж вы можете увеличить продажи.
- 48. Предлагайте бесплатные образцы**
Может показаться, что я предлагаю раздавать продукты даром. Но предлагая бесплатные образцы, вы сможете более эффективно привлекать клиентов. Это также способ привлечь новых клиентов и побудить их испробовать ваши продукты/услуги. Конечно, делать это следует лишь время от времени.
- 49. Используйте скидки с умом**
Не нужно просто предлагать скидки, когда взбредет в голову. Здесь особое значение имеет время. Например, лучше предлагать скидки в дни выплаты зарплаты и в праздники, когда у людей водятся деньги. Предлагать скидки во время школьных каникул - тоже хорошая мысль.
- 50. Обучайте продавцов**
Команда отдела продаж должна быть должным образом обучена, чтобы делать эффективные и убедительные коммерческие предложения.



Нанимаем команду специалистов

- 51. Нанимайте людей, которые любят своё дело**
Нельзя диктовать страсть подчиненным. Так что вам нужно будет найти людей, у которых эта страсть уже есть. Как? Вы можете нанять тех, у кого уже есть естественный интерес к вашему бизнесу. Если вы собираетесь открыть, допустим, компьютерный магазин, лучше нанимать людей, которые любят компьютеры.
- 52. Пусть люди занимаются тем, что им нравится.**
Большие компании могут состоять из нескольких офисов. Принимая решение о назначении работника, лучше всего руководствоваться его интересами или компетенциями. Например, лучше поручить интернет-исследование тем, кто увлечен компьютерами. Возможно, вы также захотите поручить творческие задания творческим работникам.
- 53. Наймите экспертов для предварительного отбора кандидатов**
На самом деле никогда не знаешь наверняка, как будет работать тот или иной работник. Но можно получить о нем некоторое представление во время предварительного отбора. Но предварительный отбор кандидатов - непростая работа. Вы можете нанять людей, которые выполнят ее за вас - достаточно опытных в этом деле.
- 54. Убедитесь, что ваши работники ценят ваши ВМЦ**
Ваши работники воплощают видение, миссию и цели вашей компании. Поэтому важно, чтобы они ценили ВМЦ. Для этого вы можете сориентировать их в своих ВМЦ и объяснить их важность.
- 55. Делегируйте квалифицированным кураторам**
Кураторами могут быть: менеджеры, супервизоры, главы отделов и т.д. Эти люди выполняют самые важные задачи в вашей компании. Важно, чтобы они были высококвалифицированными.



Мотивируем свою команду

- 56. Предоставьте основные и закономерные поощрения**
Ваша команда будет мотивирована сильнее, если будет знать, что получит заслуженное поощрение. Когда работодатель не предоставляет поощрений, работники начинают терять доверие к компании и мотивацию к усердной работе. Среди поощрений могут быть вклады в здоровье и пенсионные планы. Сюда входят и бонусы, 13-я зарплата, премии и комиссионные выплаты.
- 57. Платите справедливо и вовремя**
Давайте будем откровенны. Работники работают прежде всего ради зарплаты. И когда этот основной фактор не обеспечивается должным образом, работники теряют доверие к компании. И дело не только в нужной сумме. Следует еще платить вовремя.
- 58. Будьте ролевой моделью**
Нельзя ожидать от работников отличной работы, если вы сами не подаете пример. Чтобы мотивировать своих работников, вам предстоит стать для них ролевой моделью. Если вы хотите, чтобы они приходили вовремя, будьте пунктуальны. Если вы хотите, чтобы они усердно работали, работайте не менее усердно. Последователи чувствуют себя более уверенно, когда их лидер - надежный, достойный доверия, честный и способный.
- 59. Составьте мотивационную программу**
Небольшой всплеск поможет работникам освежить мотивацию. Мотивационные программы могут включать в себя награждение лучших работников, выдача дополнительных комиссионных тем, кто достиг поставленных целей, и тому подобное. Когда есть цель, работники обычно работают лучше.
- 60. Проводите мероприятия по тим-билдингу**
Сессии тим-билдинга позволяют работникам и их руководителям укрепить связь, делиться идеями и получать удовольствие. Это укрепляет отношения внутри компании. Тим-билдинговые сессии помогают работникам

почувствовать, что они - часть семьи. Вам, работодателю, это даст возможность переопределить для них цели компании.



Выработайте правильное отношение к собственным инвестициям

- 61. Следуйте концепции самостоятельных единиц**
В бухгалтерском учете концепция самостоятельных единиц относится к ярко выраженному разделению личных средств владельца и его инвестиций. Говоря простым языком, это означает, что вы не должны воспринимать заработок и прибыль компании как личные средства, которые можно тратить по своему усмотрению. Это основной принцип, которому следует компания в соответствии с нормами бухгалтерского учета.
- 62. Превратите часть прибыли в дополнительные инвестиции**
Чистый доход - это часть прибыли компании, которая может быть изъята. Однако, вы можете не изымать часть дохода, и вместо этого добавить ее в бизнес-капитал. Да, это означает меньшие доходы лично для вас. Но это будет способствовать росту компании.
- 63. Забудьте о своих потребностях, пока бизнес растет**
Некоторые предприниматели делают ошибку, живя в роскоши лишь потому, что их бизнес процветает в первые недели или месяцы существования. Это - западня, которой следует избегать. Никогда неизвестно, как пойдут дела в следующем году или месяце. Пока ваш бизнес молод, лучше урезать личные расходы и сосредоточиться на увеличении бизнес-капитала.
- 64. Помните, что ваши инвестиции все еще могут пойти дальше**
Некоторые предприниматели также делают ошибку, будучи пассивно удовлетворены. Это значит, что они теряют все планы роста своего бизнеса просто потому, что они уже зарабатывают. Вы можете получать стабильный доход, но если вы хотите зарабатывать больше в будущем, нужно всегда держать в уме развитие бизнеса.
- 65. Избегайте излишних долгов**
Инвестирование может исходить из ссуды. Не берите слишком много ссуд. Учтите, что ссуды выдаются с большими процентными ставками. Вам может

оказаться не по силам выплачивать сразу несколько ссуд с большими процентными ставками.



Выигрываем конкуренцию

- 66. Исследуйте своего конкурента**
Это одна из основных стратегий, используемых всеми бизнес-организациями, когда дело доходит до конкурентной борьбы - они изучают своих конкурентов. Сюда входят и собственно визиты в заведение конкурента, и исследование цен и промо-планов, и многое другое.
- 67. Следите за маркетинговыми стратегиями своих конкурентов**
В понятие маркетинговых стратегий входят промо-мероприятия, скидки, раздача бесплатных образцов, методы рекламирования и тому подобное. Чтобы оставаться конкурентоспособным, следует всегда иметь лучшую маркетинговую стратегию.
- 68. Всегда предлагайте нечто большее**
Если вы всегда предлагаете то, что не может предложить конкурент, клиенты, естественно, будут выбирать вас. Это касается всего. Например, в спа-салоне вы можете добавить ароматизированные свечи как часть сервиса, если ваш конкурент их не использует.
- 69. Если не можете взять ценой, берите качеством и сервисом**
Иногда вы будете обнаруживать, что конкуренты предлагают настолько низкую цену, что вы не можете им ничего противопоставить. И вы даже не представляете, как они умудряются это делать. Как же при этом выиграть конкурентную борьбу? Если вы не можете превзойти их в цене, превзойдите в качестве и сервисе. Просто сделайте обслуживание лучше и добейтесь невероятного качества продуктов.
- 70. Устраивайте распродажи одновременно**
Когда ваш конкурент устраивает распродажу, многие люди, в том числе и некоторые из ваших лояльных клиентов, устремляются к конкуренту. Это дает конкурентам шанс показать людям, что они могут предложить. Не стоит давать им такую возможность. Начните распродажу одновременно с

конкурентом.



Воспользуемся преимуществами Интернета

- 71. Используйте SEO**
SEO - это оптимизация под поисковые системы. Если у вашей компании есть сайт, использование SEO-техник сделает его более заметным для поисковиков. С использованием SEO ваш сайт и его страницы скорее появятся в первой десятке поисковой выдачи, или даже в первой пятерке результатов поиска Google при поиске по вашим ключевым словам.
- 72. Делегируйте работу профессионалам интернет-маркетинга**
Вы не разбираетесь в SEO? Что ж, SEO и вправду включает в себя множество сложных технических моментов. Если хотите оптимизировать свой сайт, лучше всего будет нанять SEO- профессионала.
- 73. Используйте Facebook**
Facebook'ом пользуются миллионы людей по всему миру. Используя Facebook для рекламы своих продуктов и/или услуг, вы сможете связаться со множеством людей. Вы можете выбрать платное или бесплатное объявление. Конечно, платная версия гораздо эффективнее.
- 74. Используйте Twitter**
Twitter позволяет пользователям мгновенно распространять сообщения тысячам фолловеров. Это делает Twitter очень мощным рекламным инструментом. Лучше всего он подходит для распространения срочных сообщений. Более того, сейчас люди заходят на Twitter с мобильных телефонов. То есть вы можете связаться с пользователями Twitter практически в любое время дня и ночи.
- 75. Рассылайте предложения и обновления старым клиентам по электронной почте**

Можно запрашивать электронный адрес у клиента в момент совершения покупки. Таким образом, вы сможете при случае рассылать им новости. Вы также можете делать последующие продажи, предлагая старым клиентам новые продукты и/или услуги по электронной почте. Вы также можете проинформировать своих клиентов о новых промо-предложениях, отправив им уведомление по электронной почте.



Обходитесь с долгами разумно

- 76. Не влезайте в новые долги, чтобы отдать старый долг**
Кредиты всегда нужно возвращать с процентами. Выплачивая долги кредитными деньгами, вы, по сути, лишь увеличиваете свой долг. Поэтому не рекомендуется выплачивать долг за счет другого долга. Это лишь увеличит расходы компании. Если все же необходимо оплатить долг кредитными деньгами, убедитесь, что ваша компания сможет выплатить дополнительные проценты по новому кредиту.
- 77. Не берите сразу несколько кредитов**
Некоторые предприниматели, желая привлечь больше средств, совершают одну и ту же ошибку: берут сразу несколько кредитов. Это можно себе позволить во времена, когда бизнес находится на уровне высокой прибыльности и риски невелики. Но молодая компания должна держаться от кредитов подальше.
- 78. Ищите варианты займа на хороших условиях**
Условия займа (например, процентные ставки) у разных организаций могут сильно отличаться. Поэтому рекомендуется разузнать условия различных кредиторов, а затем выбрать самые привлекательные условия (например, более низкая процентная ставка, более продолжительный период выплаты, меньший размер штрафов, и т.д.).
- 79. Используйте дебиторов по расчетам для выплаты кредитов**
Кредиты не всегда нужно выплачивать наличными. Некоторые кредиторы согласны предоставлять финансовую поддержку взамен на ваших дебиторов по расчетам. Таким образом, ваши дебиторы по расчетам станут дебиторами вашего кредитора, который сам займется взысканием платежа.
- 80. Кредиты с нарастающим процентом выплачивайте немедленно**
Обычно у кредитов растущие процентные ставки. Это значит, что задолженность по процентам растет, если сам кредит не выплачивается.

Такие кредиты нужно выплачивать как можно скорее. Прежде чем брать кредит с растущим процентом, убедитесь, что сможете выплатить его в срок.



81. Заранее спланируйте, как будете выплачивать кредит

Некоторые начинающие предприниматели думают лишь о том, какой объем инвестиций им удастся привлечь. Это неправильно. Прежде, чем взять ссуду, следует спланировать, как вы будете ее выплачивать. Спросите себя: где я возьму средства для выплаты кредита? Когда я смогу его выплатить? Смогу ли я выплатить кредит в срок?



82. Создайте фонд непредвиденных расходов для покрытия долгов

Многие компании пошли на дно из-за неправильной работы с кредитами. Один из способов избежать их участи - создать фонд непредвиденных расходов для покрытия расходов, связанных с кредитом.



Ноу-хау в Бизнесе

- 83. Пройдите краткий обучающий курс по бизнесу**
Не нужно заканчивать университет. Достаточно будет сходить на небольшой бизнес-курс, посвященный всего нескольким темам. В результате вы получите не диплом, а знания. Так вы станете лучше разбираться в обстановке.
- 84 Изучите основы бухгалтерского учета**
Бухгалтерский учет - это львиная доля управления бизнесом. Если у вас есть хотя бы основные знания о бухучете, вы будете лучше понимать движение средств в своем бизнесе.
- 85. Пройдите краткий обучающий курс по праву**
Ведя бизнес, вы будете иметь дело и с правовыми вопросами. Вам нужно будет заключать договоры, сделки, а также соблюдать законы, касающиеся бизнеса, например, налоговое законодательство. Поэтому важно приобрести некоторые знания в области бизнес-права.
- 86. Читаете бизнес-литературу**
Бизнес-литература, продающаяся в ваших краях, может вам серьезно помочь.
- 87. Будьте в курсе бизнес-новостей**
Это особенно важно, если вы ведете бизнес в быстро развивающейся индустрии. Вам нужно постоянно быть в курсе событий, чтоб адекватно реагировать на изменения.



88. Научитесь предсказывать экономические сдвиги

Опытные предприниматели благополучно переживают спады в экономике, потому что предвидят эти спады заранее. Они также способны воспользоваться благоприятными ситуациями, потому что знают об этих благоприятных ситуациях заранее.



89. Консультируйтесь у опытных предпринимателей

Многие тонкости бизнеса познаются лишь на собственной шкуре. Их не узнаешь из учебников. Но чтобы их познать, не обязательно набивать шишки самому. Можно просто спросить опытных предпринимателей из вашей отрасли.



90. Отслеживайте свой опыт в бизнесе

Следите за тенденциями в своем бизнесе. Скоро вы увидите, что перемены и движения часто имеют какие-то закономерности. Ознакомьтесь с этими закономерностями - это поможет вам лучше планировать в будущем.



Защищаем имидж своей компании

- 91. Участвуйте в местных государственных программах**
Местная администрация может время от времени проводить государственные программы социальной помощи. Это могут быть программы по здравоохранению, уборке, дополнительному трудоустройству и так далее. Рекомендуется по возможности участвовать в этих программах. Это улучшит имидж вашей компании в глазах общественности.

- 92. Старайтесь не делать комментариев от лица компании**
Не делайте комментарии через аккаунт на Facebook или Twitter, в телевизионных или радиообращениях и т.п. Особенно осторожным следует быть с комментариями по острым темам.

- 93. Защищайте права своих работников**
Ваши работники имеют права, защищенные законом. Со стороны работников есть некоторые права, которые вы как работодатель должны защищать. С вашей стороны будет лучше не пренебрегать этим. Если ваши работники начнут жаловаться на нарушение прав человека, имидж компании только пострадает.

- 94. Особенно тщательно отнеситесь к вопросу охраны окружающей среды**
Поступайте с отходами производства должным образом. Ни в коем случае не загрязняйте окружающую среду. Если ваш бизнес будет загрязнять окружающую среду, нужно заранее позаботиться о выборе подходящего месторасположения. Учтите, что вызывая проблемы с охраной окружающей среды, компания очень плохо выглядит в глазах общественности.



95. Время от времени делайте пожертвования

Анонимные пожертвования производят впечатление. Но от них не будет выгоды. Да, вы искренне хотите помочь. Но нет ничего плохого в том, чтобы сделать это открыто. Время от времени делайте пожертвования на благотворительность, чтобы улучшить имидж компании.



Соблюдая закон

- 96. Исполняйте требования закона**
Требования закона к бизнесу в разных местах разные. Чтобы избежать проблем с законом, заранее ознакомьтесь с требованиями закона к бизнесу в своем регионе. Сделать это нужно до того, как начнете предпринимать какие-либо действия.

- 97. Аккуратно платите налоги**
У правительства есть агенты, регулярно проверяющие налоговые выплаты предприятий. Это касается в первую очередь крупных организаций. Поэтому не стоит уклоняться от налогов. Если вскрыется факт уклонения от налогов, имидж компании пострадает, а вам придется иметь дело с последствиями нарушения закона.

- 98. Платите адекватную зарплату**
Сегодня персонал очень требователен к зарплате. В отличие от прежних времен, сегодня люди очень агрессивно отстаивают свои права. Так что если хотите, чтобы работники были довольны и замотивированы, платите им хорошую зарплату, и делайте это своевременно.

- 99. Выполняйте требования к сооружению**
Существуют определенные требования к зданию, которые следует выполнить прежде, чем начинать работу в нем. Если не сделать этого вовремя, местная власть может начислить штраф или вообще закрыть ваше предприятие.

- 100. Выполняйте требования по безопасности**
Требования по безопасности бизнеса определяются местной

администрацией. Правила пожарной безопасности общие для всех предприятий. С другой стороны, продовольственная безопасность и санитарное состояние сильно влияют на предприятия, связанные с пищевыми продуктами. Следуйте всем этим требованиям, чтобы избежать проблем с законом.

Заключение

Многие люди приходят к выводу, что очень мало кто из наемных работников наслаждается богатой жизнью. Лишь немногим удается взобраться на вершину и получать большое жалование. Вот почему многие люди предпочитают организовать собственный бизнес. Они уверены, что в бизнесе можно сколотить большее состояние, чем на наемной работе. И в этом есть доля истины.

Но они не учитывают, что большинство начинающих предпринимателей терпят неудачу. Основная причина в том, что многим новичкам в бизнесе недостает необходимых знаний и умений.

Надеемся, эта электронная книга даст вам все необходимые знания, умения, техники и стратегии, которые помогут вам достичь успеха в бизнесе. Особенно полезна она будет начинающим предпринимателям, которые делают первые шаги в бизнесе.

Даже если вы - преуспевающий бизнесмен, вращающийся в торговле много лет, мы уверены, что наша книга все равно сможет вас чему-то научить. Не стесняйтесь прочитать эту книгу, и будьте уверены, что она будет вам полезной.

Будет лучше, если вы сохраните эту книгу для дальнейшего использования. Запомнить все 100 советов непросто. Время от времени перечитывайте книгу, чтобы поддерживать свою мотивацию к достижению успеха.