

ЛЕГКО ЛИ НАЧАТЬ БИЗНЕС В НАШЕ ВРЕМЯ?

В. Е. Лажинцев

Интернет-агентство «Альянс+» (Барнаул, Россия)

Данная статья посвящена проблеме, которая всегда была и будет очень актуальной — как добиться успеха, начав собственное дело с нуля? Автор, имея богатый практический опыт, в том числе по работе со стартапами в проектах «Сколково», раскрывает алгоритм успеха в становлении собственного дела, подробно описывает шаги, которые обязательно должен пройти предприниматель. Статья предназначена, прежде всего, новичкам-предпринимателям и всем желающим начать собственное дело. Наглядно демонстрирует, как лучше всего воплотить это желание в реальность.

Ключевые слова: предприниматель, Интернет, стартап, бизнес, продажи.

HOW EASY IS IT TO START YOUR OWN BUSINESS?

V. E. Lazhintsev

Internet Agency "Alliance+" (Barnaul, Russia)

This article is devoted to a topic that has always been and will be very relevant: how to succeed, starting your own business? The author, having rich practical experience, including work with start-ups in Skolkovo projects, reveals the algorithm of success in establishing one's own business, describes in detail the steps that an entrepreneur must necessarily take. The article is focused, first of all, on beginning entrepreneurs and everyone who wants to start their own business.

Keywords: businessman, Internet, start-up, business, sales.

Интернет-агентство «Альянс+» 5 лет назад было таким же новым бизнесом. Основателей было всего трое — один был ответственный за продажи, второй — за разработку, был также веб-дизайнер. За эти годы компания увеличилась до 40 человек и реализует проекты по всему миру, а также ведет активную общественную деятельность. Оборот нашего бизнеса удваивается каждый год. Поэтому мы знаем, о чем говорим.

В первую очередь, рассмотрим в большей степени не стартапы, а обычный бизнес (юридические или IT-услуги, продажи и т. д.). Стартапы — это проекты, которые обычно создаются для реализации какой-то уникальной идеи, того, чего в мире еще не существует, либо существует, но инициаторы проекта предлагают делать это по-другому, с существенной инновационной составляющей.

И, как правило, стартап имеет свой, уникальный путь развития, хотя и это развитие подчинено некоторым стадиям и закономерностям. Однако есть и вполне «традиционный» бизнес.

Когда мы начинали свою деятельность, у основателей был богатый профессиональный опыт

в коммерческих структурах и бизнесе; однако все равно пришлось преодолеть долгий период ожидания, пока бизнес начал приносить существенную прибыль. Мы не оказывали каких-либо инновационных услуг. Впрочем, почему бы не считать инновацией разработку нового качественного сайта для клиента, у которого сайта никогда не было?

Но «стартаперских» идей на тот момент у нас не было. Они появились только через несколько лет и стали реализовываться при поддержке частных инвесторов.

Понимаем, для многих это звучит как захватывающая история, при этом мысли возникают такие: «Ну у них уже серьезная компания, понятно, что они и с госструктурами работают, и за рубежом, и инвесторов для них привлечь не проблема. А как нам быть, мы ничего не умеем, мы только начинаем? Надоело работать за 20 тысяч рублей и есть желание трудиться на благо потребителя!».

Таким образом, покажем главное, а также то, что является краеугольным камнем. После этого многие скажут: «Мы не согласны, у нас есть уни-

кальная идея! Этого достаточно! Продажи — это не мое!».

Значит, и бизнес — это не ваше. Потому что главное в бизнесе — продажи. Причем мы советуем не просто так идти в продажи куда придется. Или сразу создавать свое дело и начинать продавать. Нет. Мы советуем поступить на работу в компанию по профилю деятельности, которой вы собираетесь заняться, и проработать там год как минимум. Почему?

За год можно разобраться в любой нише бизнеса, увидеть массу неочевидных вещей, обзавестись нужными связями... все прелести перечислим ниже. И именно потому, что большинство людей не хотят продавать, считают это несерьезным, навязчивым, даже унижительным — они не становятся предпринимателями или становятся посредственными предпринимателями.

Итак, главный навык предпринимателя — продажи, без него нет смысла начинать. Учиться продавать можно для начала где угодно, но как только вы готовы учиться всерьез, то и к месту обучения стоит подойти основательно. На наш взгляд, наиболее универсальным и полезным выбором будет работа в b²b, в средней или крупной компании, с циклами от месяца до полугода. «Прокачивается» очень много навыков, а именно:

Продавать реальным компаниям. Чем это полезно? Расширяется картина мира. Человек, далекий от бизнеса, просто не может ощутить, какие огромные обороты имеют некоторые предприятия, сколько денег они могут тратить на свои нужды, на оплату подрядчикам. Когда это станет обычным для вас, то исчезнет «психологический дискомфорт» от того, чтобы продавать на большие суммы товары и услуги уже в своем деле.

Понимать, как принимаются решения о приобретении услуг. Компания-клиент — это что? Это совет директоров, который будет обсуждать, сделать им новый сайт или купить новую мебель? Или это генеральный директор решает? Очень много вопросов. Работая в b²b, можно узнать массу интересного — как компания принимает решение о покупке чего-то, и потом применять благополучно в своем деле. Где-то все решает генеральный директор, где-то — руководитель отдела (и утверждает бюджет у начальства), где-то принимает решение группа лиц. И не стоит забывать термины ЛПР (лицо, принимающее решение) и ЛДПР (лицо, действительно принимающее решение).

Опыт участия и победы в конкурсах. Да, порой компании объявляют открытый конкурс, просто рассылку делают по 2ГИС: «Просим предоставить коммерческое предложение на мобильную адаптацию нашего сайта». Если вы, как менеджер по продажам, в силах ответить на эту заявку, подго-

товить коммерческое предложение, скорректировать его потом по условиям конкурса, побороться с конкурентами, понравиться Заказчику, выиграть конкурс, сделать проект, заработать денег для себя и компании, где вы трудитесь, — скорее всего, и работая на себя, у вас это получится.

Наработка практических навыков деловых переговоров. Это еще один краеугольный камень бизнеса. Деньги платят нам люди, значит бизнес — это общение. Здесь существует масса нюансов, множество книг написано и выходит регулярно. Только книги без практики не работают. Лучший вариант — практиковаться в реальном деле и в то же время читать книги, а еще записаться на какие-либо курсы ораторского мастерства. Через год можно стать мощным переговорщиком-практиком.

Умение соблюдать деловой такт. В процессе работы в продажах можно научиться «чувствовать», когда стоит позвонить, а когда воздержаться; как лучше обратиться к какому-либо человеку, чтобы ему понравится; как строить отношения и создавать возможности, как грамотно брать рекомендации. После беседы с хорошим менеджером продаж у клиента должно улучшаться настроение — это лишь одно из сотни правил «продажников».

Умение самоорганизации менеджера-«продажника». Как не забыть вовремя позвонить клиенту? Не потерять сделку? Как правильно вести CRM или даже MS Excel? Как делать рассылки и до-продажи? Как организовать свое время, суметь его эффективно использовать? Все этому нужно учиться. Когда мы только начинали бизнес, у нас был небольшой офис и мы как-то стихийно звонили «вхолодную», продавали сайты. Казалось — мы очень заняты. Сейчас нам ясно, что мы не делали в то время НИЧЕГО. Сейчас тот объем работы, что мы делали за месяц тогда, наша команда делает в ДЕНЬ или даже быстрее. За всем этим — хороший тайм-менеджмент, организация труда и инфраструктура.

Отсутствие страха встреч и публичных выступлений. Когда-то и нам было это хорошо знакомо — чувство страха перед людьми, перед тем, чтобы заговорить по телефону с незнакомым человеком, лишний раз позвонить клиенту. Практика, желание плюс тренировки позволяют побороть страх. Лучше всего, когда удастся побороть его и победить (к примеру, вы выступили на презентации, после чего к вам подошли несколько человек и заказали услуги вашей компании, а вы заработали реальные деньги). Тогда, со временем, предчувствуя скорую встречу с серьезными Заказчиками, начинаешь получать заранее вместо страха позитивные эмоции и чувствуешь «драйв».

Опыт неудач и нормальное отношение к неудачам. Однажды я сам проходил обучение на тре-

нинге по личностному росту, и тренеру задали вопрос из зала: «Как перестать испытывать страх потерять клиента, завалить проект?». Его ответ запомнился мне на всю жизнь: «Потерять несколько крупных сделок, завалить несколько проектов!». Да, это не общепринятая точка зрения, но ведь действительно — это снимает страх. Начинаешь ровно и спокойно относиться к тому, что клиент уходит к конкурентам или отказывается работать. Неудачи — часть успеха, умение спокойно их переносить — важнейший навык. Так получаешь меньше стресса, и снижается риск из-за стресса пропустить реальные сделки и новые перспективные возможности.

Рост уверенности в себе. Как итог всех вышеназванных пунктов — растет уверенность. То, что казалось недостижимым год назад, о чем даже помыслить было страшно — теперь делается легко и приятно. Еще год назад где-то вы бы побоялись даже появиться, а теперь вы там — свой человек. И так далее.

Впрочем, надо уметь ставить себе планки достижений, искать полезные «вызовы». Перед нами и сейчас регулярно стоят задачи на грани возможностей; путем активной работы и напряженных усилий мы преодолеваем трудности и выходим на все новые и новые уровни развития. Задачи, стоящие сейчас перед нами, два года назад были бы непосильны. Так что для каждого этапа бизнеса — вызовы свои. И начинающему предпринимателю лучше всего их пройти, когда «за спиной» есть прикрытие в виде компании, начальника, ресурсов и т. д. Это безопасно.

Навык холодных звонков и телефонных переговоров. Классика многих компаний: менеджеру дают телефон, 2ГИС, CRM и говорят: звони. Куда хочешь, как хочешь. В лучшем случае дают простейший скрипт. Страшно? Конечно, страшно. Но надо учиться. Именно так, через дискомфорт. На самом деле это просто вид работы, которую никогда ранее вы не делали. Как только будет заключена первая сделка — уверенность возрастает многократно.

Честно говоря, я сам почувствовал, можно сказать, могущество, когда закрыл таким образом первую сделку. Я позвонил по объявлению в газете (объявление там было от компании, продающей предметы интерьера), заметил, что у них нет сайта. Они сказали: «Нам надо, приезжайте». Через два дня у меня были деньги на руках, а через пару недель люди получили сайт, который, кстати, сохранился до сих пор. После этого я понял, что предпринимателю можно при наличии навыков не зависеть вообще ни от кого. Нужно заработать денег? Сел и поработал — и деньги на руках.

Вообще я встречал единицы людей, кто готов звонить «вхолодную» и продавать. Если освоить это,

осуществить несколько сделок — можно хорошо заработать; повышается уверенность в себе во всех сферах жизни!

Навык общения по электронной почте и Интернету, навык удаленного общения. Такое общение все более прочно входит в нашу жизнь, и оно имеет свои особенности. Вежливость, подпись к письму. Переписка одновременно с несколькими собеседниками в рамках электронной почты. Сохранение переписки. Работа с большим объемом данных. Все это необходимо освоить. Без этого сам бизнес-процесс невозможен!

Навык быстрой печати и чтения. Жизненно важно. Это и есть ключ к продуктивности, к хорошему «тайм-менеджменту». Если вы пишете письмо, составляете простой документ часами — не будет у вас бизнеса. Просто клиент не дожидается, пока вы подготовите договор и выставите счет.

Понимание документооборота. Как следствие пункта выше. Договоры, спецификации, правки, протоколы разногласий, акты выполненных работ и акты сверки — все это нужно освоить и уметь составлять. Перечислен лишь небольшой минимум документов. А ведь есть еще трудовые договоры и т. д. В свое время я работал в компании прямых продаж по агентскому договору (при этом компания это преподносила как «собственный бизнес»). И однажды я понял, что никакой бизнес я не веду — ведь я не знаю, как составлять документы. Пришлось расстаться с той работой и срочно учиться.

Получился внушительный список. Не затронуты многие вопросы — например, налоги, договоры аренды и т. д. И как все это освоить? Можно, и не так страшно, если вы работаете в хорошей компании. А вот с нуля начать бизнес и одновременно заняться без опыта всеми этими вопросами — просто невозможно! Потому всем, у кого есть амбиции начать свое дело, советуем работать вначале менеджерами по продажам.

Если вы начинающий предприниматель, то у вас нет гарантий, что прибыль будет.

Но работая в компании, вы учитесь, при этом вы будете зарабатывать деньги в виде зарплаты!

Еще одно достоинство продаж: зарплата здесь зависит, как правило, от объема сбыта. Да, миллионы вряд ли получится зарабатывать, но 50–100 тысяч рублей в месяц для хорошего «продажника» — это нормально. Плюс премии и бонусы. Не каждый молодой предприниматель имеет такие доходы (куда чаще имеет только завышенное чувство собственной важности).

Итак, навыки освоены и дальше можно начинать свое дело. Параллельно с основной работой. Решение созрело. Что делать дальше? Как обычно, вопрос лежит в плоскости не производства или идеи, а сбыта.

Следует протестировать спрос на услуги или товары будущего бизнеса. Пагубный подход — начать что-то делать, снять офис, нанять сотрудни-

ков, а потом удивляться, что реализации нет. Но мы обсудим это в следующих статьях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ковалевич Д., Щедровицкий П. Конвейер инноваций. Кто несет ответственность за производство инноваций. URL: <http://asi.ru/conveyor-of-innovations/>
2. Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий ; пер. с англ. Н. В. Егорова. М., 2007.
3. Agarwal R., Bayus B.L. (2002). The Market Evolution and Sales Takeoff of Product Innovation. URL: <http://www.business.illinois.edu/agarwalr/Market%20Evolution%20January%202002.pdf>.
4. Arora A., Fosfuri A., Gambardella A. (2000). Markets for Technology. URL: <http://www.heinz.cmu.edu/research/90full.pdf>.
5. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBok Guide), 4-th ed. Project Management Institute, 2008.
6. Drucker P. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. HarperCollins Publishers, New York.

REFERENCES

1. Kovalevich D., Shchedrovitskiy P. Konveyer innovatsiy. Kto neset otvetstvennost» za proizvodstvo innovatsiy. URL: <http://asi.ru/conveyor-of-innovations/> [in Russian]
 2. Chesbro G. (2007) Otkrytye innovatsii. Sozdanie pribyl'nykh tekhnologiy. Moscow. [in Russian].
 3. Agarwal R., Bayus B.L. (2002). The Market Evolution and Sales Takeoff of Product Innovation. URL: <http://www.business.illinois.edu/agarwalr/Market%20Evolution%20January%202002.pdf>.
 4. Arora A., Fosfuri A., Gambardella A. (2000) Markets for Technology. URL: <http://www.heinz.cmu.edu/research/90full.pdf>.
 5. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBok Guide), 4-th ed. (2008) Project Management Institute.
 6. Drucker P. (1985) Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. HarperCollins Publishers, New York.
-