

Что знают богатые люди
и что они хотят сохранить в секрете

КАК ДЕЛАТЬ ДЕНЬГИ ИЗ ВОЗДУХА

БРАЙАН ШЕР

УДК 338.7
ББК 65.050
Ш49

Охраняется законом об авторском праве.

Шер Б.

Ш49 Как делать деньги из воздуха/Б. Шер//Пер.
с англ. Е. А. Бакушева.— Мн.: ООО «Попурри»,
2004.— 288 с.

ISBN 985-483-225-2.

Преуспевающий бизнесмен из Южного полушария пред-
лагает свои советы по обогащению широкому кругу читателей.

УДК 338.7

ББК 65.050

Научно-популярное издание

ШЕР Брайан. КАК ДЕЛАТЬ ДЕНЬГИ ИЗ ВОЗДУХА

Пер. с англ. — *Е. А. Бакушева. Оформление — М. В. Драко*

Подписано в печать с готовых диапозитивов 2.04.2004.

Формат 70×100¹/32. Бумага газетная. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 11,61. Уч.-изд. л. 7,09. Тираж 7000 экз. Заказ 1189.

Гигиеническое заключение № 77.99.2.953. П. 16640.12.00
от 15.12.2000 г.

ООО «Попурри». Лицензия ЛВ № 02330/0056769 от 17.02.04.
Республика Беларусь, 220113, г. Минск, ул. Восточная, 133-601.

При участии ООО «Харвест». Лицензия ЛВ № 32 от 27.08.02.
РБ, 220013, г. Минск, ул. Кульман, д. 1, корп. 3, эт. 4, к. 42.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство
«Белорусский Дом печати». 220013, Минск, пр. Ф. Скорины, 79.

ISBN 985-483-225-2 (рус.) © Перевод. Оформление.
ООО «Попурри», 2004

ISBN 0-670-04069-X (англ.)© Brian Sher 2002

*Посвящается всем тем,
кто выбрал собственный путь, кто пережил боль,
одиночество и поражение, но испытал радость
от успеха, достижений и счастья.*

*Но в первую очередь эта книга посвящается
Фай — у тебя золотое сердце и богатые мечты.*

Гарантия возврата денег

Предлагаемые в данной книге идеи актуальны и надежны. Их применяли на практике тысячи людей по всему миру. Я уверен, что они сработают и у вас, только если вы искренне готовы идти вперед, не останавливаясь.

Если же вы все делали, но эти идеи не смогли улучшить ваше финансовое состояние, я с удовольствием возмещу вам покупную стоимость данной книги.

На протяжении всей жизни нам приходится постоянно учиться, и я надеюсь на ваши комментарии и отзывы. Со мной можно связаться напрямую по адресу briansher@bigpond.com. Надеюсь, что смогу включить описание вашей истории достижения успеха в следующую книгу.

*Уважения заслуживают те, кто находится
на поле боя... кто если и терпит неудачу,
то, по крайней мере, при этом совершает
мужественные поступки. Их место никогда
не будет рядом с робкими и неодушевленными
созданиями, не ведающими ни побед,
ни поражений.*

**Теодор Рузвельт.
Речь, произнесенная в Сорбонне. 1910 год.**

Введение

Сделать деньги... да еще из воздуха!

Я слышу, как критики точат карандаши, а циники бубнят: «Да ладно, мы это уже слышали».

Подобное недоверие вполне понятно, поскольку при поверхностном рассмотрении фраза «сделать деньги из воздуха» кажется совершенно невероятным и самонадеянным утверждением. Честно признаться, я сам был настроен довольно критически, когда впервые познакомился с данной теорией. Но мое нежелание изо дня в день гнуть спину, чтобы свести концы с концами, заставило меня присмотреться к ней повнимательнее. Я хотел работать умнее и меньше — чтобы наслаждаться приятными вещами и иметь достаточно времени, чтобы ими наслаждаться.

Раздумывая над возможными способами реализации своего желания, я вспомнил совет, который однажды дал мне отец: «Никогда не работай руками — так ты не разбогатеешь!» И хотя я не занимался физическим трудом в буквальном смысле слова, все равно совет отца принял близко к сердцу, ибо работал много, но отнести меня к богатым людям было никак нельзя. Моя голова была доверху забита всякими проектами и идеями, а я стаптывал ноги, носясь взад и вперед в попытках продать эти самые идеи. Я неплохо зарабатывал, но и только.

Так что пришлось время искать новые возможности и учиться. Необходимо было выяснить, что же делали богатые люди такого, чего не делал я. Существовала определенная разница в наших способах мышления и образах действия, и в то время как другие приходили от моих идей в восторг, именно они *делали* деньги, а я продолжал их *зарабатывать*!

Я твердо вознамерился изменить ситуацию, выяснив, что они знают, как мыслят и действуют. Через некоторое время я пришел к заключению: это отнюдь не атомная физика и сделать деньги из воздуха *абсолютно реально*.

Пожалуйста, не думайте, будто я предлагаю вам вариант «станьте богатым за три недели», и не надейтесь, что я отыскал легкий путь к успеху, усыпан-

ный розами, но это, несомненно, гораздо легче, чем годами гнуть спину, ничего не получая взамен. Слишком многие осознают это, когда уже слишком поздно.

Если вы стремитесь к успеху, вам придется всего лишь изменить свое отношение к бизнесу. И это принесет вам миллионы долларов.

Как я могу знать с такой уверенностью, что это возможно? То, чему я собираюсь вас научить, каждый день делают богатые и супербогатые люди.

Я не раз сталкивался с этим в собственной жизни, читал в газетах. Богатые люди прекрасно овладели этим искусством. И вы тоже, если прочтете данную книгу и последуете предлагаемым в ней советам, сможете постичь его.

Где искать золото

После выхода моей первой книги «Что знают богатые люди и что они хотят сохранить в секрете» мне не раз предлагали написать еще что-нибудь. Прошло три года, прежде чем я приступил к работе над книгой, которую вы сейчас держите в руках.

И дело вовсе не в том, что я поддался на уговоры. Я чувствовал, что не смогу добавить ничего нового

ни к предыдущей книге, ни к многочисленным работам тысяч других авторов в данной области. Миллиарды слов в буквальном смысле были написаны с момента выхода книги Наполеона Хилла «Думай и богатей» в 1960 году. Если перечитать эту выдающуюся книгу, вы найдете там все что нужно. Навряд ли можно было бы сказать что-то новое на тему обогащения. До сих пор.

За три прошедших года меня, столкнувшегося с новыми требованиями и обстоятельствами, посетили новые идеи, которые способны помочь делать деньги чуть проще.

И хотя на тему любого из принципов успеха уже писано и переписано, данный вопрос все равно представляет определенную сложность, иначе все бы давным-давно стали богатыми и преуспевающими.

Мир меняется с головокружительной скоростью, и богатство приносит не *знание принципов*, а четкое, конкретное, направленное их *применение*. Статистика обанкротившихся и неудачных молодых фирм и компаний — наглядное свидетельство того, как важно применение знаний на деле. На этом и основана моя книга, поскольку для применения бесчисленных идей всегда находятся новые способы.

Ну что ж, давайте начнем делать деньги из воздуха.

Глава 1

Секреты богатых

«Просто делать деньги»

Как часто вы слышали от людей фразы «делать деньги» и «Я просто хочу сделать немного денег»? Или «Мне нужно делать больше денег»? Тысячи раз, я более чем уверен, да и вы наверняка сами неоднократно так говорили.

И хотя все мы пользуемся одинаковыми словами, то, что говорят «бедные люди» (то есть люди с менталитетом бедняка), разительно отличается от того, что говорят люди богатые. «Бедный человек» ищет способы сделать единственное, что он умеет, — продать больше своего времени.

Когда о больших деньгах говорит человек богатый, он имеет в виду совершенно иное. Богатый че-

ловек всегда говорит о «создании состояния». Он не собирается продавать собственное время.

К тому времени как вы приблизитесь к окончанию книги, вы убедитесь, что между этими двумя идентичными утверждениями лежит разница в миллионы долларов. Выражение «делать деньги» имеет двойное значение, и значение это зависит от человека, который произнес эти слова.

Избавьтесь от менталитета бедняка

Почти всех из нас с самого рождения и дома, и в школе учат приспособливаться и соответствовать окружающему миру. Общество внушает нам: идите и найдите работу, то есть продайте собственное время.

Присоединяемся ли мы к одной из так называемых профессий (юриспруденция, медицина, бухгалтерское дело) или подметаем полы на заводе, все сводится к одному: мы перестаем работать, деньги перестают поступать.

Мы тратим одиннадцать лет на школьное образование и в итоге не имеем ни малейшего понятия, как достичь чего-то большего, чем просто финан-

совое выживание. Поскольку большинство из нас устраиваются на «работу» и до конца своих дней продают собственное время.

«Продажа времени» — вот причина нашей бедности (или отсутствия богатства). Мы переняли ее от наших родителей и передадим следующему поколению, а оно следующему... Так и процветает менталитет бедняка.

Смешно, но каждое утро мы просыпаемся с мечтами о богатстве. Мы завидуем парню или девушке в новом автомобиле, который «стоит дороже, чем наш дом». И это подстегивает наше желание стать богатыми. Мы представляем, каково это, иметь больше денег, чем возможностей их потратить, и ненадолго забываем о реальности, вновь превращаясь в ребенка.

Ближе этих фантазий большинство из нас к богатству не подходит. Скоро мы вновь возвращаемся в посредственную реальность, боясь расширить существующие границы. И лишь немногие, сохраняющие верность мечте, отваживаются отправиться в иное путешествие — путешествие необычное, сложное, но, тем не менее, восхитительное и увлекательное. Они решают самостоятельно заняться бизнесом.

К сожалению, если бизнес оказывается неудачным, их мечты разбиваются вдребезги. Многие терпят неудачу не из-за отсутствия мечты, не из-за отсутствия желания, но из-за отсутствия одной простой вещи...

Знание того, что известно богатым

Люди, достигшие успеха и процветания, знают кое-что, неведомое остальным, а именно: как *делать деньги*. Более того, поскольку они не добывают эти деньги потом и кровью, создается впечатление, что они делают это без особых усилий — *из воздуха*.

Делать деньги из воздуха возможно, но только если вы в это верите. И в данной книге я научу это делать любого, кто готов воплотить в жизнь идеи, подарившие многим людям миллионы долларов.

Многие из нас никогда не задумываются над тем, что они делают. Просто встают по утрам, отправляются на работу и занимаются тем же, чем и вчера. И вдруг, в один прекрасный день, они приходят к мысли, что буквально за одну ночь могут превратиться в миллионеров, вложив деньги в акции

или недвижимость либо воспользовавшись проектами мгновенного обогащения.

Однако самый быстрый способ разбогатеть — отнюдь не вложение денег в акции или недвижимость. Это все требует времени. Самый быстрый способ сделать по-настоящему большие деньги — основать успешный бизнес.

Ознакомьтесь с таблицей, где наглядно представлены возможные годовые доходы от различных видов вложений.

Вид инвестиций	Доход (%)	Увеличение стоимости активов (%)
Банк	6	0 в год
Недвижимость	5—7	10 в год
Акции	10—15	20—50 в год
Собственный бизнес	100—200	500—1000 в год и более

Нет никаких сомнений в том, что самый быстрый способ разбогатеть — *делать деньги из воздуха* посредством организации собственного предприятия. Но не любой бизнес в конечном итоге принесет вам прибыль: некоторые предприятия вообще ничего не стоят, хотя и относятся к успешным. Биз-

нес, который вы решили основать, должен быть *полезен и ценен для кого-нибудь еще*, кроме вас. Только тогда вы разбогатеете.

Возьмем, к примеру, нейрохирурга, имеющего частную медицинскую практику. Люди приходят к нему благодаря его репутации и компетентности. Хирург может получать в год миллионы долларов и прилично жить, но этот бизнес ничего не стоит для остальных, поэтому хирург не сможет сделать на нем настоящих денег.

Просто открыть свое дело — отнюдь не гарантированный способ достижения истинного богатства. Хотя для многих это гарантированный способ потерпеть неудачу и потерять все.

По статистике около 90 % людей, открывающих свое дело, совершают элементарную ошибку, причем задолго до того как предприятие начинает функционировать. В лучшем случае эта ошибка обойдется в сотни тысяч долларов; в худшем — предприниматель потеряет все, что имеет. Но этой дорогостоящей ошибки можно избежать, если учиться на ошибках других.

Дочитав книгу до конца, вы узнаете, что двое людей могут начать бизнес в одно и то же время, расширять его одинаковыми темпами, но через два-три года одно предприятие будет стоить милли-

оны долларов, а второе — практически ничего. Владельцы будут тратить то же время, усилия, энергию, нести те же расходы, а в результате один окажется на несколько миллионов долларов богаче, а второй на столько же миллионов беднее.

Одна эта идея стоит миллионы для любого, кто собирается заняться бизнесом или уже им занимается. Эти секреты обретения богатства еще никем не раскрывались, а те, кто знал, как *сделать деньги из воздуха*, хранили это знание в строжайшей тайне.

Отнять у богатых и наделить бедных

В основу данной книги легли мои наблюдения за богатыми и преуспевающими людьми. Я написал ее, чтобы познакомить вас с мыслями, идеями и привычками, свойственными тем, кто сумел достичь успеха и процветания.

От всех остальных изданий на подобную тематику данная книга отличается одним существенным моментом: она не только раскрывает перед вами идеи на миллионы долларов и способы ведения бизнеса, но и предоставляет вам уникальную возможность примерить все эти идеи на себя.

Эта книга целенаправленно ведет вас к единственно возможному выводу: если вы стремитесь достичь поставленной цели — сделать по-настоящему большие деньги, — вам не остается иного выбора, кроме как:

- думать по-иному и
- знать то, что известно богатым людям.

А что известно богатым людям? А то, что тяжелый труд — это *не* решение. Оптимальный способ — научиться быстро *делать деньги из воздуха*.

Секретный файл

Майкл Врублевский (основатель баскетбольной команды «Sydney Kings» — человек, который произвел настоящую революцию в австралийском спорте) как-то заметил: «Брайан, в жизни нет секретов. Все давно известно. Если для тебя что-то является тайной, значит, ты этого просто пока не знаешь, зато знают другие».

Поскольку я являюсь основателем и управляющим «Vision Publishing», основным австралийским изданием для деловых кругов, меня не раз посещали идеи, прямо или косвенно влияющие на мою

жизнь. За последние одиннадцать лет мне посчастливилось познакомиться со всеми известными и признанными авторами в данной области. Я прочел сотни книг, посвященных деловому успеху, и встречался с их авторами, а также основал международные семинары вместе с ведущими специалистами в сфере бизнеса и управления.

Но вдохновение мне принесло не знакомство с великими умами и не чтение книг. Мне удалось основать собственный бизнес, начав с нуля, и успешно его развить, познакомившись в процессе с самыми выдающимися бизнесменами Австралии и, конечно, сделав деньги из воздуха.

На мою долю выпадают и удачи, и провалы (люди часто удивляются, что мне даже сегодня что-то не удастся). Накопленный опыт означает, что я жил и работал и в мире идей, и в практичном, меркантильном мире бизнеса. Мне довелось познать оба этих круга и взять из них все возможное, чтобы сделать собственную жизнь максимально успешной. Этот опыт позволил мне заниматься новыми увлекательными проектами и стать человеком с широким кругозором, не признающим границ.

Все это время я делал пометки, собирал идеи и хранил их в секретном файле (секретном, потому что о нем знал только я). Благодаря упомянутым

Глава 1. Секреты богатых

возможностям мне посчастливилось собрать все идеи воедино в новой книге. Этими бесценными идеями я делюсь с вами и надеюсь, что они помогут вам перейти на новый уровень мышления и отношения к деньгам и успеху.

Итак, предлагаю начать с весьма насущного вопроса...

Глава 2

Насколько вы богаты?

Мы все намного богаче, чем думаем.

Мишель де Монтень

Я хотел бы еще раз акцентировать внимание на своей точке зрения, с тем чтобы прояснить жизненные приоритеты. Быть богатым, несомненно, очень важно, но это не самое главное. Если сомневаетесь, спросите любого больного раком.

Что значит для вас быть богатым?

Вы богаты, если у вас больше денег, чем у ваших родителей? Друзей? Соседей? Или вы хотите быть не менее состоятельным, чем Билл Гейтс? Будете ли вы чувствовать себя богатым, если сможете позволить себе новый автомобиль, или это непременно должен быть «порше»? А может быть, вам доста-

точно возможности оплачивать ежемесячные счета? Вероятно, вы будете считать себя действительно богатым, если вам никогда более не придется беспокоиться о деньгах. Слово «богатый» для каждого из нас имеет свое значение.

Практически все ваши знакомые хотят быть богаче, чем в настоящий момент. Практически каждый хочет иметь больше денег. Но крайне важно помнить о том, что богатство связано не только с деньгами и материальными благами. А ведь многие ошибочно ограничиваются только этим.

Деньги позволяют нам делать то, что мы хотим, и чем больше в нашем распоряжении денег, тем больше мы в состоянии сделать.

В жизни есть вещи важнее денег: любимый человек, дружная семья, друзья, которым мы доверяем и от которых зависим, работа, доставляющая нам удовольствие... Вы можете быть сказочно богатым, но без всего вышеперечисленного не сможете насладиться жизнью сполна. Счастье, по большому счету, зависит от нематериальных вещей: здоровья, отношения к жизни, чувства собственного достоинства, основных ценностей и убеждений. Прожить полную, насыщенную жизнь означает направить эмоциональную энергию в положительное русло во всем, чем бы вы ни занимались.

Мне часто доводилось слышать, как люди жалуются: «Если бы у меня было больше денег, я был бы счастлив». Но они ошибаются. Не поймите меня превратно. Деньги и в самом деле облегчают жизнь. Имея деньги, вы не будете лежать бессонными ночами, мучительно думая об оплате счетов, а будете чувствовать себя гораздо увереннее. Деньги открывают перед вами дверь в высшее общество, куда закрыт доступ людям бедным, или получать впечатления, недоступные другим.

За деньги нельзя купить счастье.

Многие люди об этом забывают. Они зарабатывают достаточно денег, чтобы купить огромный дом, но в нем не чувствуется тепла и уюта. Они в состоянии закатить роскошную вечеринку для дюжины приятелей с изысканными блюдами и винами, но в трудную минуту им некому довериться. В конце концов — когда уже слишком поздно — они осознают, что потратили столько лет в погоне за наживой, в то время как в действительности стремились к счастью.

Существует колоссальная разница между богатством и счастьем. И вот в чем она состоит:

- быть богатым означает получать то, что ты хочешь!
- быть счастливым значит хотеть то, что ты имеешь!

Если вы считаете, что накопление денег принесет вам счастье, подумайте еще немного. Если вы владеете большим имуществом, но бедны эмоционально и духовно, вы духовный банкрот.

Счастье — это гармония во всех сферах жизни, материальной и эмоциональной. Каждый должен отыскать свою собственную золотую середину. Только тогда вы обретете истинное богатство. Если вы обеспечены финансово, то можете притвориться, что счастливы, обманув окружающих. Но вам никогда не удастся перехитрить самого главного человека — самого себя.

Кто богаче?

Эта книга предназначена для тех, кто стремится отыскать золотую середину между счастьем и богатством, кто готов трудиться ради этого и приложить усилия, чтобы стать богатым. Просто помните: что в мире полно людей намного беднее вас, которые, тем не менее, безгранично счастливы.

Один мудрый человек как-то сказал: «Я не завижду тем, у кого больше денег, чем у меня, но я завижду тем, кто счастливее меня». Вы сможете быть богатым только тогда, когда будете по-настоящему

счастливы, но огромные счета в банках еще не гарантируют счастья.

Тем, кто стремится обрести счастье, руководствуясь ложным убеждением, будто деньги им в этом помогут, не только не суждено достичь его, но с каждым новым материальным приобретением они все дальше и дальше уходят от желанной цели. Больше чем уверен, вы знакомы с ними — их друзья и близкие также путают деньги и счастье. Подобные люди отличаются отсутствием истинных ценностей, ставя знак равенства между тратой денег и эмоциональным удовлетворением.

Кенни Роджерс — известный исполнитель музыки в стиле кантри — заметил в одном интервью: «Чтобы быть богатым, вам нужно любить свое дело, иметь рядом любимого человека и с надеждой смотреть в будущее». Исключительно мудрая формула.

Дерзкое приключение

Хелен Келлер принадлежат слова: «Жизнь — это либо дерзкое приключение, либо вовсе ничего!»

И в том нет никаких сомнений. А вот как относятся к жизни богатые люди. Они считают жизнь

игрой — игрой, в которой они должны победить. И никогда не задаются вопросом «а что, если?..».

Решите для себя раз и навсегда, как вы хотите прожить жизнь. Это право даровано вам Господом, и, просыпаясь, каждое утро вы делаете свой выбор.

Некоторые выбирают безопасную стезю; для них жизнь хороша, если она стабильна, упорядоченна и предсказуема. Другие же предпочитают смотреть на жизнь как на приключение, надеясь и молясь, чтобы грядущий день принес им новые увлекательные проблемы, бросил новый вызов. Вот что их «заводит», заставляет сердце биться сильнее, вот почему они с радостью просыпаются по утрам.

Для тех, кто выбрал безопасную дорогу, ничего не может быть ужаснее и напряженнее, чем жить такой сумасшедшей жизнью, а для тех, кто любит непредсказуемость, упорядоченная жизнь хуже тюремного заключения.

Каждому свое. Однако, надо полагать, вы читаете данную книгу именно потому, что являетесь одной из тех беспокойных, мятущихся душ, которые жаждут приключений. Вы не раз пожалеете об этом, будете укорять себя за то, что выбрали такой рискованный путь, и зарекаться больше этого не делать, но при малейшей возможности снова кинетесь в какую-нибудь авантюру.

Для некоторых это тяжкая обуза, которую они тащат на себе через всю жизнь, а для других — вполне привычный образ жизни. Именно последние «заставляют вращаться Землю», не боясь поражений, критики и насмешек окружающих. Всего лишь несколько столетий назад их бы сожгли на костре или отлучили от церкви.

Мир нуждается в таких людях, ибо без них не вершится прогресс. Если бы не их готовность рискнуть всем, чтобы создать нечто до сих пор невиданное, мы бы не имели многих благ и удобств, которые сегодня воспринимаем как должное.

Познакомьтесь вот с такими данными:

- Главный инженер Британского почтового ведомства в 1876 году заявил: «Нам не нужен телефон, в нашем распоряжении предостаточно посыльных».
- В 1943 году президент «IBM» Томас Уотсон предсказывал, что мировой рынок ограничится пятью компьютерами.
- В 1968 году главный инженер «IBM» прокомментировал изобретение микрочипа: «Кому он нужен?»

Глава 2. Насколько вы богаты?

- Гордон Мур, соучредитель компании «Intel», заметил в 1970 году, что домашние компьютеры — это пустая трата времени.
- «Atari» и «Hewlett Packard» отвергли идею персонального компьютера, предложенную разработчиками компании «Apple», и посоветовали последним вернуться в колледж.
- Великий Билл Гейтс в 1981 году предсказывал, что памяти персонального компьютера на 640 К будет достаточно для любых потребностей.

Быть дерзким или не быть никем.

Глава 3

Делаем деньги из воздуха

Что вам необходимо для успеха

Достижение успеха пятьдесят, шестьдесят, даже десять лет назад требовало совершенно иного образа мышления, чем сегодня. Почему? Жестокая конкуренция.

Конкуренция наблюдается абсолютно во всех сферах и при этом необычайными темпами прогрессирует. Сегодня бизнес, как никогда, руководствуется «законом джунглей». Выживают лишь самые сильные и компетентные. В современном деловом мире нет места второму сорту и стабильности. Если ваш бизнес слаб и неустойчив, он будет поглощен более агрессивным и сильным конкурентом.

Хуже того, покупатели сегодня намного образованнее и требовательнее, так что, вполне вероятно, вы даже не подозреваете, кто в действительности может стать вашим конкурентом. Вам способна составить конкуренцию не только фирма на противоположной стороне дороги, торгующая теми же товарами, что и вы, но и любое другое предприятие, независимо от рода товаров. В XXI веке «розничная торговля» борется за покупательский доллар при помощи «развлечения».

Ваши конкуренты — это Диснейленд и «McDonald's». Скорее всего, ваша реакция на данное утверждение ничем не отличается от моей. Как же эти компании, расположенные за тысячи миль, конкурируют с моим бизнесом, ничего общего с ними не имеющим?

Ответ прост. И Диснейленд, и «McDonald's», и многие другие «киты» индустрии развлечений устанавливают невероятно высокие и постоянно растущие стандарты качества обслуживания клиентов. Стоило только вашему клиенту познакомиться с их уровнем обслуживания, ваш уровень его более не устраивает. А выбор, поверьте, перед ним богатейший.

«Вчерашние мировые рекорды — это сегодняшние стандарты». Данное утверждение можно отнести как к спорту, так и к бизнесу.

Мы не можем позволить себе быть достаточно хорошими. Мы должны быть отличными, мы должны быть лучшими.

Как делать деньги

Мне известно только пять способов получения денег. Вы можете:

- унаследовать их или жениться на них (выйти замуж) — если вам повезет;
- завладеть ими незаконным способом — украсть или подделать (и первое, и второе весьма рискованно);
- вложить имеющиеся сбережения — если только вы располагаете необходимыми финансовыми познаниями, грамотными советчиками и безграничным терпением;
- работать — таким способом разбогатеть невозможно, если только вы не примените особого средства, о котором я поведаю позже;

- заняться бизнесом — что тоже не обязательно вас озолотит, если вы не знаете правил.

Джон Пол Гетти в своей книге «Как стать богатым» формулирует основное правило достижения богатства: вы должны работать на себя. Он ясно подчеркнул, что разбогатеть, работая по найму, невозможно. Тем, кто сколотил колоссальные состояния, прекрасно это известно. Но за этим стоит еще кое-что — что и является целью всей книги:

Собственный бизнес не делает вас богатым автоматически, но это действительно самый быстрый способ достижения данной цели — если вы уловите суть!

Почему некоторые никогда не разбогатеют

Статистика предрекает, что из всех работающих сегодня только 5% людей, уйдя на пенсию, смогут жить в достатке. Вдумайтесь в эти цифры — всего 5% людей в возрасте 65 лет будут в состоянии поддерживать себя финансово, не нуждаясь в государственной пенсии или другой помощи. До-

Как делать деньги из воздуха

вольно удручающий прогноз! Старость подкрадывается к вам незаметно, и в сорок—пятьдесят вы с ужасом понимаете, что в числе этих пяти процентов вам не быть.

Каковы причины таких низких показателей? Почему же так сложно достичь финансовой независимости? Ответ прост — многим людям недостает знаний. Они никогда не знали:

- как сделать деньги,
- как их сохранить,
- как их разумно использовать.

Глава 4

Хотите быть богатым, не тратьте время на школу

Один из моих одноклассников бросил школу в тринадцать лет. Мы все думали, что он ненормальный. Его удел — низкооплачиваемая работа, пришли мы к единодушному согласию! Мне посчастливилось встретиться с этим человеком через много лет, и я с радостью узнал, что он преуспевает намного больше, чем наши одноклассники, прошедшие все ступени системы образования.

*Благодаря счастливой случайной встрече
я узнал, что если окончить школу, институт,*

*устроиться на работу в двадцать четыре
и вкалывать до самой пенсии, вы никогда
не возместите финансово десяти лет,
которые вы бы не потеряли, если бы начали
работать в четырнадцать!*

Абсолютно во всех западных странах дети получают базовое образование. Нас учат читать, писать и считать. Но нам не преподают многих жизненно важных навыков и умений. И, тем не менее, предполагается, что мы займем свое место в сфере промышленности или торговли и устроимся на работу, а если не повезет, то присоединимся к очереди за пособием по безработице. Мы не владеем никакими предпринимательскими навыками, не имеем ни малейшего понятия о том, как основать собственный бизнес.

Система образования не готовит нас к завоеванию позиций в деловом мире. Школа обязует детей зубрить формулы, а не совершенствовать самостоятельное мышление. Ни в школах, ни в университетах тема зарабатывания и сохранения денег даже не упоминается. Даже так называемые «бизнес-курсы» посвящены в основном навыкам управления и ведения отчетности, а не практическим подходам к способам создания состояния.

Как глупые люди становятся богатыми

Существует ли какая-нибудь взаимосвязь между богатством и образованием? Все имеющиеся свидетельства указывают на ее отсутствие. Возможно, на начальном этапе своей карьеры выпускник университета распоряжается большими деньгами, чем шестнадцатилетний новичок, но когда дело доходит до действительно больших денег, образование не играет никакой роли.

Не путайте отсутствие формального образования с недостатком интеллекта или знаний. Люди, которые достигли финансовой независимости, не могут быть необразованными. Возможно, они приобрели свои знания в школе или университете, но ведь существует и иной способ получения образования. Я называю его «Школа богатства».

Бросить учебу может оказаться выгоднее

Можно рассказывать бесчисленное количество историй о людях, сколотивших сказочное состояние, не имея за спиной формального школьного образования.

Возьмите, к примеру, Тома Монагана. Том открыл маленькую пиццерию в 1962 году, когда ему едва исполнилось двадцать три. Ни образования, ни опыта, и денег наскреблось только на то, чтобы открыть одно заведение. Поначалу прогнозы не выглядели особо радужными: за целую неделю выручка составила всего 99 долларов. К 1987 году в бизнесе Тома насчитывалось уже две с половиной тысячи заведений по всему миру с оборотом в 2,5 миллиарда долларов. В 1997 году открылось уже более пяти тысяч пиццерий с оборотом в 3,5 миллиарда долларов. В 1998 году Монаган продал 93 % бизнеса — сети из более чем шести тысяч заведений — и по-прежнему не имеет образования.

Так где же он получил знания, которые привели его к богатству? Собраться с мужеством и попытаться, снова и снова, не бояться рисковать, учиться на ошибках — и на удачах. Это и есть образование, необходимое для настоящего успеха.

Успех — это так просто

Дэйв Томас — основатель сети по продаже гамбургеров «Wendy» — бросил школу в десять лет. Его образование началось за буфетной стойкой.

Он служил поваром в армии, работал в нескольких ресторанах, а также менеджером в универсаме, что и помогло ему открыть свой первый магазин «Wendy» в 1969 году. Сегодня его сеть насчитывает 4020 магазинов. Он как-то заметил, что многие люди, особенно получившие высшее образование, слишком мудрят. Томас утверждает, что успех зависит не от заумных теорий, преподаваемых в университетских аудиториях. Для достижения успеха, по его словам, необходимо знать, чего хотят люди, и помогать им получать то, за что они платят. Вот так просто!

«Я знаю, как сделать потрясающий гамбургер. Мы предлагаем посетителям качественную пищу, чистые столики и безупречный сервис по приемлемым ценам», — говорит Дэйв Томас.

Стоит ли ходить в университет, чтобы додуматься до этого?

Нет, конечно, но успех приходит к тем, кто докопался до самой сути и строит свой бизнес на основе этих принципов.

Как же им обучиться? Изучайте истории успеха. Люди, достигшие успеха, пишут автобиографии, в которых доступно и наглядно излагают принципы ведения бизнеса. Это не идеальный способ обучения, и он не заменит личного общения, но для на-

Как делать деньги из воздуха

чала вполне подойдет. Со временем, вы поднакопите опыта и в конце концов встретите своих кумиров и сможете поучиться лично у них.

На протяжении всей истории человечества ученики перенимают опыт своих наставников, дополняют собственными познаниями и совершенствуют прежние традиции. Только так можно отшлифовать свое образование.

Не стоит сосредоточиваться исключительно на чужих успехах. Учитесь и на чужих ошибках. Изучайте, как люди тратят деньги и как их получают. Пользуйтесь опытом других людей — он бесценен.

Глава 5

Самый быстрый способ делать деньги

Делать деньги можно, играя на фондовой бирже или вкладывая в недвижимость, однако самый быстрый способ разбогатеть — заняться собственным бизнесом.

Но и этого не вполне достаточно. Надо заняться *верным* бизнесом и *правильно* организовать его с самого начала. В противном случае шансы на ваш провал составят 90 % из ста.

Почему люди не делают деньги — а фактически, их теряют

Статистика о новых предприятиях вызывает содрогание: четыре из пяти предпринимателей тер-

пят неудачу в первые пять лет. А из оставшихся четыре из пяти идут ко дну в течение последующих четырех лет.

Это означает, что из одного миллиона частных предприятий, функционирующих сегодня в Австралии, через девять лет на плаву останется только около 40 тысяч! Кажется невероятным, не правда ли? Но так оно и есть: 960 тысяч закроют свои двери (добровольно или по причине банкротства), объединятся с более мощным конкурентом или будут проданы.

Но это еще не самое страшное: из уцелевших предприятий большая часть не приносит дохода. Подсчитано, что из 40 тысяч действующих предприятий только 15 % — что составляет 6 тысяч из первоначального миллиона — можно назвать действительно прибыльными. А остальные 34 тысячи? Работают, чтобы хотя бы выйти в ноль, или являются убыточными.

*Прежде чем надеяться
на большие прибыли, вы должны понять,
почему люди теряют деньги.
Так вы сможете не повторять
чужих ошибок.*

Почему столько предприятий терпит крах?

Я не раз с этим сталкивался. Да и вы наверняка тоже. Люди, полные энергии и самых радужных надежд, решали бросить работу, заняться собственным бизнесом, стать сами себе хозяевами и сказочно разбогатеть. Они знали, что хорошо разбираются в своем деле, владеют ситуацией на рынке, — так почему же их постигла неудача?

Они полны энтузиазма и желания сделать большие деньги. Их мечта — заработать миллион или два, достаточно, чтобы комфортно жить, иметь дом на берегу океана, яхту и быстрый автомобиль...

Явление довольно распространенное. Каждый год тысячи людей открывают собственный бизнес. Основывают компанию, предлагают тот или иной товар и ждут, пока успех постучится в двери. Но он, как правило, не торопится этого делать. Мечты растворяются в воздухе, как дым.

Что же они сделали неправильно?

Начинающий предприниматель видит, как добиваются успеха другие, и пребывает в полной уверенности, что и он сможет развернуться — ведь в этом нет ничего сложного, не так ли? Майкл Гербер в своей книге «Предпринимательский миф» иссле-

дует причины поражения и приходит к выводу, что во многих случаях оно обусловлено «предпринимательским зудом».

Люди, испытывающие такой «зуд», зачастую прекрасно справляются со своей работой. Они превосходные водопроводчики, архитекторы, кондитеры, агенты по продаже компьютеров... Их специально обучали, они годами накапливали опыт и шлифовали свое мастерство. Но будь вы хоть самым распрекрасным водопроводчиком в мире, это вовсе не означает, что у вас имеются необходимые навыки для управления собственным бизнесом. Вам нужно будет заниматься подбором персонала, найти свою нишу на рынке, разбираться с документацией и вести свой бизнес к росту и процветанию. Управление бизнесом — самое что ни на есть важное умение, и приобретается оно нелегко. Все предыдущие умения и навыки могут оказаться совершенно бесполезными, когда перед вами встает новая задача.

Те, на кого напал «предпринимательский зуд», очень сильно рискуют. Для бизнеса необходим не только телефон: нужны помещения, основной капитал, мебель. Необходимо учитывать множество мелочей: консультации с юристами и бухгалтерами, отпечатка фирменных бланков и визитных карточек. Чтобы «раскрутить» бизнес, его основатели

либо пускают в ход собственные сбережения, либо одалживают деньги. А единственный залог, принимаемый банком? Это дом.

Начинающий предприниматель переживает волнительный период, он увлечен бизнесом, но не продумывает наиболее существенные моменты:

- как он будет *привлекать* клиентов,
- как будет их *удерживать* и,
- если дела пойдут хорошо, сможет ли он *с выгодой* продать предприятие?

Очень скоро несостоявшийся магнат осознает, что его бизнес нежизнеспособен и невыгоден. Все, что у него есть, — это работа без перспектив на будущее. И на этой работе ему придется вкалывать больше за меньшие деньги. Нет возможности взять отпуск, нет даже нормальных выходных. Если не работать без остановки в ускоренном режиме, то можно потерять все, включая дом. От подобного стресса страдает и семейная жизнь.

И нет никакого выхода.

Обычно слишком поздно учиться вести бизнес, когда главные ошибки уже совершены. Но если вы этому не научитесь, причем быстро, бизнес пойдет ко дну.

В бизнес идут только храбрецы или глупцы

Мы пришли к выводу, что успех или неудача в делах зависит не от вашей компетенции в своем деле, а от того, владеете ли вы умением управлять бизнесом. Давайте трезвым взором посмотрим, что же в действительности означает выражение «заниматься бизнесом».

Большинство людей, стремящихся открыть собственное дело, понятия не имеют о поджидающих за углом проблемах. У них нет никакого опыта в подобных делах, поэтому они не могут должным образом подготовиться. Ведь этим умениям в школе не обучают! Заниматься ежедневными проблемами, неизбежно связанными с ведением бизнеса, — вот самый сложный вызов, который когда-либо бросает нам жизнь.

Каким бы успешным и процветающим ни выглядел бизнес, его владелец сталкивается с определенными сложностями. Дела не идут сами по себе, и все проблемы необходимо решать без промедления. Состояние бизнеса зависит от того, как вы справляетесь с возникающими трудностями и можете ли двигаться вперед, невзирая на них.

Глава 5. Самый быстрый способ делать деньги

Бизнес — это не просто блеск и внешнее благополучие. Это бесконечная борьба со сложностями и преодоление препятствий. Такова реальность, и даже не надейтесь, что может быть иначе. Именно поэтому он называется бизнесом, а не спортом.

Тем не менее, бизнес вполне возможно сравнить со спортом. Вы сильно облегчите себе жизнь, если будете относиться к бизнесу как к игре, к спорту, и тогда вы сможете наслаждаться бросаемыми вам вызовами и намного быстрее находить творческие решения.

Глава 6

Мои деловые успехи и неудачи

Позвольте поделиться своим опытом. В два разных вида бизнеса я вложил одинаковые усилия, но результаты получились совершенно различными: один обернулся успехом, а другой неудачей. Строить карьеру я начал довольно поздно, после окончания учебы в университете и нескольких лет скитаний. Это был 1989 год, в стране наблюдался кризис, и я оказался, как и многие мои «коллеги по несчастью», в поисках работы. Мои сверстники, которым удалось найти работу, имели несравненно больше практического опыта, чем я.

После нескольких месяцев бесплодных поисков надежды на получение работы растаяли окончательно.

но, что приводило меня в отчаяние. Перепробовав все традиционные способы поисков, я пришел к выводу, что единственной альтернативой является собственный консалтинговый бизнес и работа на себя. Многие из тех, кто оказался в аналогичном положении, пришли точно к такому же выводу.

Просто потрясающе! Из безработного я превратился в человека, работающего только на себя, — какая приятная метаморфоза! Однако вскоре я понял, что, по сути, не владею никаким бизнесом, это была просто независимая работа. Она имела определенные преимущества, но все равно не позволяла достичь вожаемой финансовой независимости.

Этот «бизнес» обеспечил меня необходимой денежной наличностью, но полученная мною прибыль была обусловлена личными усилиями и продажей собственного времени, что, в сущности, ничем не отличалось от работы по найму.

Единственная ошибка, не дающая людям стать богатыми

Я совершил ту же ошибку, что совершает большинство людей, продолжая бежать изо всех сил и все равно оставаясь на одном месте.

*Наихудший выбор, совершаемый вами
в стремлении достичь финансовой
независимости, — продавать собственное
время.*

Не имеет никакого значения, продаете ли вы личное время, работая по найму, имея собственный консалтинговый бизнес (или любой иной), где вы продаете другим людям свое личное время. Сюда относится множество профессий: врачи, дантисты, адвокаты, водопроводчики, бухгалтеры — все они хорошо оплачиваются, но никогда не позволят вам стать богатыми.

Те, кто занят в консалтинговом бизнесе, могут зарабатывать до 500 тысяч долларов в год или больше и жить довольно неплохо, но не богато. Они постоянно зависят от своей способности продавать личное время для обеспечения дорогостоящего образа жизни. Роскошный автомобиль (арендованный), симпатичный домик (заложенный-перезаложенный), дети в частной школе и, быть может, немного денег, вложенных в акции, — эти люди ничем не отличаются от работающих по найму. Консультант водит сверкающий «BMW», а служащий новенький «форд», но, честно говоря, разницы в их финансовом положении особенно не чувствуется.

Придя к данному умозаключению, я принял сознательное решение заниматься консалтинговым бизнесом ровно до тех пор, пока не найду другой «времясберегающий» бизнес. Под «времясберегающим» я подразумеваю такой бизнес, в котором получаемая прибыль не связана напрямую с затрачиваемыми мною усилиями.

Примерно через два года поисков мне предоставилась возможность, которую я назвал «Vision Publishing».

Идея «Vision Publishing» заключалась в написании аннотаций для деловой литературы и продаже их по подписке для ужасно занятых руководителей (продававших собственное время). Это был потрясающий бизнес, поскольку отличался многими характеристиками, присущими самым выдающимся мировым компаниям. (Подробнее об этом чуть позже.)

Я занялся развитием этого дела и через пять лет продал свою долю партнерам.

Из данного опыта я извлек самый полезный урок о том, как *сделать деньги из воздуха*, и собираюсь поделиться им с вами. Это важное открытие я совершил уже после продажи своей доли, до того момента я даже не подозревал о нем.

Как делать деньги из воздуха

*Принцип номер один при создании богатства:
никогда не создавайте бизнес — создавайте
ценное предприятие, которое можно будет
выгодно продать.*

Вот так можно делать деньги из воздуха.

Суммы, которую я получил от продажи, я никогда ранее в жизни не видел. Полученные деньги стали материальным доказательством в пользу данного утверждения.

Глава 7

Чтобы долететь до Луны, вам нужна ракета

Вы можете долететь до Луны? Конечно нет. Или все-таки можете?

При наличии ракеты и нескольких лет тренировок это вполне возможно. Без летательного аппарата вы не сможете перелететь даже в соседнюю комнату. Без специального летательного аппарата. Представьте, как бы выглядел полет на Луну на «Боинге-747». Самолет первоклассный, спорует, но он никак не подходит для подобных путешествий.

Чтобы делать деньги, вам необходимо выбрать верное транспортное средство, и этим средством

должен быть бизнес. *Но* — как я уже упоминал — не любой бизнес. Ваш бизнес должен характеризоваться определенным набором нужных свойств, которые позволят максимально увеличить вашу способность *делать деньги из воздуха*.

Фатальная ошибка бедных людей

Сбросить оковы наемного труда, взять контроль над своей жизнью в свои руки, став предпринимателем, и рискнуть всем, что имеешь, — это не решение.

Не все виды бизнеса равны, и они не приносят деньги сами по себе. Все намного сложнее. Это то же самое, что пытаться добраться до Луны на самолете.

Чтобы делать деньги, необходимо обладать нужными умениями и нужным средством. Фатальная ошибка большинства людей, совершаемая ими вследствие нехватки денег или по незнанию, заключается в том, что они занимаются бизнесом, который требует от них продажи личного времени или затраты собственных усилий.

Если вы подумываете об основании бизнеса, тому есть только одна причина — накопленное состояние. Успешное достижение данной цели при-

несет абсолютную личную свободу, о которой мечтает каждый человек. Другими словами, вы хотите стать богатыми не просто ради богатства как такового, а потому, что оно позволит вам выбирать как и когда работать, как проводить свободное время, и даст вам возможность посвящать его любимым занятиям. Вы сможете больше времени уделять детям, своему супругу, игре в гольф или теннис, путешествиям, то есть заниматься всем, что вам интересно.

Люди занимаются бизнесом только для накопления богатства, которое позволит им обрести личную свободу. С этим утверждением крайне сложно спорить.

Что означает выражение «делать деньги»?

«Делать деньги». Давайте разберемся, что же это значит.

Как я уже упоминал, бедные люди часто путают фразы «делать деньги» и «зарабатывать деньги». Богатые такой ошибки не совершают!

Между этими двумя понятиями существует колоссальная разница. Когда мы делаем деньги, мы не

сосредоточиваемся на получении дохода. Наша цель — создать предприятие. Основать собственный бизнес может любой. Но вот превратить его в доходное предприятие под силу далеко не всякому, это требует особого склада мышления, которым вы должны обладать изначально.

Каково же различие между бизнесом и предприятием? Описать его несложно.

- Бизнес — это вид деятельности, приносящий доход, осуществляемый одним человеком и существующий благодаря его личным усилиям. Мой консалтинговый бизнес вполне подходил под данное определение. В эту ловушку попадает любое предприятие, продающее время или товары и основанное на затратах усилий — или уникальном умении — одного человека.
- Предприятие — это организация, приносящая доход, но не сосредоточенная на усилиях одного предпринимателя. В ее основе лежат отлаженные системы, которыми в состоянии управлять любой человек. Поэтому предприятие легко передать или продать другому предпринимателю, поскольку от последнего не требуется специальных умений и навыков. К данной категории относился мой издательский бизнес.

Между этими двумя понятиями лежит целая пропасть, а также богатство, которым вы сможете владеть, и жизнь, которую оно вам подарит.

Почему я уделяю данному вопросу такое пристальное внимание?

Если вы намереваетесь заняться бизнесом и принять самое важное решение в своей жизни — отказаться от стабильной, безопасной работы по найму, с ее регулярной заработной платой в пользу самостоятельности и риска, упорного, напряженного труда, постоянного стресса и отсутствия финансовых гарантий, — возможно, этот риск воздастся вам сторицей. А возможно, и нет.

Чтобы оправдать риск, следует создать наиболее ценное предприятие. Это идеальный способ.

От вас зависит, что вы делаете и как вы это делаете. В последующих главах я предложу вам эффективный пошаговый подход, во сто крат увеличивающий ваши шансы на успех и сводящий к минимуму возможный риск.

На данном этапе я формулирую следующее утверждение:

***Единственная причина заниматься бизнесом —
делать деньги из воздуха.***

Более ни одна причина не должна толкать вас на это полное опасностей приключение. Оно может истощить всю вашу энергию, высосать эмоции и довести вас до банкротства, стоит только выбрать неверный путь. Ваша цель — не заработать деньги, а *сделать* деньги из воздуха, стремясь одновременно:

- получить прибыль и
- создать легко продаваемое предприятие.

Поначалу даже извлечение прибыли не имеет столь важного значения. Возьмите, к примеру, Amazon.com: с начала создания сайт не получает годовой прибыли, однако в феврале 2002 года он был оценен в 10—15 миллиардов австралийских долларов.

Очевидно, что для создания пользующегося спросом предприятия необходимо получать определенную прибыль. Для этого вам нужно продавать какие-либо товары и получать от их продажи доход. Но самое главное — вам следует бросить все силы на создание систематизированного (налаженного) бизнеса, не требующего для своего функционирования затрат ваших личных усилий.

Если вам это удастся, вы создадите предприятие, которое сможете легко и выгодно продать.

Глава 8

*Если вы не можете
что-то продать,
это не стоит
и ломаного гроша*

Подумайте вот над чем: чего стоил бы ваш дом, если бы никто не захотел его купить? какова была бы его стоимость, если бы вы вдруг обнаружили, что он построен на свалке токсичных отходов? Покупателей нет — и ваш дом ничего не стоит.

Если бы вы собирались строить дом, то начали бы, несомненно, с поиска участка земли в хорошем, живописном, удобно расположенном месте, с налаженным транспортным сообщением, магазинами и школами. После всех предварительных дей-

ствий вы начинаете строить красивый дом оптимальных размеров, обеспеченный всеми удобствами. Почему? Вам ведь известно, что именно такие дома пользуются спросом и, если вы захотите его продать, то сможете выручить за него намного больше, чем вложили.

Точно такой же подход вы должны применять и к бизнесу. Вам следует заранее продумать, каким образом сделать бизнес максимально выгодным для продажи.

Чтобы ваш бизнес превратился в предприятие, которое впоследствии можно выгодно продать, его нужно сделать пригодным для продажи. А для этого он должен быть полностью систематизированным — то есть функционировать без ваших усилий, а еще лучше — вообще не нуждаться в вашем управлении.

Звучит просто? Да, просто, однако мало кому из предпринимателей это удастся, поскольку не каждый бизнес обладает данной характеристикой. В связи с этим при выборе бизнеса следует быть предельно осторожным. К примеру, как можно систематизировать работу дантиста, доктора или адвока-

та? Задача не из простых. Отсюда следует, что из своего бизнеса они много не выжмут, поэтому по определению их бизнес не является идеальным предприятием, и я настоятельно советую вам не заниматься подобного рода бизнесом.

А теперь в качестве примера возьмем компанию «Microsoft». Вы думаете, Билл Гейтс затеял все это с целью разработки последней версии «Windows»? «Microsoft» — классический пример бизнеса, который можно продать за баснословные деньги.

Многие предприятия имеют колоссальные доходы, но, тем не менее, владельцы не в состоянии их продать, поскольку они функционируют благодаря усилиям или репутации одного-единственного человека, вследствие чего и теряют всю свою привлекательность для покупателей.

Учитывайте данный момент при выборе вида бизнеса, ибо ошибка обойдется вам в целое состояние.

У меня был один клиент, владевший сетью довольно успешных ювелирных магазинов, которая стоила, тем не менее, намного меньше, чем по идее должна была бы стоить. Почему? Потому что успех этих магазинов зависел по большей части от репутации и очевидного личного участия владельца. Об этом знали все в данной сфере, и все восхищались моим клиентом и его торговым успехом. Но поку-

патели так и не находились, поскольку ни конкуренты, ни рискованные предприниматели не горели желанием завладеть этой сетью. Ибо им было известно, что ~~под их~~ ~~руководством~~ магазины не достигнут такого процветания. Так что, несмотря на успех, мой клиент не смог продать бизнес за его реальную цену.

Подводя итоги, можно сказать: владелец получает приличный доход *до тех пор, пока вкладывает в бизнес собственные усилия*, но при этом он создает бизнес, реальная стоимость которого намного меньше предполагаемой. В конечном счете он продаст этот бизнес, но гораздо дешевле, чем он того стоит.

Вы должны продавать не время, а «упаковки»

Самые дорогостоящие компании в мире произвели свой продукт один раз, а теперь просто продают его.

Они продают «упаковки». Я не имею в виду упаковки в буквальном смысле, а подразумеваю лишь то, что они создали продукт, который на них работает.

Возьмем, к примеру, музыкантов или спортсменов. Они продают собственное время, да? А вот и нет! Они экономят и, максимально выгодно используя свое время, продают «упаковки». Музыканты записали песню один раз, а потом продают ее миллионными копиями и получают соответствующие гонорары. Род Стюарт продал свыше ста миллионов альбомов. Он никогда не смог бы заработать столько денег одними билетами на концерты. Пол Маккартни — самый богатый английский музыкант. Его состояние, оцениваемое в 500 миллионов фунтов стерлингов, практически полностью состоит из гонораров за песни.

Боксеры получают десятки миллионов долларов за часовой бой за звание чемпиона мира. Каким образом? Благодаря выгодному использованию времени посредством продажи прав на трансляцию матча. Один бой известных боксеров транслируется на весь мир, его смотрят сотни миллионов человек. Это еще один пример максимально выгодного использования времени.

Экономия и выгодное использование времени — это самый быстрый и мудрый способ *делать деньги из воздуха*. Создав продукт один раз и продавая его снова и снова, вы сможете заработать в десятки, сот-

ни и даже тысячи раз больше, чем продавая личное время. Но самое главное, ваш бизнес превращается в очень дорогое и выгодное предприятие.

Когда я затрагиваю данный вопрос на семинарах, то в ответ всегда ловлю удивленные взгляды. Тут же сыплются вопросы о создании такого продукта.

*Вы должны разработать и создать продукт
лишь один раз, а затем пусть система
производит его снова и снова.*

Задайте себе вопрос: кто производит продукт, *система* или все-таки вы? «McDonald's» производит миллионы гамбургеров ежедневно, однако их производство полностью систематизировано, то есть возложено на систему, а не на основателя Рэя Крока или новых владельцев. Теперь сравните это с нейрохирургией. Хирург, вне всяких сомнений, выдающийся человек и хорошо зарабатывает, но каждый раз продукт его труда должен создаваться для каждого конкретного пациента. В таких случаях создание предприятия невозможно, а следовательно, не существует возможности ни продать бизнес, ни *сделать деньги из воздуха*.

Надеюсь, вы составили ясную картину. Если вы воспользуетесь данной идеей, внедрите ее в систе-

матизированный и выгодный бизнес и все это провернете в течение нескольких лет, подумайте, что вы сделали?

Верно! Вы только что *сделали деньги из воздуха*, воспользовавшись лишь одной идеей и превратив ее в предприятие, за которое кто-то готов заплатить вам сотни тысяч — или миллионов — долларов.

Разбогатеите, довольствуясь малым, — иногда лучше заработать 50 тысяч, чем 150

Давайте предположим, что вы зарабатываете 150 тысяч долларов в год и бросаете работу, чтобы открыть собственное дело. Но теперь ваш доход составляет, скажем, 50 тысяч.

Многих людей такой поворот наверняка повергнет в уныние. Вы подумаете, что ваше решение оказалось ошибочным. Однако если через три года вам удастся продать свой бизнес за 600 тысяч, вы провернете весьма выгодную сделку. Получается, что в год вы зарабатываете уже 200 тысяч, а не 150, как раньше. А что, если через три года вы сумеете продать бизнес за 6 миллионов долларов? Посчи-

тайте сами. И это вполне возможно, если вы последуете советам, изложенным в последующих главах.

Есть ли у вас план отступления?

Это очень важно для ценности вашего бизнеса.

Начинающие предприниматели чаще всего вообще не задаются вопросом о том, как они собираются продать свой бизнес. Забот и так хватает: необходимо все устроить и продержаться первые пару лет. Ни один из тысяч людей, планирующих заняться бизнесом, и не задумывается о его продаже.

Это очень серьезная оплошность. Оплошность непростительная, хотя и вполне объяснимая. С точки зрения «получения денег из воздуха», данный вопрос следует всерьез продумать не тогда, когда вы уже в бизнесе, а еще на стадии *планирования*.

Если не продумать этот вопрос заранее, впоследствии возникнут определенные сложности с привлечением капитала, поскольку никто не захочет вкладывать деньги в дело, если лет через пять не сможет получить их обратно. Конечно, вы можете решить, что никогда не будете продавать свой бизнес, но, если организовать все грамотно с самого начала, у вас, по крайней мере, всегда будет выбор на случай перемены решения.

Начинайте с конца

Начинайте так, как большинство людей не начинает. С самого начала думайте о завершении.

Это означает, что вам надо искать такой бизнес, который в конце будет возможно легко и выгодно продать, то есть наиболее ценный. А также задайте себе вопрос: что общего между *наиболее выгодными* предприятиями?

Вы можете, как когда-то и я, изучить самые выгодные предприятия в мире и составить список их общих свойств, которые делают их ценными и привлекательными для покупателей или инвесторов. Если вы внимательно изучите такие компании, как «Microsoft», «McDonald's», «Telstra», «Starbucks» или «Wal-Mart», то сможете выявить качества, которые делают их столь ценными.

Наряду с этим изучайте предприятия, которые сложно продать и которые, соответственно, не имеют реальной ценности. Компании такого рода не помогут владельцам *сделать деньги из воздуха*. Именно они наиболее часто предлагаются для продажи. Просто откройте соответствующую страницу любой газеты — там их полным-полно.

Глава 9

Двадцать признаков наименее выгодных предприятий

Недавно в Беллинджене прогорел магазин, занимающийся продажей карликовых деревьев.

Позвольте рассказать вам о Беллинджене. Это небольшой городок в 35 километрах от Кофс-Харбора в северной части Нового Южного Уэльса. Население его составляет 11 420 человек и, помимо проживания нескольких знаменитостей вроде Расселла Кроу и Джорджа Негуса, этот город в социально-экономическом плане ничем не выделяется. Абсолютно очевидно, что открытие магазина карликовых деревьев отражало не более чем интересы

его владельца, но уж никак не потребности типичного местного покупателя. Данное решение противоречит всему, о чем я рассказываю в этой книге. Так что не нужно быть гением, чтобы еще до открытия магазина предсказать его скорую гибель.

По-моему, такой магазин следует открывать в более густонаселенном пункте, с населением по меньшей мере 100 тысяч человек, с более выраженным культурным многообразием, так как бизнес бонсай ориентируется на определенную рыночную нишу. Рыночные ниши характерны для густонаселенных областей — вот почему в Нью-Йорке сосредоточено такое огромное количество специализированных магазинов. Население в более чем 10 миллионов человек вполне соответствует такому уровню специализации.

Я привел пример с магазином бонсай, который, вне всякого сомнения, оставил своего владельца у разбитого корыта, но это лишь один пример из тысяч других компаний по всей стране, которые ожидают не менее печальный конец. За долгие годы я достаточно насмотрелся на банкротства и провалы. Согласно официальной статистике, в 2001 году более 26 тысяч человек заявили о своем банкротстве, к которому в большинстве случаев привел именно неудачный выбор бизнеса.

Неудачные предприятия, как правило, быстро забываются и не имеют никакого серьезного брэнда. Они обладают типичными характеристиками, их владельцы совершают аналогичные ошибки (несомненно, существуют исключения, и вы наверняка сможете привести в пример бизнес, не подпадающий под мои определения, но это довольно редкий случай). Если хотите *делать деньги из воздуха*, следите в оба, чтобы к вашему бизнесу нельзя было применить ни одну из описанных далее характеристик.

Итак, предлагаю ознакомиться с наиболее распространенными ошибками и самыми невыгодными предприятиями в мире.

1. Узкий рынок

Нет ничего плохого в определении собственной ниши. Действительно, именно так маленькие предприятия удерживаются на рынке, но существует громадная разница между победителем (например, мясной лавкой «Stanley Street Butcher» в пригороде Сиднея Сент-Ивсе) и магазином бонсай в Беллинджене.

В то время как у магазина в Беллинджене не было целевого рынка, в мясной лавке можно было

найти кошерное мясо и товары, хорошо знакомые эмигрантам из Южной Африки. В Сент-Ивсе проживает большое число южноафриканцев, и кошерные продукты они не могут найти нигде, кроме мясной лавки на Стэнли-стрит. Это дает владельцу серьезное преимущество, благодаря которому ему удалось уцелеть.

Однако наименее выгодные предприятия нацелены на довольно узкий сегмент рынка, обладая незначительным потенциалом для роста. В качестве примеров можно привести вашу местную автомас-терскую, магазин одежды, часовщика, обувную мастерскую и маленькую закусочную.

2. Товары-дубликаты

Как правило, наименее ценные и жизнеспособные предприятия продают товары или услуги, ничем не отличающиеся или не имеющие преимуществ перед широко доступными крупными брэндами. Им удастся захватить весьма незначительный процент рынка, и они не в состоянии конкурировать в этой категории. Вам придется туго, если вы, скажем, производите колу, учитывая тот факт, что рынок буквально наводнен пепси- и кока-колой.

3. Плохо организованные предприятия продают время

Плохо организованные предприятия занимаются продажей товаров, которые необходимо производить непрерывно, или же это виды бизнеса, продающие свое время. Вот несколько примеров:

- Для стрижки стоимостью в 15 долларов требуется 20 минут. И 30—45 минут уходит на мытье головы, стрижку и сушку волос феном.
- Агенту по продаже недвижимости требуется около шести—восьми недель, чтобы заключить сделку стоимостью в 200 тысяч долларов.
- На ручной пошив двuspального стеганого одеяла из цветных лоскутов стоимостью в 1000 долларов уходит целый месяц.
- На строительство дома требуется шесть месяцев — три месяца на бумажную работу и консультации и три месяца на непосредственное строительство.
- Чтобы приготовить обед на 13 долларов повару (в итальянском ресторане) необходимо 7—10 минут.

4. Отсутствие остаточной прибыли

Владельцы некоторых коммерческих предприятий постоянно пребывают в поисках «очередного простака». Классические примеры можно наблюдать в крупных городах, таких как Нью-Йорк или Гонконг, где владелец, самолично стоящий за прилавком, вынужден как можно скорее проворачивать сделку, поскольку прекрасно знает, что больше он этого покупателя никогда не увидит. Возможность совершения повторной покупки практически полностью отсутствует, поэтому владельцы сосредоточены на одноразовых сделках. Такой подход может сработать в мегаполисе с населением в 20 миллионов человек, но он абсолютно неэффективен в Австралии.

Я называю подобного рода предприятия «нацеленными на сделки», ибо их владельцы все внимание уделяют сделке, а не отношениям с покупателями. Коммерческие предприятия такого типа платят высокую цену за привлечение новых клиентов: они должны располагаться в оживленных точках, а стало быть, местах с высокой арендной платой. Повторные сделки для них пустой звук, хотя именно они и придают бизнесу ценность.

5. Плохо организованная система, напряженный труд

Я уже упоминал об этом ранее и повторяюсь еще раз, поскольку данный момент имеет решающее значение. Не имеют особой ценности предприятия, где отсутствуют системы, управляющие процессом. Такой бизнес требует существенных временных затрат, а следовательно, является дорогостоящим, в результате люди с высоким уровнем квалификации вынуждены выполнять работу, которая вполне по силам менее квалифицированным и менее оплачиваемым работникам. Вследствие этого бизнес становится слишком зависимым от умелого и опытного персонала.

6. Зависимость от одного или двух человек

Функционирование наименее ценных предприятий зависит от усилий одного или двух человек. Мне доводилось слышать выражение «шеф-повар и мойщик бутылок». Зачастую это оказывается недалеко от истины. Если вы планируете открыть биз-

нес, который приведет вас к подобному печальному финалу, задумайтесь, а кто у вас его купит?

Думаю, ответ напрашивается сам собой.

7. Низкий уровень обслуживания

Низкий уровень обслуживания — вот финал, ожидающий описанный выше бизнес. При плохо организованном, а следовательно, не налаженном бизнесе, в конечном итоге страдает именно сервис, поскольку голова владельца забита таким количеством деталей и вопросов, что он забывает — или не располагает для этого достаточным количеством времени — уделить внимание всем покупателям.

8. Отсутствие брендов

Для не имеющих ценности предприятий характерно отсутствие бренда (или его узнавания). Они узнаваемы только лишь по принадлежности к родовому типу, например «пиццерия в конце улицы» в противоположность «Pizza Hut», «хлебный» в про-

тивоположность «Bakers Delight» или «куриный магазин» в противоположность «Nando» и «Oporto».

Я видел, как разорился один такой безымянный хлебный магазинчик в Колфилде. Его владельцы пошли по проторенной дорожке. Они продавали дешевый хлеб, ничем не отличаясь от других хлебных магазинов. Они не занимались мерчендайзингом и не пытались внедрить новый брэнд. Если товарные марки и ассоциируются с таким бизнесом, то только благодаря продаже товаров, выпускаемых крупными компаниями. Мелкие предприятия обеспечивают свою территорию рекламными материалами, которыми их снабжают крупные компании: в результате «Coca-Cola» приобретает еще большую известность, а бизнес теряет свою индивидуальность.

9. Подражание лидерам

Подобные предприятия характеризуются отсутствием примечательных качеств, выгодно выделяющих их среди остальных. Они такие же, как и тысячи других. Они просто плетутся в хвосте конкурентов-лидеров, не вводя новшеств, не производя перемен и не вырываясь в авангард. Они не ощущают динами-

ки бизнеса, и, как правило, рано или поздно им приходится сворачивать свою деятельность.

10. Привлечение к работе любого, достаточно бестолкового, чтобы там работать

Владельцы невыгодных предприятий практически не уделяют внимания своим работникам, если таковые имеются, и не тратят много времени и средств на их привлечение и обучение. Для подобных предприятий характерны высокая текучесть кадров и низкий боевой дух персонала. Их владельцы относятся к штату как к неизбежному злу и лишней статье расходов, которые им не нужны, но с которыми приходится мириться. Работодатели заставляют персонал выполнять то, что не по нутру им самим — «грязную работу», при этом не предлагая ни мотивации, ни возможностей карьерного роста. Поэтому они могут рассчитывать только на студентов, пеших туристов или временных работников, ищущих способ подзаработать немного денег и двинуться дальше. Владельцы не осознают, какой урон они наносят своему бизнесу подобным отношением.

11. Низкое вознаграждение

Одиннадцатый пункт во многом перекликается с десятым, поскольку владельцы невыгодных предприятий не горят желанием платить большие деньги, а посему довольствуются людьми, которые больше нигде не смогли получить работу, то есть «теми, кто больше никому не нужен». Это не самый мудрый подход к делу. Я часто слышал, как такие владельцы жаловались на невозможность найти приличных работников. Но проблема, конечно, не в отсутствии хороших работников, а в неправильном отношении к ним. Подумайте об этом. Зачем талантливым людям тратить время на работу без карьерных возможностей и приличного жалования? Незачем. Если ваше предприятие не в состоянии обеспечить приличное вознаграждение за труд, возможно, вам следует проанализировать, что у вас идет не так.

12. Отсутствие преимуществ перед конкурентами

Такие предприятия не могут предложить своим клиентам ничего особенного, что выделяло бы их из целого ряда им подобных. В ассортименте у них имеются, как правило, товары-дубликаты, а потому

единственной возможностью привлечь покупателя и заставить его принять положительное решение о покупке является цена. Но такие клиенты не будут долго хранить вам верность, они с легкостью переключатся на ваших конкурентов, не успеете вы и глазом моргнуть.

Вот классический пример из нашей повседневной жизни. Вспомните, как вы в последний раз покупали бензин. Вероятнее всего, вы решили купить его именно там, где купили, просто потому, что бензин на этой заправочной станции стоил на один цент дешевле, чем на соседней, и вы сэкономили на заправке целых пятьдесят центов. Не имеющие ценности предприятия теряют клиентов всего лишь из-за нескольких центов, что заставляет их также снижать цены, чтобы удержать покупателей. При таком раскладе доходы опускаются все ниже и ниже, до того уровня, на котором бизнес существует фактически в убыток, а владельцы работают бесплатно.

13. Большое количество конкурентов

Надеюсь, что приведенный выше пример о станции обслуживания (забавно, не правда ли, мы до сих пор называем их станциями обслуживания, хотя

никаким обслуживанием там и не пахнет) наглядно проиллюстрировал мою мысль. Покупая бензин, вы наверняка отправитесь на ближайшую или удобно расположенную заправочную станцию. Вы даже не задумываетесь о брэнде, главное, чтобы топливо было дешевле, чем в других местах.

Скупой на улыбки кассир, получающий мизерное жалованье, или владелец, ненавидящий свой бизнес, приветствуют вас гробовым молчанием. Все станции обслуживания выглядят абсолютно одинаково, куда бы вы ни заглянули. Работники не предпринимают ни малейшей попытки убедить клиента купить что-то дополнительно, убедительно предлагая попробовать тот или иной товар. Когда в последний раз владелец или работники заправки пытались предлагать вам дополнительные товары, на которые вы сами не обращали внимания?

Такие типичные предприятия имеют множество конкурентов, и клиенты могут купить топливо в любом месте, где им заблагорассудится.

14. Застой

Когда в последний раз вы приезжали на заправку и в удивлении говорили себе: «Ну надо же, я потрясен»?

Могу поспорить, что в последние десять лет подобного с вами не случилось. Большинство из них выглядят запущенными, грязноватыми, будто вымершими. Многие переходят в руки застройщиков, поскольку земля всегда имеет большую ценность, чем бизнес. В прошлом владельцы заправочных станций делали деньги из воздуха именно таким образом.

Будете ли вы удивлены, если на заправке кто-то выйдет залить вам бензин, протереть ветровое стекло, долить воды и поинтересоваться, не хотите ли вы приобрести что-нибудь в магазине, прежде чем двинуться дальше? Разве вы не заплатите за их услуги чуть дороже или, по крайней мере, не наградите щедрыми чаевыми? Думаю, в следующий раз вы свернете с пути, чтобы заправиться именно у них.

Но, к сожалению, подобное редко имеет место, поскольку владельцы так озабочены сбиванием цен, что уже не обращают ни малейшего внимания на обслуживание реальных клиентов.

15. Отсутствие плана отступления

Представим, что вы бухгалтер в крупной солидной компании, и вот в один прекрасный день вы осо-

знаете, что шансов стать партнером в этой компании у вас нет, и решаете открыть собственную фирму в Варрагуле, штат Виктория. Как превратить эту фирму в выгодное предприятие, особенно учитывая тот факт, что развитие бизнеса зависит от ваших собственных усилий или симпатии к вам со стороны клиентов?

Ответ — никак. Вам будет приятно иметь в качестве клиентов своих друзей, но вы станете владельцем бизнеса, не стоящего практически ничего, не имея ни малейшего шанса сделать деньги из воздуха.

Такие фирмы повыврастали по всей Австралии, как грибы после дождя. Чтобы удержаться на плаву, владельцы вынуждены работать как проклятые, получая минимальную прибыль, но не имея возможности выручить действительно стоящие деньги.

16. Отсутствие постоянного контингента клиентов

Как и в случае с заправочными станциями, клиентам газетных киосков не свойственна преданность брэнду. Газетные киоски не могут распоряжаться своей судьбой, не отличаются индивидуальностью.

Им не разрешено ставить газеты или журналы, представляющие особый интерес, выше периодики авторитетных издательств. Кроме всего прочего, они не могут похвастаться никакими отличительными торговыми стратегиями.

Когда в последний раз вы приходили в киоск, и человек за стойкой, получающий от вас деньги за газету, предпринимал попытку занести ваше имя в список подписчиков? Даже если бы он это и сделал, это никому не нужно. Владельцы самых неэффективных предприятий понятия не имеют, кто является их клиентами. Поэтому задайте себе вопрос: что они могут предложить для продажи?

17. Неэффективная маркетинговая политика

Представление владельцев невыгодных предприятий о маркетинге сводится к следующему: открыться утром и надеяться на приход покупателей. У них нет ни средств, ни знаний для формирования грамотной маркетинговой политики. Слово «маркетинг» они слышали, но не удосужились выяснить, каким образом его можно использовать.

Зачастую такое отношение наблюдается у владельцев книжных магазинов. Они имеют доступ к самым выдающимся книгам о бизнесе, и догадайтесь, что? Они их даже ни разу не удосужатся открыть. Похоже на владельца местного фитнес-центра, явно перебирающего в весе и постоянно болеющего, — дело просто не имеет смысла.

18. Клиенты — это надоедливые приставалы

Я часто слышал, как бизнесмены жаловались: «Бизнес был бы идеален, если бы не эти проклятые клиенты».

Эти люди обычно заняты в низкоэффективном бизнесе и перегружены работой, поскольку не внедрили систему по учету клиентов. Даже обычный клиент, требующий «сервиса», предстает надоедой и помехой. Обслуживание клиентов сопряжено с затратами личных усилий, и вскоре владельцы начинают ненавидеть всех клиентов, вместе взятых. Прекрасно понимая, что сейчас самое время выйти из бизнеса, они, тем не менее, не в состоянии этого сделать.

Эти люди загнаны в ловушку. Они не могут все бросить и уйти, поскольку в дело вложены все личные сбережения. Рано или поздно их бизнес прекратит существование, и это случится тогда, когда владелец потеряет последние силы или последних клиентов.

19. Главное — не построение отношений, а заключение сделки

Были бы вы удивлены, если бы после покупки новой машины через пару месяцев вас навестил торговец автомобилями, чтобы поинтересоваться, всё ли в порядке и довольны ли вы приобретением?

Лично я был бы не просто удивлен — я бы буквально упал со стула. Я покупал и дешевые, и дорогие автомобили, и подобного не случалось ни разу, да, наверное, и не случится. Думаю, вполне закономерно, что я никогда не обращался к одному и тому же дилеру дважды.

Почему же так происходит? Культура торговли в подобных организациях не ставит целью устанавливать отношения с клиентами. Сотрудники заинтересованы в получении комиссионных и быстром заключении сделки. Продавца не волнует, что через

два года или пять лет вы захотите приобрести новую машину и обратились бы снова к нему, если бы он удосужился проявить к вам внимание и установить прочные отношения. Но к этому времени он уже будет заниматься иным бизнесом, вновь заключая одноразовые сделки.

20. Навязывание товара или срыв сделки

Наконец, невыгодные предприятия проповедуют политику навязывания товара. В силу отсутствия конкурентных преимуществ без подобных тактик им не обойтись: они пытаются «спихнуть» товар как можно быстрее, но, если это не получается, теряют к покупателю всякий интерес. Такая тактика используется недальновидными людьми, отчаявшимися продать имеющийся товар. Зачастую они просто коротают рабочее время, играя «в слова», даже не пытаясь работать, а ожидая, пока посетители сами не захотят что-то купить, прельстившись низкими ценами.

Продавец автомобилей, использующий аналогичную тактику, как правило, одет в дешевый костюм и ботинки, которые с ним не сочетаются. Он не

Глава 9. Двадцать признаков наименее выгодных предприятий

спешит к вам навстречу, когда вы входите в демонстрационный зал, воспринимая вас как досадную помеху, отрывающую его от важных дел.

Заключение

Уверен, что на сегодняшний день нет ни одного человека, который не испытал на себе хотя бы одного из двадцати перечисленных свойств неприбыльных предприятий.

Каждый раз, когда вы отправляетесь за покупками или сталкиваетесь с одной из таких фирм, вы быстро сможете распознать эти признаки. А потом задумайтесь, сколько теряют их владельцы, упорствуя в своем невежестве.

Глава 10

Двадцать характеристик наиболее выгодных предприятий

В противоположность предыдущей главе я предлагаю подробно рассмотреть характеристики наиболее выгодных предприятий и факторы, делающие их таковыми.

Самые богатые компании мира капитализируют сотни миллиардов долларов, что весьма положительно сказывается на ценности этих компаний и приносит их владельцам невероятные прибыли. Но абсолютная капитализация не самое важное, на что следует обращать внимание при оценке стоимости бизнеса. Вместо этого следует учитывать *отношение*

стоимости к доходу, печатаемое рядом с курсом акций в деловых разделах газет. Вы увидите, что большая часть показателей варьируется в пределах 15—20, но некоторые достигают и отметки в несколько сотен. В феврале 2002 года отношение стоимости к доходу компании «Microsoft» составляло 55,26, «Alliance Data Systems Corp.» — 141,10, «SmartForce» — 461,47, «Precise Software Solutions Ltd» — 544,75.

Это означает, что эти компании оцениваются в 55, 141, 461 и 545 раз выше своей первоначальной стоимости. В действительности это означает, что люди готовы вкладывать в компании в 55 или 545 раз больше их настоящей прибыли. Инвесторы готовы ждать 55 или 545 лет, чтобы получить стопроцентный возврат вложенных средств.

Так что же заставляет людей идти на такой шаг, если большинство из них не проживут достаточно долго, чтобы вернуть потраченные деньги? Ответ кроется в названии данной книги. Это принцип получения денег из воздуха, принцип, который вы должны усвоить на «отлично».

Этих инвесторов интересует не *доходность акций*, а *рост стоимости активов*, и они вкладывают деньги в надежде вскоре перепродать акции и полу-

чить прибыль. Иными словами, они покупают и продают акции, стремясь сделать деньги из ничего.

В этом вся суть. Именно этим занимаются биржевые маклеры — делают деньги из воздуха. Однако это как раз то, чего *не делает* большинство людей, продающих личное время или открывающих мелкие предприятия. По этой причине им не суждено разбогатеть.

Делать деньги из воздуха в качестве биржевого маклера — очень хороший способ разбогатеть, но вы должны быть большим мастером и всегда быть готовым рискнуть очень многим, ведь даже самые лучшие не всегда в состоянии предсказать рыночные колебания и прочие факторы, влияющие на курс акций. Зарабатывать деньги в качестве биржевого маклера может быть весьма доходным делом, однако ничто не сравнится с прибылью, получаемой от собственного предприятия.

Занимаясь собственным бизнесом, вы должны делать то же, что делают биржевые маклеры с акциями других компаний, за исключением своих собственных акций. Если вам удастся сделать свой бизнес рентабельным, скоро эти маклеры будут покупать ваши акции. Догадайтесь, кто выиграет от всех этих сделок, кто сделает деньги из воздуха? Конечно, вы!

Позвольте мне поделиться с вами показателями *наиболее* выгодных предприятий. В качестве наглядных иллюстраций мы рассмотрим множество примеров крупных компаний и успешных продуктов.

Возможно, вам покажется, что эти компании не имеют к вам никакого отношения, что они слишком крупные и отлично организованы, и вы не сможете подражать им. Запомните: они не всегда были крупными. На каком-то этапе они были не больше вашей фирмы. Вырасти им помогли именно эти двадцать качеств, о которых речь пойдет дальше.

Самые выгодные предприятия обладают всеми или многими указанными характеристиками — и вы должны стремиться к тому же.

1. Оперируют на крупных или перспективных рынках

Вы должны заниматься бизнесом не просто потому, что вам это нравится и вы считаете это неплохой идеей (такая стратегия иногда срывается, но по большей части вследствие чистой случайности).

Вы должны мыслить в контексте рынка, который пытаетесь завоевать: является ли он перспек-

тивным рынком с мировым потенциалом? Если ответ отрицателен, значит, вы изначально ограничиваете и себя, и возможность делать деньги из воздуха. Если же ответ положительный, следовательно, начало весьма подходящее.

Самые выгодные компании оперируют на крупных или быстро развивающихся рынках. Следуйте их примеру.

2. Предлагают уникальный и актуальный товар

Проанализировав потенциал рынка, оцените предлагаемый вами товар: уникален ли он или же доступен в больших количествах?

Если ваш товар не является уникальным, вы не сможете завладеть большим сегментом рынка, что, в свою очередь, снижает ценность вашего бизнеса. Если же вы оцениваете свой товар как актуальный и исключительный, у вас появляется возможность выставить высокие цены, привлечь большое число клиентов и быстро «подняться».

Давайте рассмотрим конкретные примеры. «Виагра» является лекарством, помогающим мужчинам восстанавливать потенцию. Это уникальный

продукт — ничего подобного вы больше не найдете. Более того, он ориентирован на мировой рынок и весьма актуален. Когда он впервые был представлен на рынке, то за короткое время превратился в самое продаваемое лекарство в своей категории, подняв ценность производящей фармацевтической компании — «Pfizer Inc.» — на невероятную высоту.

3. Продают только эффективные продукты

Самые успешные компании мира продают только эффективные продукты.

Они, как правило, не занимаются продажей собственного времени, а продают «упаковки» — продукты, которые были произведены лишь однажды — все остальное перекладывается на систему.

Отнеситесь серьезно к данному совету. Неважно, насколько велик ваш рынок сбыта или уникален предлагаемый продукт, если вы не продаете эффективные товары, объем сбыта всегда будет ограничен, что самым непосредственным образом скажется на ценности вашего бизнеса.

Возьмем, к примеру, «Microsoft». Они разрабатывают уникальное современное программное обес-

печение (делая это один раз), а затем продают столько копий, сколько фабрики в состоянии наштамповать дисков. Сам диск стоит несколько центов, а «Microsoft» продает свои программы за сотни и даже тысячи долларов.

Какой замечательный бизнес! У вас нет иного выбора, кроме как платить установленную цену, если хотите приобрести последнюю версию «Windows», поскольку нигде более ее не найдете.

А теперь сравните данный пример с примером станций обслуживания в главе о наименее выгодных предприятиях и задумайтесь над тем, как легко клиенты меняют место, чтобы сэкономить пятьдесят центов. В каком бизнесе вы бы предпочли быть занятым?

4. Имеют остаточную прибыль

Остаточная прибыль — это прибыль, полученная сверх минимальной нормы. Именно эта характеристика во многом обуславливает высокую ценность таких предприятий.

Если вы хотите, чтобы ваш бизнес имел такую же высокую ценность и его можно было выгодно продать, вы должны выбирать лишь те продукты, которые можно продать не один раз, а продавать снова и

снова. Еще лучше, если вам достаточно продать товар один раз, а потом клиенты будут продолжать покупать его через равные промежутки времени — в таком случае вы будете иметь остаточную прибыль.

Компании, которым это удалось, получают миллионы долларов, если не миллиарды, и оцениваются в колоссальные суммы. Давайте рассмотрим несколько примеров.

- «Telstra» (или любая другая телекоммуникационная компания) обеспечивает вас телефоном и телефонной линией, после чего вы ежедневно платите им за право пользования этими благами. Им больше ничего не нужно вам продавать, и, если они вдруг решат поднять стоимость услуг, вы просто посетуете немного на рост цен, но все равно станете платить. Современная конкуренция практически не внесла никаких изменений в такой расклад.
- Банки. Вы открываете счет в любом из них и за эту услугу ежемесячно выплачиваете определенный взнос. Кроме этого, они взимают с вас плату каждый раз, когда вы вносите деньги на счет или снимаете их со счета. Великолепный бизнес! То же самое и с кредитами. Банк выдает вам кредит один раз, а в конечном итоге вы платите им в течение двадцати или тридцати лет.

- Компании, выпускающая кредитные карточки. Они продают кредитные карточки один раз, а вы платите им каждый раз, когда пользуетесь их продуктом, в течение многих лет.

Теперь вам известно, почему в этих компаниях заняты тысячи сотрудников, почему они имеют колоссальные доходы и в состоянии платить огромные деньги за аренду. Кстати об арендных платах... Арендодатели делают то же самое. Вы приобретаете право пользоваться их домом или офисом и ежемесячно платите им на протяжении многих лет. Думаю, схема вам понятна.

А теперь сравните описанные стратегии со стратегиями автомобильных дилеров, обувных магазинов или фирм, продающих охранные сигнализации. Уверен, вы начинаете улавливать суть, а также замечать разницу в уровнях ценности этих бизнесов.

5. Внедряют эффективные системы

Многие люди не совсем хорошо представляют себе, что это за системы и почему они имеют такое большое значение.

Систематизация — это единственный способ, который позволит вам сэкономить собственное

бесценное время и затратить его на развитие бизнеса, а не на его поддержание. Системы помогают вам получать деньги не за труд, а за идеи. Они позволяют вашему бизнесу функционировать без вашего непосредственного участия. Системы предлагают вам свободу, ради которой вы и занялись бизнесом. А вместе со свободой приходит и истинный успех.

Эффективные системы делают бизнес весьма выгодным, позволяя владельцам распоряжаться временем и умениями по своему усмотрению.

Внедрив эффективные системы, компания достигает планируемых результатов более высокого качества и с наименьшими затратами. Эффективные системы позволяют нанимать менее квалифицированных сотрудников для выполнения сложных заданий. А это повышает ценность бизнеса.

В самых успешных компаниях все систематизировано. Ничто не оставляется на волю случая или догадок. У них для всего разработаны системы: дизайн, производство, администрирование, дистрибуция, кадровые вопросы, обслуживание клиентов, торговля и маркетинг — практически каждый аспект бизнеса систематизирован в той или иной форме.

Систематизация имеет такое важное значение, поскольку не только снижает расходы, но и обеспечивает независимость бизнеса от конкретного че-

ловека. Любого сотрудника можно заменить — процесс будет идти безостановочно. Делать бизнес независимым от людей — вот та цель, над которой следует работать с самого начала.

Ранее я упоминал успех Тома Монагана — владельца компании «Domino's Pizza». Сегодня приготовить пиццу может любой. Однако целью Тома было вовсе не продавать пиццу, а разработать систему мирового класса по производству пиццы.

Его подход кардинальным образом отличается от многих других. Монаган производил хороший продукт по приемлемым ценам, а его маркетинговая политика («готовая пицца за полчаса, или вы получаете ее бесплатно») вкупе с отлаженной системой доставки («быть первыми в доставке на дом») — в то время как другие просто продавали пиццу в ресторанах — обеспечили ему необходимое преимущество в данной сфере.

Для управления бизнесом вам необходимо множество умений. Ваше время бесценно, вы высокопроизводительны. Систематизация позволяет вам передать свои функции другим людям, чтобы они также могли выполнять полезную и выгодную работу за меньшую стоимость, чем это делали вы. Это в свою очередь освобождает вас для дальнейшего

усовершенствования систем, чтобы делать ваш бизнес более доходным и процветающим.

6. Предлагают безупречный сервис

Ни одна компания не сможет расти, преуспевать и процветать, если не будет обеспечивать безупречного обслуживания клиентов, в особенности на ранней стадии своего развития.

Это одна из основных причин, почему клиенты предпочитают иметь дело с мелкими компаниями, чем с крупными, поскольку обычно именно молодые компании отличаются высоким уровнем сервиса. Когда вы звоните в такую фирму, вам отвечает живой голос, а не автоответчик. Если у вас возникают трудности, вы можете обсудить их с человеком, способным уладить эти проблемы, а не с тем, кто внимательно выслушает вас, но не обладает полномочиями принимать решения.

К сожалению, во многих случаях все изменяется в худшую сторону, когда компания разрастается. Сотрудникам выгодных предприятий необходимо поддерживать качество обслуживания клиентов на должном уровне, поскольку именно это заставляет их возвращаться к вам снова и снова и способствовать

вашему процветанию. По мере роста вашего бизнеса не забывайте о данном аспекте, в противном случае это обойдется вам в миллионы долларов.

Правда, не все крупные компании теряют связь со своими клиентами: взгляните на легендарные примеры безупречного сервиса, предлагаемого компанией «Disney», крупнейшей сетью универсальных магазинов «Sears» и отелями «Ritz-Carlton». Это лишь несколько примеров компаний, ставящих на первое место удовлетворение потребностей своих клиентов. Бывали случаи, когда покупатели приходили в один из магазинов сети «Sears» с жалобами на качество того или иного продукта. Им незамедлительно возмещали убытки, а впоследствии обнаруживалось, что эти товары вообще были приобретены не в магазинах данной сети.

Совсем не обязательно заходить так далеко. И, тем не менее, качество вашего обслуживания должно равняться на уровень, предлагаемый компаниями мирового класса.

7. Имеют высококотируемые брэнды

Компании с мировым именем обладают котируемыми на рынке, мгновенно узнаваемыми брэндами

ми. В действительности многие успешные компании обладают брендами, обеспечивающими не менее 50 % их ценности.

«Billabong» — как раз один из таких брендов, который обуславливает 50 % ценности самой компании. Ну, в общем-то, вы можете купить футболку за 5—10 долларов в обычном магазине. Имя «Billabong» увеличивает стоимость по меньшей мере раза в четыре. Это и есть сила бренда.

Бренд «Telstra» оценивается примерно в 9,4 миллиарда долларов. Разве это не означает *получение денег из воздуха?*

Бренд — это всего лишь иллюзия. Это не более чем общее представление о конкретном товаре или услуге, закрепившееся в сознании покупателей. «Coca-Cola» является одним из самых ценных брендов в мире. В 1993—1994 годах его стоимость оценивалась в 35,9 миллиарда долларов, стоимость «Nescafe» — в 11,5, «Kellogg's» — в 9,3, «Gillette» — 8,2 миллиарда долларов.

«Harley-Davidson», «Rolls-Royce», «Xerox», «Kleenex», «Nike», «Sony», «Honda», «Harvard», «Kodak», «Mercedes-Benz» и «Levi's» сегодня являются одними из самых мощных мировых брендов, однако люди забывают, что так было далеко не всегда. Большинство из них появилось только в течение последних

сорока лет, развившись из крошечных предприятий, управляемых одним человеком, в крупнейшие компании с баснословной стоимостью.

Как же это все может помочь вам, если вы только начинаете и не располагаете миллионами долларов на создание, раскручивание и рекламу брэнда?

Уже в самом начале вам следует позаботиться о создании собственного брэнда; кроме этого, вам следует абсолютно точно представлять, что он означает и почему покупатели захотят приобрести именно ваш продукт. Если вы плохо представляете это изначально, то только запутаете покупателей. А это мгновенно снизит ценность вашего бизнеса. Эл и Лора Райс написали замечательную книгу под названием «22 закона создания брэнда», в которой очень подробно изложен данный вопрос. Рекомендую с ней познакомиться.

8. Не зависят от одного человека

Данный вопрос уже обсуждался, и вам должны быть очевидны огромные преимущества бизнеса, не зависящего от одного человека.

Это относится не только к мелким предприятиям. Ценность даже крупных компаний, которые ка-

жутся зависимыми от одного человека, может радикально измениться буквально за один день.

Руперт Мэрдок превратил «NewsCorp» в одну из самых процветающих и выгодных компаний, обладающую капиталом в 73 миллиарда долларов. Влияние Мэрдока на будущее компании отражается в заметных колебаниях курса акций при первых же признаках его болезни или недомоганий.

Это очень плохой знак и для данной компании, и для многих других аналогичных предприятий, поскольку отрицательно сказывается на их ценности. От аналогичной проблемы страдают многие компании, и их владельцы прилагают все усилия, чтобы убедить рынок в достойности своих преемников и наследников. Иногда, правда, это не спасает компанию.

9. Обычно занимают ведущие места на рынке

История не раз доказывала, что первая компания, появившаяся на рынке, остается ведущей на протяжении многих последующих лет. Стоит вам завоевать лидирующее положение, и лишить вас пальмы первенства вашим конкурентам будет довольно сложно.

Сравнение с современными данными опубликованного в 1923 году описания двадцати пяти лидирующих брэндов в двадцати пяти различных товарных категориях и показало, что двадцать из этих двадцати пяти брэндов до сих пор занимают первые строчки в списках ведущих компаний. За восемьдесят лет лишь пять из них утратили лидерство.

Большинство новых покупателей естественным образом склоняются к лидирующим брэндам. «Federal Express»? Первые среди служб моментальной доставки. «Domino's Pizza»? Первые среди пиццерий, доставляющих пиццу на дом. Это ярчайшие примеры компаний, которые были первыми на рынке или создали новую рыночную категорию и возглавили ее. За сравнительно короткий промежуток времени их стоимость поднялась до миллиардов долларов.

10. Привлекают самых талантливых и лучших людей

Процветающие компании — это динамичные, интересные организации, где благодаря развитию постоянно происходят изменения.

Поэтому работники таких компаний обладают безграничными возможностями для личностного роста и развития. Им предлагаются всевозможные тренинги и блестящая карьерная перспектива.

Работникам доверяют, их наделяют ответственностью и поощряют к дальнейшему совершенствованию. Поэтому сотрудники таких компаний любят свою работу: они рано приходят на работу, поздно уходят, высоко ценятся и поощряются за свой вклад. Подобная атмосфера и отношение привлекают самых выдающихся и ярких людей.

Почему это так важно в контексте получения денег из воздуха и почему вы должны с первого дня заботиться о создании именно такой атмосферы?

Ваши сотрудники — это самый ценный актив, это не оборудование и не материал. Именно они производят ваши товары или услуги, находят клиентов, обеспечивают продажи и занимаются всем остальным, что делает ваш бизнес бизнесом.

Однако каждый вечер в пять часов ваши «активы» поднимаются, уходят домой и на следующее утро могут уже не вернуться. Если вы осознаете данный факт, то понимаете, что бизнес — это прежде всего люди. Заботьтесь о своих сотрудниках, и бизнес сам позаботится о себе. Звучит довольно

убедительно, знаю, но ни один человек на тысячу компаний почему-то этого не делает.

Неважно, насколько хорош ваш товар или безупречен сервис, функционирование бизнеса зависит от людей, которые разрабатывают, производят и продают ваш продукт. В ходе этого процесса многое может пойти и, будьте уверены, пойдет не так, как вам хотелось бы. Только умения и таланты ваших сотрудников сделают ваш бизнес сильным. Если ваши люди вялы, безынициативны, не получают должной мотивации и поощрения за труд, это обязательно отразится на их манере общения с клиентами. Самое современное производственное оборудование оказывается бесполезным, если секретарь не умеет разговаривать с клиентами или грубит им. Какой толк от безупречно оформленной витрины, если ваши продавцы игнорируют покупателей?

Если вашим сотрудникам интересно работать, они полностью сосредоточены на обслуживании клиентов, вы на голову впереди всех. Ваши конкуренты не смогут угнаться за компанией, где сотрудники получают удовольствие от выполняемой работы, имеют стимул и искренне заботятся о клиентах.

Что бы ни делали ваши конкуренты, им не удастся добиться ваших высот на пустом месте. Привле-

чение и удержание хороших работников — одна из самых сложных задач в бизнесе. Но и одна из самых необходимых и важных, поскольку благодаря успешной ее реализации вы окажетесь в авангарде и сможете продержаться там довольно долго.

Дать кому-то работу легко. Убедиться, что это подходящий человек для данной работы намного сложнее, но и гораздо важнее. Ведь нанимаемые вами люди строят ваш бизнес. От них зависят его культура, уровень сервиса, качество, репутация и, в конечном счете, прибыльность.

Основное правило гласит: если вы нанимаете замечательного работника, вы существенно упрощаете свою жизнь. Но если вы отдаете предпочтение не тому человеку, вы наносите урон и своей жизни, и своему делу. Берите к себе людей, более квалифицированных, чем вы сами, и вы создадите великий бизнес.

Чтобы привлечь нужных сотрудников, вы должны знать, как отбирать их, как тестировать их умения и качества, как выжать из них максимум. Наравне с маркетингом набор персонала (особенно на ключевые должности) — слишком ответственное дело, чтобы поручать его другим людям. Обязательно занимайтесь этим лично.

11. Предоставляют вознаграждение на основании исполнения, а не продолжительности срока работы

Это одна из самых важных характеристик успешного бизнеса: вознаграждение людей на основании высококачественного исполнения и ответственности, а не на основании продолжительности их работы.

Другими словами, таких вещей, как автоматическое ежегодное повышение заработной платы или рождественские премии, быть не должно. Повышение оплаты должно основываться на качестве исполнения, отношении и личном вкладе сотрудника. Доведите свой подход до сведения всех работников, перед тем как они приступят к работе: они должны четко представлять, за какое поведение будут вознаграждены, а за какое им придется вернуться на биржу труда.

В своей книге «Великий принцип менеджмента» Майкл Лебёф говорит о необходимости вознаграждать лишь тот результат, которого вы желали достичь. Задумайтесь, какой простой, но действенный принцип, однако многие компании почему-то им пренебрегают.

Почасовая оплата — большая ошибка, прямо противоположная тому, что предлагает Майкл

Лебёф, и тому, что делают самые успешные компании мира.

Ваши сотрудники должны поощряться за достижение результата, а не за произведенные действия. Конкретные результаты — вот за что платят клиенты. Не следует платить людям только за то, что они появились на работе и пытаются что-то делать.

Либо заставьте их ставить перед собой определенные цели, либо сами ставьте за них цели, но в любом случае каждый сотрудник должен четко представлять, каких результатов от него ожидают. Почасовая оплата — это поощрение медленной работы. Задумайтесь вот над чем: если некто получает определенную сумму за то, что обрабатывает десять заявлений, и точно такую же сумму за обработку восьми заявлений, зачем ему трудиться в поте лица, пытаясь обработать десять?

Звучит просто, но мало кто руководствуется данным принципом.

12. Имеют высокие прибыли

Если ваш бизнес рассчитан на мировые развивающиеся рынки и предлагает актуальный и уникальный товар, вы можете считать себя фактически мо-

нополистом, пусть и начинающим. Монопольный статус означает следующее: если ваши клиенты захотят приобрести ваш товар, у них не будет иного выбора, кроме как обратиться именно к вам.

Высокий спрос позволит вам устанавливать более высокие цены, что в свою очередь обусловливает высокие прибыли, которые вы можете пустить на развитие и рост бизнеса.

Если же вы решите не пользоваться предлагаемыми в данной книге советами, вам будет крайне сложно развивать свою компанию, поскольку вы просто не сможете себе этого позволить, а следовательно, не сможете делать деньги из воздуха.

13. Имеют лишь несколько реальных конкурентов

Быть монополистом, согласно определению, значит не иметь реальных конкурентов, и самые успешные компании всячески стремятся оградить себя от конкуренции и завоевать монопольное положение на рынке благодаря непрерывным усовершенствованиям и лидерству брэндов.

Если вы вступили на рынок и ваше предложение уникально в своем роде, у вас имеется весьма су-

ущественное конкурентное преимущество. Ваш единственный конкурент в таком случае — покупательская индифферентность. Но по мере развития вашего бизнеса вам необходимо строже и тщательнее следить за сохранением лидирующих позиций. Удержание этих позиций принесет вашему бизнесу невероятную ценность.

14. Внедряют усовершенствования — поток новых продуктов

Лучшие компании вносят усовершенствования в список приоритетов с самого первого дня основания. Их девиз: «Меняйся, или прогоришь», и так действительно случится рано или поздно.

Сразу после своего основания ваш бизнес имеет определенное конкурентное преимущество, поскольку на мелкое предприятие никто не обращает внимания. До тех пор, пока вы не станете пробивать себе дорогу на большой рынок, уникальность вашего продукта значения не имеет; как только рынок осознает, с какой скоростью вы развиваетесь и какие прибыли получаете, конкуренты моментально окружают вас со всех сторон.

В попытках превзойти (или украсть!) ваш успех, остальные компании начнут подражать вам. Крайне важно, чтобы вы предусмотрели это заранее и имели наготове версии или модели 2, 3 и 4, чтобы выпустить их прежде, чем конкуренты выпустят свою первую модель.

Подобный подход упрочит ваше доминирующее положение и обеспечит возможности для сохранения прежних прибылей и темпов роста.

15. Имеют разработанную стратегию для привлечения инвесторов и план отступления

Большинство начинающих предпринимателей понятия не имеют о том, что они будут делать со своим бизнесом, после того как он превратится в доходное предприятие. У них отсутствует план отступления.

Это наиболее уязвимое и слабое место всех начинающих бизнесменов. Я уже говорил об этом, но повторяюсь еще раз, поскольку речь идет о ключевом моменте в нашем контексте. Для получения денег из воздуха вам нужно построить предприятие и выгодно его продать. Но если вы не сможете его продать, вы не разбогатеете. Руководители самых успешных и

процветающих компаний мира следуют данной стратегии с первого же дня их основания.

Более того, если для развития вам необходимы вложения инвесторов, помните: ни один инвестор не вложит свои деньги, не будучи уверенным, что спустя разумное количество лет он сможет вернуть их обратно вместе с прибылью. Если вы не разработали план отступления, могу вас уверить, что никто не вложит в вас ни цента.

Это вовсе не означает, что вам придется продать бизнес или что инвесторы захотят тут же выйти из игры. Я всего лишь хочу сказать, что с самого начала у вас под рукой должен быть готовый вариант выхода из игры.

Крайне мало начинающих бизнесменов заботятся о данном аспекте; большинство даже и не помышляют об этом, именно поэтому им так сложно привлекать капиталовложения или делать деньги из воздуха.

16. Имеют обширную базу клиентов

В общем и целом, если вы адресуете свой товар мировым развивающимся рынкам, перед вами открывается отличная возможность привлечь большое

число покупателей. Большинство начинающих бизнесменов не располагают информацией о своих клиентах, а если и располагают, то не в доступном и удобном для использования формате.

Сотрудники успешных компаний знают, хотя бы в общих чертах, кем являются их клиенты, где они живут и какие у них предпочтения. Они поддерживают хорошие отношения со своими клиентами и благодаря этому постоянно продают им свои товары и услуги.

Если кто-то заинтересован в приобретении вашего предприятия, на это он обращает пристальное внимание прежде всего. Именно в этом заключается истинная ценность вашего бизнеса, однако большинство владельцев не утруждает себя созданием базы данных своих клиентов.

И поэтому остаются владельцами мелкого бизнеса.

17. Проводят продуманную маркетинговую политику

Мне приходится регулярно наблюдать за проведением рекламных и маркетинговых кампаний и видеть, как тысячи долларов выбрасываются на ветер из-за их неэффективности и непродуманности.

Если вы хотите превратить простую идею в невероятно процветающий бизнес, приносящий колоссальные прибыли и вам, и вашим партнерам или акционерам, вам следует постоянно следить за развитием маркетинговой политики. Ее отсутствие и недостаточная компетентность в данном вопросе — это один из ограничивающих факторов, препятствующих большинству мелких и начинающих предприятий извлекать прибыль в полном объеме.

Маркетинг — как раз тот механизм, благодаря которому функционирует бизнес. Качественные продукты могут потерпеть неудачу, а второсортные — монополизировать весь рынок. Почему? Сила маркетинга.

Грамотный маркетинг приводит покупателей прямо к вашим дверям — покупателей, с радостью готовых расстаться со своими деньгами в обмен на предлагаемые вами товары и услуги. Маркетинг является ключевой функцией, способной либо вознести ваш бизнес на вершину успеха, либо пустить его ко дну. Не перекладывайте эту функцию на других людей, она слишком важна, чтобы оставлять ее на волю случая.

Грамотная маркетинговая политика является еще одной отличительной характеристикой, которую ваши конкуренты не смогут позаимствовать.

Именно это и даст вам стабильное конкурентное преимущество. К сожалению, не все это отчетливо осознают.

Случается, что люди платят большие деньги за ошибки так называемых экспертов по маркетингу, возможно, и вы относитесь к их числу. Плохо продуманный маркетинг — это пустая трата денег, а также одна из самых серьезных причин разочарований и провалов.

Многие из нас покорно смиряются с менее чем удовлетворительными прибылями, фактически не покрывающими затраченных на маркетинг денег. Или, разочарованные его неэффективностью, опускают руки и вообще отказываются от проведения рекламных кампаний. Это самая роковая ошибка из всех возможных!

Позвольте пояснить свою мысль на примере.

Два рекламных объявления, обошедшихся в одинаковую сумму, могут привлечь разное количество покупателей, что, несомненно, отразится на уровне прибыли. Простое отличие в одном объявлении приводит в результате к разнице в несколько десятков тысяч долларов в день, неделю или месяц — в зависимости от размаха вашего бизнеса. И это только один аспект продуманной маркетинговой стра-

тегии, которая встречается так редко, но обладает такой невероятной силой!

Какое влияние окажет на ваш бизнес данное преимущество? Говоря простым языком, вы будете в пять, десять, пятьдесят раз удачливее своих конкурентов. Разве не к такой цели вы стремитесь?

18. Предвидят желания клиентов

Вам когда-нибудь случалось приезжать в большой отель, где все, что вам могло понадобиться, уже было предусмотрено и учтено, как будто кто-то читал ваши мысли?

«Пожалуй, приму душ, когда поднимусь в номер...» — в ванной комнате приготовлено все, что нужно. «Надо вымыть голову...» — пожалуйста, вот шампунь. «Надо бы высушить волосы...» — вот и фен. «Выпить бы пива...» — в холодильнике ваш любимый сорт пива.

Знаю, такое имеет место не часто, однако уверен, что каждый может привести хотя бы один подобный случай. Вспомните, и могу поспорить, случай был связан с известным или стремительно развивающимся брэндом.

Руководители самых успешных компаний берут такой подход за неукоснительно соблюдаемое правило. Вообще-то, все не так сложно, как кажется. Внимательно слушайте клиентов, и вы поймете, что в их поведении заложены определенные схемы. Усвоив эти схемы, вы будете знать, что клиент сделает или захочет дальше.

Вам нужно только внедрить полученные знания в свои системы, и получится, будто вы предугадываете пожелания и потребности клиентов. Самые лучшие компании именно так и делают. Неважно, крупный у вас бизнес или мелкий, данная стратегия работает безотказно.

Например, кто-то мечтает приобрести «Harley-Davidson» и промчаться по дороге, обгоняя ветер. Этот человек пока не задумывается о страховке, шлеме, перчатках, жилетке, замках для мотоцикла, сигнализации, спутниковой системе слежения, техническом обслуживании, мойке и всех сопутствующих аспектах.

Но вы должны знать обо всех этих потребностях. Почему бы не подключить систему и сразу не обеспечить покупателя всем вышеописанным? Поверьте, здесь нет ничего сложного. «McDonald's» достигает цели при помощи простого вопроса: «Хотите в

качестве гарнира жареной картошки?» Можете последовать их примеру.

Подобный подход гарантированно принесет вашему бизнесу тысячи или миллионы долларов, а ваши клиенты будут вам безмерно благодарны за внимательность и предусмотрительность. Все кажется очевидным, но в девяти случаях из десяти об этом даже не задумываются.

19. Всегда дарят клиентам незабываемые ощущения

Если вы стремитесь подарить клиентам незабываемые ощущения, почему бы не предложить им симпатичные подарки в качестве бонуса за обращение к вам?

Владелец новенького «Harley-Davidson» по достоинству оценит подарок в виде бесплатной чистки мотоцикла (ведь вам прекрасно известно, что нет ничего круче, чем мчаться на сверкающем, ухоженном «Harley», а добиться такого результата очень и очень непросто). Так что вложите деньги в паровой аппарат для чистки и наймите студента, чтобы он каждое воскресенье приводил в порядок гордость и красу владельцев мотоциклов. Это обойдется вам

не так уж и дорого, а клиенты будут приходить к вам каждые выходные, и у вас появится прекрасная возможность предложить им то, что они еще не успели приобрести.

По этой самой причине в пятизвездочных отелях в ваше распоряжение предлагаются бесплатный шампунь, кондиционер, пена и соль для ванны, а если вы забыли дома зубную щетку, зубную пасту, носки или колготки, вам пришлют все это незамедлительно.

Это и называется «различными приятными мелочами», которые вам обходятся не так уж дорого, но производят на людей неизгладимое впечатление.

20. Объясняют, прежде чем продают

Помните, я как-то упоминал о том, что сотрудники не самых удачных предприятий вынуждены прибегать к стратегии навязывания товара, ибо у них нет иной возможности продать его.

Такой подход не практикуется в процветающих компаниях. Они обладают преимуществом уникального товара и широкими рыночными возможностями. Более того, они всегда знакомят своих по-

купателей с товарами, прежде чем те решатся на покупку.

«Зачем тратить на это время и усилия?» — спросите вы. Знакомя покупателей с товаром, вы налаживаете с ними очень важную и прочную связь, которая служит отправной точкой для длительных отношений покупателей с вами и, что еще важнее, с вашим брэндом.

В основе человеческого общества лежит формирование отношений, это неотъемлемая часть общения между людьми. То же самое относится и к бизнесу. Джон К. Максвелл выразил данную мысль словами: «Никогда не стоит недооценивать влияния отношений на жизнь людей». Это гениальный деловой совет.

В рассказе Эрнеста Хэмингуэя «Столица мира» подросток Пако, поссорившись с отцом, убегает из дому. Отец долго и безрезультатно его ищет и, отчаявшись, дает объявление в мадридскую газету: «Пако, я буду ждать тебя около офиса газеты завтра в полдень. Все забыто. Я люблю тебя». На следующий день, когда отец подъехал к зданию офиса, там его ждали восемьсот человек по имени Пако, желающих восстановить утраченные отношения.

Люди жаждут честных, доверительных, открытых отношений. Сегодня это такая редкость, и ком-

пании, которые бросают все силы на установление отношений именно такого рода, в конечном итоге выигрывают по-крупному.

Процесс установления отношений начинается с «образовательного маркетинга» — знакомства клиентов с вашим товаром с целью его продажи.

Это крайне важный момент. Если вы последуете данному совету, ваши клиенты обязательно будут возвращаться к вам, потому что вы не пожалели времени и познакомили их с товаром, а также установили с ними дружеские отношения, которые ими воспринимаются как доверительные.

Редкие компании стремятся к этому, но те, кому это удастся, поднимают свой бизнес на невиданную высоту.

Заключение

Перечисленные выше характеристики — это не просто список свойств, взятых из ниоткуда. Эти качества делают бизнес успешным и процветающим, прибыльным и легко продаваемым, а его владельцу помогают делать деньги из воздуха.

Именно за эти качества люди готовы платить огромные деньги, покупая у вас бизнес. Именно

Глава 10. Двадцать характеристик наиболее выгодных...

это учитывают инвесторы, принимая решения о вложении капитала. И если вам удалось создать бизнес, обладающий данными свойствами, значит вам удалось создать весьма выгодное предприятие и преуспеть в *получении денег из воздуха*.

Глава 11

Самые полезные и вредные привычки

Есть кое-что, что мы еще не успели обсудить в предыдущих главах и что является самым важным... а именно *человека или людей*, создающих бизнес.

Для конечного успеха люди имеют колоссальное значение, настолько важное, что я даже отвел данному вопросу целую главу (см. главу 13), рассмотрев сорок две привычки наиболее преуспевающих людей.

Что можно отнести к полезным качествам?

Недостатка идей или деловых возможностей сегодня не наблюдается. За прошлый месяц меня посе-

тило около сотни идей. Но вот нехватка людей, способных претворить эти идеи и планы в жизнь, ощущается довольно остро. Возьмите двоих человек, предложите им одинаковую идею, обеспечьте равными ресурсами и возможностями — в конечном итоге один из них потерпит неудачу, а второй, наоборот, окажется в выигрыше. Вне всякого сомнения, именно люди обеспечивают успех или крах бизнеса.

Инструкторы по личностному развитию вот уже многие годы проповедуют одну и ту же идею: все преуспевающие люди обладают общими чертами, которые являются их *привычками*.

Чтобы придать данной книге заверченный характер и в полной мере продемонстрировать, как делать деньги из воздуха, мы не можем позволить себе оставить этот фактор без внимания. Так что следующим нашим шагом будет знакомство с людьми, стоящими у истоков или управляющих процветающими компаниями. Помните, эти люди — настоящие асы в получении денег из воздуха. Для этого надо быть очень умным человеком. Более того, для того чтобы достичь успеха, начав с нуля и превратив этот ноль в *нечто действительно стоящее*, надо быть человеком особого склада.

Получение денег из воздуха на все сто процентов зависит от людей, а точнее, от их знаний и поступ-

ков. Если и есть короткий путь к получению денег из воздуха и к настоящему успеху, то он лежит через изучение привычек самых процветающих и успешных людей в мире.

Наблюдая за ними и изучая их образ действия, вы откроете для себя массу ценнейших сведений. Они сознательно развивают повседневные привычки, которые в дальнейшем послужат им для достижения единственной цели — получения денег из воздуха.

Ваши сегодняшние привычки либо погубят вас, либо приведут к успеху

Безупречность — не действие, но привычка.

Аристотель

Ваши привычки либо погубят вас, либо приведут к успеху. Поэтому вы должны отдавать себе полный отчет в том, каковы ваши привычки и каковы ваши мысли. Разница между процветающими людьми и неудачниками заключается вовсе не в интеллекте, а в представлении о себе и своих привычках.

Это очень важный аспект в контексте данной книги, ведь все, что мы делаем и создаем, начина-

ется с одной-единственной мысли, а мысли обусловлены убеждениями, которые при постоянном подкреплении превращаются в привычки.

Если, к примеру, ребенок считает себя «тупым», потому что ему постоянно повторяли это родители или дразнили неразумные сверстники, он сохранит подобное убеждение до конца своей жизни, независимо от того, является ли это истиной. Реальные умственные способности такого ребенка не имеют значения — он всегда будет уверен в том, что глупее остальных. И если такая убежденность сохранится, то рано или поздно перерастет в привычку, а это не сможет не отразиться на работе и карьере, а также на амбициях и желаниях.

Поэтому я настойчиво вам советую проанализировать собственные убеждения и привычки и задать себе вопрос, откуда они взялись и оказывают ли они положительное влияние на вашу жизнь.

Наверняка у вас уже есть вредные привычки и убеждения, которые вам мешают и ограничивают ваши решения и действия. Они являются результатом воспитания, образования и социально-бытовых условий. Однако если в жизни вам вдруг представится отличный шанс, который нельзя упускать, вам придется избавиться от вредных привычек и заменить их новыми, полезными.

Я не утверждаю, что все пройдет легко и безболезненно. Внутри вас будет происходить отчаянная борьба; и внутреннее «я», и окружающие люди окажут серьезное сопротивление. Видите ли, когда вы примете решение сформировать новые привычки, то изменится и ваш образ действий. Поначалу вы будете чувствовать себя не совсем комфортно, как будто примеряете новые ботинки. Окружающие обязательно заметят происходящие перемены и не преминут прокомментировать их (возможно, даже покритиковать).

Конечно, придется несладко. Но не опускайте руки и настройтесь на положительный лад. Это единственный способ побороть вредные привычки, ведь одной надеждой и силой воли ничего не добьешься. Как бы сильно вы ни желали и ни пытались измениться, вы обречены на неудачу, если будете пытаться просто избавиться от вредных привычек. Их необходимо заменить полезными, положительными привычками.

Избавление от вредных привычек чем-то похоже на бочку, полную грязной мутной воды. Просто вылить грязную воду из бочки нельзя. Сперва нужно вставить в нее шланг и заливать чистую воду. Если в шланге создастся нужный напор воды, то он вытеснит грязную воду из бочки. И вскоре она наполнится свежей прозрачной водой.

В реальности вы заполняете разум позитивными, вдохновляющими мыслями и окружаете себя положительными и творческими людьми. Вы можете читать книги, повествующие о достижении успеха, слушать аудиокассеты и посещать семинары. Каждый раз позитивные идеи помогают вам направлять мысли по новому пути, который в итоге приведет к новым положительным привычкам.

Итак, каковы же полезные привычки в противоположность вредным?

Вредные привычки — это мысли, ощущения или поступки, которые никогда не помогут вам в достижении целей. Вы можете даже не знать о них, поскольку они так прочно укоренились в вас и вашем сознании, что воспринимаются вами как норма. Вы должны понять, что это за привычки.

Подсознательно они должны быть вам известны: если вас не устраивает какой-то аспект жизни и вы не в состоянии реализовать поставленные цели в данной области, это первый уровень осознания вредных привычек.

Полезные привычки весьма разнообразны, все зависит от поставленных целей. На последующих

страницах я помогу вам выяснить, что же относится к полезным привычкам, и вы сами сможете сравнить их с собственными. Вначале я перечислил двадцать восемь привычек неудачников, а потом противопоставил им сорок одну привычку самых преуспевающих людей. Таким образом, различия проступят с очевидной ясностью. Одно я могу гарантировать на сто процентов: существует самая непосредственная связь между этими привычками и банковскими счетами их обладателей.

Итак, давайте начнем с тех, кто пока не достиг заметных высот в бизнесе.

Глава 12

Двадцать восемь привычек неудачников

Самые неудачливые деловые люди:

- 1) не знают точно, чем хотят заниматься;
- 2) не имеют истинной страсти;
- 3) боятся провала;
- 4) подолгу собираются что-либо сделать;
- 5) недальновидны;
- 6) не умеют глобально мыслить и скептически настроены вследствие прошлых неудач;
- 7) продают личное время;
- 8) недооценивают себя;
- 9) требуют уважения к себе;
- 10) невнимательны к другим, неуважительны по отношению к сотрудникам и клиентам;

- 11) не считают нужным совершенствоваться;
- 12) не тратят деньги и время на свое образование;
- 13) не планируют выход из бизнеса или вообще не рискуют начинать;
- 14) не умеют общаться с людьми;
- 15) недооценивают и не уважают работников;
- 16) не считают нужным поощрять и мотивировать своих сотрудников;
- 17) не ставят целей;
- 18) не придают значения тому, с кем проводят время (положительное общение имеет серьезное влияние... равно как и отрицательное) ;
- 19) не ценят собственное время;
- 20) не признают своих недостатков;
- 21) публично критикуют покупателей и сотрудников;
- 22) при первых же признаках неудачи теряют хладнокровие и самообладание;
- 23) позволяют страху подавить желание преуспеть;
- 24) в собственных ошибках и неудачах обвиняют окружающих;
- 25) трудятся в поте лица (оповещая об этом всех подряд) и не отличаются особым умом;
- 26) плохие лидеры;
- 27) считают, что во всем прекрасно разбираются, потому что «давно в этом бизнесе» ;

Глава 12. Двадцать восемь привычек неудачников

28) считают себя «белыми воронами» — ведь все остальные такие «некомпетентные».

А теперь предлагаю переключить внимание на привычки *самых преуспевающих* людей в мире бизнеса.

Глава 13

Сорок две привычки самых преуспевающих деловых людей

1. Богатые богаты еще до того, как станут богатыми

За многие годы я выделил два самых выдающихся свойства преуспевающих людей — во-первых, они точно знают, к чему стремятся, и, во-вторых, страстно жаждут добиться успеха.

Создается впечатление, что чем увереннее люди в своих целях и устремлениях и чем раньше они их осознают, тем больше им удастся в жизни и работе. Задолго до реального воплощения своих идей они мысленно представляют себя богатыми и преуспе-

вающими. Они отлично видят свою цель, могут ее ощутить и даже потрогать — и все это в своем воображении.

Это делает их уникальными и оставляет в меньшинстве, ведь большинство из нас беспорядочно блуждают в потемках. Процветающие люди имеют четко разработанный план и конечную цель и полностью сосредоточены на ее достижении. Это относится к любой сфере человеческой деятельности и особенно к спорту.

Лейтон Хьюит, ставший к двадцати годам первой ракеткой мира, решил заниматься теннисом не вдруг, лет этак в девятнадцать. Он оттачивал свое мастерство с пятилетнего возраста, поэтому к двадцати годам по праву мог считаться ветераном спорта! Вот чего это стоит — десяти—пятнадцати лет упорного труда, жесткого режима, преданности и сосредоточенности (безо всяких гарантий успеха). Большую часть времени вы проводите в одиночестве, вдали от софитов и рампы, в то время как другие уютно свернулись в своей постели или веселятся на вечеринке.

У народов ашанти¹ существует поговорка: «Нельзя одновременно и праздновать, и богатеть». Дан-

¹ Группа народов общей численностью 4 млн человек, проживающая в основном на территории Ганы. — *Прим. перев.*

ная мудрая мысль идеально подводит итог всему вышесказанному — чтобы достичь поставленной желаемой цели, придется идти на определенные жертвы. Люди, которые ничего не достигают и просто плывут по течению жизни, ничем не выделяются. Они не представляют, чего по-настоящему хотят, и мечутся из стороны в сторону, не зная, какой путь выбрать; перескакивают с одного на другое, а как только сталкиваются с трудностями, тут же опускают руки и ищут легкий выход.

Победители в бизнесе, жизни и спорте знают, что за успех надо платить, и готовы заплатить за свой успех любую цену. Выбор не будет столь сложным, если вы страстно желаете достичь своей цели.

2. Богатые становятся мастерами успеха

Если вы проанализируете успехи выдающихся людей, то обнаружите, что у них есть один общий секрет — обучение. Стремление к постоянному совершенствованию приносит им всё новые знания, благодаря которым к ним и приходит успех. Попробуйте последовать их примеру.

Преуспевающие люди не тратят времени на познание того, что отвлекает их и уводит от поставленной цели. Они четко представляют, в какой области хотят добиться успеха, и становятся настоящими экспертами в данной сфере.

Они ищут тех, кто способен им помочь. Но им не нужен просто кто-то «с улицы». Они выбирают самых лучших и фактически подражают этому человеку, подмечая все до мелочей и, как губка, впитывая любую полезную информацию. Они ни на секунду не останавливаются, а работают не покладая рук, чтобы все более совершенствоваться.

Ярким примером этого служит Боб Лапойнт, основатель компании «KFC Australia», выгодно продавший свой бизнес и основавший целый ряд других торговых сетей, таких как мясные рестораны «Lone Star». Он учился у полковника Сандерса.

Зайдите в роскошный дом любого человека, который, как говорится, «сделал себя сам». Могу со стопроцентной уверенностью сказать, что в его библиотеке вы найдете огромную подборку книг о бизнесе, успехе и богатстве. Но задайте себе вопрос: что появилось раньше — библиотека или роскошный дом?

Держу пари, что это не дом.

Когда вы познаете правила привлечения денег, успех придет намного скорее. Обладая глубокими знаниями, вы сможете беспредельно расширить свои возможности и свести к минимуму вероятность ошибок. Обладая знаниями, вы сможете *создавать* возможности, которых в противном случае даже не заметили бы. Обладая знаниями, вы сможете заниматься тем, что раньше было вам недоступно.

Это все настолько просто и очевидно, что даже как-то неловко писать об этом. Но, мечтая об успехе, как часто вы задумываетесь об усердном труде, встрече с новыми людьми или увеличении капитала? А как часто вы задумываетесь о том, чтобы сесть и почитать книгу или задать преуспевающему человеку несколько вопросов о его бизнесе? Создается впечатление, будто общая теория успеха не включает образование — вот в этом-то и кроется серьезная ошибка многих людей.

Прискорбно признавать, но среднестатистический бизнесмен прочитывает одну книгу по теме в год. А 95 % всех покупаемых книг о бизнесе не прочитываются дальше первой главы! Но проблема не только в этом — тренинги за год посещает меньше 12 % деловых людей.

Так откуда же большинство из них черпает вдохновение и новые идеи? Первый приходящий на ум

ответ звучит так: их не посещают вдохновение и новые идеи. Сегодня они делают то же, что делали вчера, и надеются на перемены к лучшему. Подобное отношение — вот что делает среднего бизнесмена средним бизнесменом.

Вам вовсе не обязательно посещать семинары и образовательные курсы. Если вы наблюдательны, любознательны и жаждете совершенства, любое событие, человек или ситуация могут вас чему-то научить. Каждая неудача — это повод учиться и двигаться дальше. Любой человек, который встречается вам на пути, может оказаться вашим наставником, готовым протянуть руку помощи.

Одна моя сотрудница, студентка университета прознала, что богатому английскому бизнесмену требуется приходящая няня для присмотра за детьми. Она согласилась на эту работу, только чтобы иметь возможность проводить время с бизнесменом, наблюдать и общаться с ним, присмотр за детьми ее интересовал меньше всего. Впоследствии она утверждала, что за три месяца работы узнала о бизнесе больше, чем за три года учебы в университете.

Накопите богатство знаний и опыта, а все остальное состояние придет к вам само. Старайтесь узнать что-то новое каждый день, это поможет вам не только стать всесторонне развитым человеком,

но и намного опередить конкурентов, довольствующихся привычным и удобным ходом жизни.

Читайте деловые газеты, журналы, слушайте аудиозаписи, смотрите всевозможные передачи о бизнесе, посещайте семинары, наблюдайте за жизнью рынка. Займите активную жизненную позицию. Совершенствуйтесь каждый день.

**Дело не в том, какие карты вам выпали,
а в том, как вы играете.**

Жизнь как карточная игра: нам может выпасть разная карта, иногда хорошая, иногда плохая. Но в игре лучшим оказывается тот, кто умеет выигрывать, а не тот, у кого на руках лучшие карты.

Так что вам придется потрудиться над тем, чтобы стать лучшим игроком. Постоянно ищите способы совершенствования: учитесь и растите как личность. Личностное развитие — это ведь не только накопление знаний, это формирование самоуважения и уверенности.

Но вы всегда должны помнить, что все ваши достижения являются личными и их не нужно сравнивать с успехами остальных людей. Некоторые не чувствуют удовлетворения, покорив Эверест или выиграв марафонский забег, в то время как для

кого-то обойти дом — величайшее достижение в жизни.

Убедитесь, что вы играете с полной отдачей, задействуйте все свои возможности, и не беспокойтесь о картах, которые могут выпасть. Главное, на чем следует сосредоточиться, — это собственные умения. Для их совершенствования вам придется трудиться над личностным развитием. Любые достижения и улучшения, которых вы добьетесь, будут служить вам верой и правдой всю оставшуюся жизнь, и не только в работе.

3. Богатые бросают глыбы в лужи

Многие люди, взрослея, совершенно не представляют, что им делать со своей жизнью. Они так привыкли к указаниям и подсказкам родителей, учителей, супругов, что разучились мыслить и действовать самостоятельно.

Успешные люди умеют действовать — чем шире размах, тем лучше. Я называю это не просто кидать камешек в воду, а *бросать глыбы в лужу*.

Даже само решение действовать дает нам энергию и вдыхает жизнь в любой проект. Именно эта энергия так привлекает окружающих.

Самым преуспевающим людям хорошо известно: лучше делать хотя бы что-нибудь, чем не делать ничего, пусть даже это «что-нибудь» обернется неверным шагом. Лучше идти хоть в *какую-нибудь* сторону, чем стоять на месте. Ничего не делая, вы ничего не узнаете.

Действуйте, ибо бездействие и боязнь ошибок не воплотят ваши мечты в реальность. Вам не видать ни результатов, ни награды.

4. Ошибка в миллион долларов

Успех не приходит благодаря простому везению или правильным решениям. Преуспевающие люди знают то, до чего многие еще не додумались, — нет такого понятия, как *идеальное решение*.

Большинство решений принимается на основе недостаточной информации, поэтому существует большая доля вероятности ошибочности подобных решений.

Люди, умеющие принимать решения, принимают их быстро, прекрасно отдавая себе отчет в последствиях этих решений. Кроме того, у них всегда имеется наготове запасной план на случай, если что-то пойдет не так. Они знают, что, прими они неверное решение, у них остается возможность

принять иное, изменить линию поведения или вообще пойти в другом направлении. И даже если новое направление заведет их в тупик, они просто свернут в другую сторону и снова пойдут вперед.

Маленькое предупреждение: подобная гибкость возможна лишь в том случае, если это позволяют условия вашего бизнеса. К примеру, если человека, ответственного за принятие решений, преследуют страхи, реальные или воображаемые (только мудрецы могут почувствовать разницу) — по поводу работы, финансового будущего или шансов остаться на плаву, — принять решение окажется чересчур сложным делом.

Быстро действовать и принимать решения людям мешает *страх*. Когда нами руководит страх, мы не в состоянии сделать правильный выбор. Естественная реакция на него — желание «задраить люки» — и в бизнесе, и в жизни. Это отношение тех, кто боится рисковать, не стремится к переменам и не имеет будущего. Страх заставляет людей лишаться оптимизма и положительного настроения; из-за него они теряют из виду свои сокровенные мечты.

Хотя подобная реакция вполне естественна, она никогда не приведет вас к успеху. Поэтому очень важно развивать мышление, которое учило бы нас не бояться ошибок, быть к ним готовым и уметь признавать эти ошибки и учиться на них.

Могу привести великолепный пример — историю про одного сотрудника крупной австралийской компьютерной компании, произошедшую несколько лет назад. Этот сотрудник допустил ошибку, стоившую компании миллион долларов. Естественно, парня должны были уволить. Но ему нечего было терять, и он принялся убеждать руководство в том, что компания потратила миллион долларов на его обучение, и это делает его самым квалифицированным специалистом в своем деле. А увольнение такого ценного работника потребует, возможно, еще одного миллионного вложения для получения аналогичного опыта. Ему позволили остаться на занимаемой должности.

Мне это кажется вполне разумным и мудрым решением.

5. Богатые обладают масштабным мышлением

Среди лидеров нечасто можно встретить человека с поистине масштабным мышлением. Обычно в качестве мотивации выступает страх перед бедностью! Это говорит об ограниченности мышления.

Мы не рождаемся с ограниченным мышлением; оно развивается в результате социальных условий и

страха. Такие люди твердо убеждены, что всему существуют свои пределы и рамки и жизнь преподносит им лишь ограниченное число шансов. Большую часть времени они пытаются принять одно решение; если оно оказывается неверным, они переходят ко второму варианту. Если и тот не срабатывает, у них остается только одна альтернатива — снова вернуться к первому варианту.

Люди с масштабным мышлением уверены в бесчисленном количестве возможностей выбора. Нет никаких ограничений. Люди, обладающие подобным складом мышления, не умнее и не удачливее остальных, просто они придерживаются иной системы убеждений о мире и своем месте в нем.

Фактически все те, кто «сделал себя сам», отличаются этим особым качеством — масштабностью мышления. Они свято верят в то, что в мире их ждет безграничное число возможностей как для радости, так и для накопления богатства.

Не так-то легко в это поверить, особенно если за спиной у вас несколько неудач, если вы не достигли личностного уровня успеха, но главное — верить в эти возможности, верить даже тогда, когда у вас нет никаких доказательств в пользу их существования.

Зачем? Ваша вера щедро окупится.

6. Богатые ничего не откладывают на завтра

Возьмите себе за правило любое задание выполнять так, как если бы это было самое срочное и важное дело на свете.

Оперативность и доведение начатого до конца имеют много скрытых, неуловимых преимуществ. Во-первых, это позволяет вам воспользоваться возможностями, которые в противном случае оказались бы для вас недоступными. Во-вторых, заряжает энергией ваших сотрудников, повышая качество исполнения. Это означает также, что вы обладаете способностью создавать новые продукты и рыночные возможности, и позволяет вам разобраться с насущными проблемами.

Оперативность — это не случайное дополнение, если вы, конечно, хотите стать богатыми. Именно она ведет за собой успех. Если вы будете неспешно брести по жизни, успех не станет вас дожидаться, а ваши клиенты разбегутся кто куда.

Решите для себя твердо: если что-то необходимо сделать, сделайте это прямо сейчас. Чем нужно заняться завтра? Займитесь этим сегодня. Затем продумайте задания на следующую неделю и займитесь ими завтра. Двигайтесь в ускоренном темпе.

В бизнесе недостаточно только быстро действовать. Приходится быстро думать, молниеносно принимать решения. Для кого-то оперативность в принятии решений может показаться сложной задачей, иногда физически непосильной. Но поверьте, лучше принять решение, пусть и неправильное, чем сидеть сложа руки. Если вы ошибетесь, всегда можно повторить попытку. Тот, кто ждет у моря погоды, угасает как личность, равно как и его бизнес.

Понаблюдайте за преуспевающими людьми, и вы увидите, что они принимают серьезные решения — даже те, что стоят миллионы долларов, — со скоростью, кажущейся опрометчивой. Почему же опрометчивой? Потому, что решения принимаются очень быстро. Но преуспевающие люди точно знают, что никогда не будут располагать полной информацией, на основе которой можно было бы принимать «идеальные» решения. Так что они оперируют имеющимися данными. Отказаться от решения — вот что гораздо хуже, ибо это означает ничего не сделать.

Даже если вы сделали неверный шаг, это все равно шаг вперед. А с новой позиции вам открываются новые перспективы и горизонты, которые были бы скрыты от вашего взгляда, оставайтесь вы на месте.

7. СПД — *секретное оружие богатых*

*Чтобы быть по-настоящему счастливыми, нам всего
лишь нужно быть чем-то увлеченными.*

Чарлз Кингсли

Не верьте глупым байкам, будто успех приходит за одну ночь. Любая история успеха, обрушившегося, казалось бы, внезапно, — это история упорного, кропотливого труда, неудач и новых начинаний, преодоления препятствий на пути к заветной цели. Путь вверх тяжел и тернист, поэтому в дорогу вам необходимо запастись следующим — страстностью, преданностью и дисциплинированностью (СПД).

Когда люди впервые ступают на стезю самостоятельного бизнеса, их переполняют восторженность, воодушевление и мечты о свободе. Но по прошествии года они погрязают в рутинной работе и постоянных стрессах — суровой действительности любого бизнеса. Они забывают о главном. Хуже того, они утрачивают страстность.

А что же незамедлительно занимает ее место? Как правило, сомнения, тревоги, депрессия, постепенное измельчение некогда грандиозных целей.

На данном этапе стабильная работа без стрессов и напряжения вновь кажется невероятно заманчивой. Люди переходят на «режим выживания», сражаясь изо всех сил, чтобы удержаться на плаву. Зачастую им не хватает средств, времени и личной удовлетворенности.

Факт остается фактом: хорошо и продуктивно работать без воодушевления, без страсти невозможно. Вы не в состоянии творчески подходить к делу, выгодно использовать шансы, заряжать энергией сотрудников и эффективно управлять процессом. Если воодушевление испаряется, считайте, ваш бизнес — уже не жилец на этом свете. Его крах — всего лишь вопрос времени.

Поэтому-то так важно поддерживать горящий огонь страсти и энтузиазма, в особенности в суровые времена, испытать которые суждено любому бизнесу. Любите свое дело, и вам не страшны никакие непогоды.

8. Валюта, которой пользуются богатые

Если страсть испарилась, а надежды развеялись как дым, задайте себе один вопрос: на своем ли вы мес-

те? Если нет, не стоит за него цепляться. Не бойтесь отказаться от попыток реализовать свою мечту о том, *кем вы можете стать*. От этого вам легче не станет.

Эксперт по недвижимости Джон Макграф проводит семинары, где он просит участников оценить свою преданность работе и получаемое от нее удовлетворение по десятибалльной шкале. Единица означала, что вы ненавидите свою работу, а десять — что вы ее просто обожаете. В результате оказалось: большинство людей оценили свои ощущения на *пять-шесть баллов*.

Разве это не удивительно?

Из этого следует, что большинство из нас в своей трудовой жизни спокойно мирятся с посредственностью. Они работают без огонька, без энтузиазма. Думаю, по той же самой причине многие и свой доход, и даже счастье оценили бы в средних баллах от пяти до шести. Именно те, в ком горит огонь и пылает страсть, с восьмерками, девятками и десятками, получают в итоге все, что хотят.

Но вот о чем еще следует помнить: страстность не имеет смысла без преданности. Страстная мечта останется просто мечтой, если вы не будете преданы ей до конца. Преданность толкает вас вперед, невзирая на препятствия, преграждающие ваш

путь. Преданность помогает вам делать все возможное, чтобы воплотить мечту в реальность.

Всем известно, что нельзя получить все, не заплатив ничего. Все мало-мальски стоящее имеет свою цену. И вы платите цену успеха своим временем, потом и слезами — и дисциплинированностью.

Джим Рон, крупнейший специалист в области личностного развития и вдохновляющий оратор, утверждает, что нам постоянно приходится выбирать между двумя видами боли: болью дисциплинированности, необходимой для получения желаемого, и болью сожаления, которое мы испытываем, не получив того, к чему стремились. По словам Рона, разница заключается в том, что боль дисциплины весит граммы, а боль сожаления — тонны.

Кинорежиссер Майкл Кертиц говорит об этом иначе: «Единственное, о чем мы жалеем, — это наши несовершенные поступки».

Попробуйте мысленно представить себя на закате жизни. Легко ли вам будет тащить это бремя сожаления? Не самая приятная перспектива. Но вы ведь можете сбросить непосильный груз. Вам понадобятся лишь страстность, преданность и дисциплинированность — СПД. Это единственная валюта, которой пользуются богатые.

9. Седьмое чувство — оно стоит миллионы

Будущее принадлежит тем, кто видит возможности еще до того, как они становятся очевидными.

**Джон Скалли,
бывший главный администратор «Apple Computer»**

Получение денег из воздуха начинается с определения возможностей.

Преуспевающие люди видят то, что остается незаметным для остальных, как будто обладают седьмым чувством. Если, к примеру, обычный человек, проезжая по дороге, видит запущенный, приходящий в упадок магазинчик, преуспевающим людям открывается совершенно иной вид — потрясающий магазин, предлагающий покупателям уникальные товары, с грамотным руководством и безупречным сервисом... и все это в 7:30 утра, еще до завтрака. К 9:30 вечера они успевают заметить еще двадцать или тридцать великолепных возможностей создать что-нибудь из ничего.

У меня есть партнер по бизнесу, занимающийся недвижимостью. Гэри — просто гений. Мы постоянно выискиваем недвижимость для покупки. Когда мы входим в здание, предназначенное для прода-

жи, я вижу две спальни, ванную комнату и гостиную, вот в общем-то и все. Гэри же повсюду видит потрясающие возможности для изменений, которые впоследствии обернутся колоссальными прибылями. Благодаря его седьмому чувству нам удавалось получать 10—20-процентную прибыль всего за пару недель.

Возможности в нашей жизни неограниченны, но ограничено число людей, которым это известно, — людей, обладающих седьмым чувством в сочетании с мужеством и стремлением работать для достижения цели.

10. Игровая площадка для богатых

Когда вы занимаетесь собственным бизнесом, не существует никаких правил.

Преуспевающие люди смотрят на мир как на лабораторию или на игровую площадку. Если вы забыли, на что это похоже, понаблюдайте за играющими детьми. Хотя на тысячу миль не видно ни одной крепости, ничто не мешает детям играть в войну и прятаться в крепости, не менее реальной, чем Форт-Нокс. Подумаешь — нет настоящих ме-

чей, палки вполне сгодятся. Их воображение работает на полную катушку, они пробуют новое, экспериментируют и вовсю веселятся.

К сожалению, когда мы начинаем заниматься бизнесом, над нами, как Дамоклов меч, нависает ужасная тень провала. Тут уж не до веселья и творчества, без которых вам, однако, не выжить. Процветающие люди относятся к жизни — и к бизнесу — как к игре, и это помогает им находить новые лучшие варианты и не останавливаться перед препятствиями.

Мы душим творческие порывы еще до их рождения, потому что знаем, что у нас нет «мечей», и позволяем этому факту управлять своей жизнью.

11. Вы безумец, если у вас нет мечты

Наличие великой мечты, умение видеть то, что остается сокрытым для других, помогли многим людям достичь небывалых высот в своем деле.

Почему? Потому что мечта ведет их вперед. Зажигает огонь и заряжает энергией.

К сожалению, никто не может придумать для вас мечту, она должна родиться именно у вас. Итак,

если у вас нет мечты, познакомьтесь с тем, как мечтают богатые... Они сосредоточиваются не на том, что есть в настоящий момент, а на том, что могло бы быть!

Как только это представление выкристаллизовывается в мечту, они начинают подбирать нужных людей и искать ресурсы для воплощения заветной мечты.

Помните, бизнес — это не более чем группа людей, объединенных общей целью и стремлением. Чтобы добиться успеха, вы должны иметь четкую, ясную цель и дать ей возможность свободно существовать. Чтобы объединить своих сотрудников общим стремлением, без конца говорите о нем, повторяйте до тошноты — продвигайте свою цель.

Продвижение цели означает:

- поощрять сотрудников заботиться о будущем компании;
- довести до их сведения принципы работы компании и нормы исполнения;
- по достижении цели позаботиться о вознаграждении сотрудников, разделить с ними радость и удовлетворенность от успеха;
- добиться от сотрудников готовности брать на себя ответственность за выполняемую работу, подавать личный пример;

- делить с ними тяготы и сложности;
- создавать приятную, дружелюбную атмосферу, чтобы легче было справляться с проблемами;
- праздновать успех и по заслугам вознаграждать хорошую работу — даже небольшие победы;
- выказывать уважение к сотрудникам, заботиться о них и ценить их труд.

Весь штат сотрудников — от уборщиц до высших руководителей — должен разделять ваши устремления и планы и понимать, что их работа, какой бы значительной или небольшой она ни была, является неотъемлемой частью конечного успеха всей команды.

Если люди ощущают свою причастность к чему-то великому, если у них есть во что верить и имеется лидер, вдохновляющий их на веру, они будут с вами, что бы ни случилось, и будут бороться до конца.

Итак, делитесь своими замыслами и целями со *всеми* сотрудниками до единого. Объясняйте, на каком этапе вы находитесь в настоящий момент, в каком направлении планируете двигаться дальше. Рассказывайте, каким образом вы хотите достичь цели. Но самое главное — давайте им понять, насколько в этом процессе необходимы *они*. Опишите, насколько важную роль они играют, какие на-

града и удовлетворение ожидают их в конце пути, когда цель будет достигнута.

Помните, вы должны быть реалистичны и искренни. Поставленные цели должны быть достижимыми — в противном случае воодушевление скоро угаснет. (Если сотрудники поймут, что вы просто морочите им голову и используете их, они потеряют веру в вас и больше не станут вам доверять.)

Те, кто любит свою работу, приходят туда с желанием внести личный вклад в общее дело. Работники, ощущающие собственную значимость и доверие к себе со стороны руководства, всегда полны творческих идей и находок, готовы работать до тех пор, пока не будет поставлена последняя точка. В этом и заключается *ваша* задача — мотивировать своих людей и давать им понять, как они важны для вас.

Просто единожды уведомить всех сотрудников о своем плане недостаточно; вы должны продвигать цель снова и снова, с искренней страстностью и убежденностью, так, чтобы ни один человек не смог даже на секунду усомниться в ее нереальности или недостижимости.

Последуйте данному совету, и перед вами раскроются все двери.

Нежелание мечтать обойдется вам дорого

Вы хотите провести всю жизнь в попытках реализовать чужие мечты? Ибо как раз это вам и грозит, если у вас нет собственной.

Без мечты у вас нет конечной цели, нет плана для своей жизни. Не имея цели, вы не можете предпринимать положительных действий. А не предпринимая положительных действий, как вы сможете создать жизнь, о которой мечтаете?

Чем масштабнее и глобальнее ваши цели, тем сильнее окажется мотивация. Тем активнее вы будете продвигаться вперед по пути к заветной цели. Большие мечты вдохновляют нас в периоды тягот и невзгод, а они неизбежны, хотим мы того или нет. Но если вы верите в свою мечту, вы пронесете ее через все трудности и потери. Каждый шаг приближает вас к осуществлению цели.

Что бы вы ни думали о многоуровневых маркетинговых компаниях, в одном они правы: каждого, кто становится членом такой организации, поощряют выбирать собственное направление, ставить перед собой цели, которые приведут их к желаемому результату. Иными словами, их учат мечтать. И компания признает и поддерживает стремление к мечте.

Эффективность данной стратегии наглядно отражается в творческом подходе, в усердной, преданной и страстной работе. Не всем по вкусу способ подбора кадров, практикуемый подобными компаниями, но последовать их примеру и поощрять людей мечтать мы могли бы.

Помните, мечта не стоит вам ни цента; *нежелание мечтать обойдется вам слишком дорого.*

12. Осторожно: похитители мечты!

У детей потрясающе развито воображение. Они представляют себя пиратами или принцессами, космонавтами или циркачами. Мы все когда-то играли в подражательные игры, мечтали и жили в придуманном нами мире.

Мы становились старше, и на пути нам встречались люди, которые причиняли нам вред. Возможно, они хотели сделать как лучше, но факт остается фактом: они задушили наше воображение.

Том О'Тулл, известный оратор, называет их «похитителями мечты». Похитители мечты — это те, кто сам разучился мечтать и как бы в отместку стремится лишить мечты всех остальных.

Осторожно: похитители мечты повсюду! Ими могут оказаться ваши родители, друзья, школьные учителя или коллеги по работе.

Похитители мечты считают, что успеха вам не видать как своих ушей, так что нечего и пытаться — ведь неудач нужно избегать всеми возможными способами. Они подрывают вашу уверенность, постоянно твердя: «Ой, ну что вы, в нашей семье точные науки никому не давались» или «Ты хорошо сыграла в школьном спектакле, но звездой кино тебе никогда не стать».

Остерегайтесь их, как чумы. Не позволяйте вмешиваться в вашу жизнь.

Маловероятно, что к настоящему времени вам ни разу не встретились люди, насмехавшиеся над вашей заветной мечтой. Такое случается постоянно. Но вам следует сторониться похитителей мечты, верить в свою звезду и иметь достаточно мужества, чтобы делиться своими мечтами с окружающими. Психологи утверждают, что поделившись мечтой, вы даете ей толчок к свершению.

Окружите себя «создателями мечты» — позитивно настроенными, уверенными людьми, которые поддержат ваши надежды. Избегайте похитителей мечты, а если это невозможно, игнорируйте их негативное влияние.

13. «Рискуй и побеждай» — девиз богатых

Вы помните, как катались на американских горках: интересно, что вы ощущали после этого. Оживление? Возбуждение? Желание прокатиться еще разок?

Такие же острые ощущения испытывают и те преуспевающие люди, которым удастся преодолеть свой страх, воспользоваться шансом и одержать победу. Сознательное принятие риска и умение смотреть опасности в лицо придает вам ощущение целенаправленности; это невероятное ощущение открывает в вашей жизни новое измерение. И оно поднимает вас на новые высоты в поисках все новых острых ощущений.

Основание собственного бизнеса означает принятие полной ответственности за свою жизнь и свои действия. Вместо того чтобы сидеть и ждать, пока кто-нибудь что-то сделает для вас, вы берете дело в свои руки и не ждете благодетелей. Конечно, вы рискуете, но без риска не обойтись, иначе вы всегда будете ходить по кругу.

Даже если вы работаете на кого-то, этот принцип все равно актуален. Работайте не менее усердно и старательно, чем если бы вы занимались собственным бизнесом. От этого выиграют все, но

больше всех именно вы, поскольку такое отношение принесет вам самоуважение и возможность выбирать собственную дорогу в жизни.

Наберитесь мужества! Живите в полный рост — развлекайтесь, рискуйте, переживайте. Испробуйте этот подход, и вы приятно удивитесь, когда обнаружите, что происходит с вами и вокруг вас.

14. Как нанять Тайгера Вудса

Богатые используют одну хитрость, которая работает как магическая формула, но, тем не менее, сила ее недооценивается.

Я не видел, чтобы об этом писали в каких-нибудь других источниках, но именно это большинство богатых людей делают хорошо. Все абсолютно легально и этично — они берут займы или покупают репутацию, чтобы ускорить приближение успеха.

Вы сталкиваетесь с подобным ежедневно, просто не придаете этому значения. Самые умные превращают это в привычку, в отличие от большинства людей, впервые вступающих на деловую стезю, что ограничивает их возможности *делать деньги из воздуха*.

Иногда вам потребуются деньги, а иногда не понадобится ни копейки. Однако с чем-то вам все-

таки придется расстаться, если не с деньгами, значит, с акциями, но дело стоит любых затрат.

Итак, что же значит брать займы или покупать репутацию?

Наверняка вы не раз видели, как звезды спорта поддерживают эмблему той или иной компании. Эмблемы красуются у них на футболках или кепках, они носят фирменные туфли или пользуются спортивным инвентарем определенного производителя. И получают за это миллионы долларов.

Но почему же компании платят такие огромные деньги только за то, чтобы звезды спорта поддержали их логотип или играли их теннисной ракеткой? Просто потому, что звезды заработали невероятную популярность и репутацию и создали весьма известный собственный бренд.

Говорят, Грег Норман совсем недавно приобрел роскошную яхту, изготовленную по специальному заказу, за сто миллионов долларов. Как ему это удалось? За последнее десятилетие он стал одной из самых ярких звезд в мире гольфа и одним из крупнейших брендов. Поэтому компании рвутся заплатить миллионы, чтобы их название было связано с его именем. Тайгер Вудс — еще одна знаменитость в области гольфа, и он, вне всякого сомнения, со вре-

менем затмит рекорды Грега Нормана по суммам гонораров за рекламу.

Вот это и называется эксплуатированием репутации для создания собственного бренда и увеличения продаж. Это очень успешная маркетинговая стратегия, приносящая компаниям многомиллионные доходы.

Но вы новичок, и вам закрыт доступ к мировым звездам и баснословным наличным, необходимым для рекламы. Как же быть в таком случае?

Я уже упоминал чуть ранее, что для этого вам не требуются деньги. Вместо этого вы можете предложить акции или любые другие активы. И вовсе не обязательно искать людей с мировой популярностью, как у Грега Нормана или Тайгера Вудса. Просто привлеките в свою команду нужных людей, способных придать значимость вашим идеям. Пригласите тех, кто уже завоевал известность и доверие к себе как к специалисту в своей области, — и дело пойдет совсем по-другому. Перед вами откроются двери, которые раньше оставались закрытыми. У вас появится доступ к рынкам, каналам сбыта или клиентам, которые ранее оставались вне пределов вашей досягаемости. Ваша компания обретет колоссальную ценность, ценность, которую нельзя даже измерить.

Да, вам будет принадлежать меньшая доля в бизнесе, но согласитесь, 80, 70 или даже 50 % процветающего бизнеса гораздо лучше, чем 100 % бизнеса, не стоящего ничего.

Однако не перестарайтесь — в ложном доверии тоже мало смысла. Одного вашего мнения о том, что тот или иной человек обладает репутацией, явно недостаточно. Возможно, доверие к нему будет очень сильным, но если, к примеру, вы занимаетесь балетными костюмами, от футболистов пользы вам никакой. Доверие должно быть уместным. Если вы задумали открыть издательское дело, найдите человека с репутацией преуспевающего издателя и предложите ему членство в правлении и некоторое количество акций в обмен на оказание с его стороны помощи по расширению и упрочению бизнеса.

К доверию, которое вы ищете, могут относиться опыт, контакты и связи, капитал или доступ к капиталу, а также и репутация. Любое из вышеперечисленного окажет вам неоценимую помощь, в особенности если вы новичок и не успели как следует развернуться.

Все дело в привлечении нужных людей в качестве членов правления или партнеров. Люди должны быть заинтересованы в работе с вами, тогда они с удовольствием помогут вам своим опытом и знаниями.

Так что, если вы собираетесь делать деньги из воздуха, используйте предложенную стратегию с самого начала. При правильном применении она просто бесценна.

Откуда мне это известно? Ведь я пользуюсь ею вот уже сколько лет, и она ни разу меня не подвела.

15. Богатые держат связь со всеми клиентами

Самые преуспевающие люди никогда не теряют связи со своими клиентами.

Выделяют два типа клиентов — внешних и внутренних. Штат сотрудников и обычные покупатели.

Говорят, Ричард Брэнсон, вероятно, одна из самых ярких и колоритных фигур современного бизнеса, частенько летает на самолетах своей авиалинии, беседуя с сотрудниками и пассажирами. И это не просто ловкий PR-ход, это необходимое условие — быть в курсе настроений и отношения клиентов и работающих на вас людей.

Пусть даже вы не владеете собственной авиалинией, никогда не вредно поставить себя на место покупателя. Поначалу это не представляется особенно сложным, но чем глубже вы погружаетесь в

бизнес, чем больше подробностей вам открывается, тем больше бдительности вам следует проявлять, чтобы постоянно быть в курсе ситуации на рынке и настроения своих клиентов.

Многие руководители или администраторы считают ниже своего достоинства общаться с покупателями и уж совершенно неприличным спрашивать советов у сотрудников. Они в корне неправы.

Рассказывают одну замечательную историю об одной компании, владевшей крупным заводом-изготовителем. Завод работал бесперебойно — на поточной линии не было рабочих. И вот компания решила найти способы снижения расходов и повышения производительности. Руководство сделало все возможное и считало, что больше сделать уже ничего нельзя. К чести своей, руководители решили обратиться за предложениями к персоналу.

Было получено несколько предложений; и, как ни странно, самое интересное и выгодное поступило от уборщика. На корпоративной лестнице уборщик находится на самой низшей ступени — вот уж к кому руководство точно не стало бы никогда обращаться.

Он предложил выключить постоянно горящий свет. Ведь технике не нужен свет для работы! Эта идея сэкономила компании 120 тысяч долларов на счетах за электроэнергию.

Постоянное внимание к клиентам сегодня имеет большее значение, чем когда бы то ни было, поскольку перемены на рынке происходят с поистине головокружительной скоростью. Во время расцвета Интернета жизнь течет настолько стремительно, что люди приравнивают несколько календарных лет к одному интернетовскому — подразумевая темп развития промышленности.

Дело в том, что каждый год перемены происходят все быстрее и быстрее. Бизнес-лидеры должны быть в курсе тех едва уловимых рыночных сдвигов, от которых зависят потребности и пожелания покупателей. Единственный способ — быть всегда в центре событий.

16. Степень бакалавра по уверенности

Когда вы встречаетесь с преуспевающим человеком, бьюсь об заклад, первое, что сразу бросается в глаза, — это его уверенность и вера в себя. Она настолько непоколебима, что поначалу может восприниматься как надменность.

Преуспевающие люди не оставляют места сомнениям, ведь для них неуверенность в себе подобна раковой опухоли, которая распространяется стреми-

тельно и не поддается контролю. Они постоянно на чеку, не позволяя неуверенности просочиться в их жизнь и погубить все, добытое тяжким трудом.

Уверенность — есть не что иное, как полная и безоговорочная вера в самого себя и собственные способности. Разница между преуспевающими людьми и неудачниками заключается в готовности первых сделать ставку на себя и свои умения, потому что они прекрасно понимают: если они не будут верить в себя, то кто же тогда поверит?

Подобное отношение заразительно. Как цепная реакция. Чем больше вы верите в себя, тем сильнее в вас верят окружающие, а благодаря их вере вы становитесь еще увереннее.

Несомненно, не стоит забывать о критическом, реалистичном отношении и честности при оценке своих возможностей, иначе ваша уверенность будет больше походить на бахвальство.

17. Стали бы вы делать это бесплатно?

Самые преуспевающие люди обладают еще одним характерным качеством, которое и отличает их от окружающих. Определенно, они с удовольствием

делают деньги, но, тем не менее, не деньги послужили причиной их деятельности.

Стинг — известный британский певец и композитор — в интервью с Майклом Паркинсоном заявил, что он бы «делал это и бесплатно».

И это относится не только к Стингу. Это общая черта многих процветающих людей. Они занимаются своим делом из любви к нему. Возьмите любого богатого преуспевающего бизнесмена, и я покажу вам человека, безоглядно влюбленного в свое дело. А иначе успеха достичь невозможно.

Все преуспевающие люди, с которыми я общался, встречался или о которых читал, твердили об одном. *Они бы с удовольствием сами платили за ту работу, за которую им платят другие!* Они искренне удивляются, что получают деньги за работу, которую бы выполняли *бесплатно*.

Если вы не безгранично преданны своей работе, если утро понедельника для вас не праздник — что ж, наверное, вы занимаетесь не своим делом.

И схитрить тут не получится! Если вы любите свою работу, это очевидно, это заразительно.

Если же вы просто плывете по воле волн, окружающие непременно это заметят. Вялость, бездействие передадутся вашим сотрудникам, покупателям и вашим прибылям.

Конечно, не каждый день может стать праздником. Но если вы полны желания изменить мир к лучшему, если вы получаете ни с чем не сравнимую радость от того, что доставляете удовольствие покупателям, помогаете сотрудникам расти и совершенствоваться, успех придет к вам и не заставит себя долго ждать.

Жизнь награждает совершенство. Но вы никогда не достигнете совершенства, если не будете страстно любить свое дело.

Вот вопрос, который вы обязаны задавать себе ежедневно. У вас только одна жизнь — зачем же тратить пусть даже одну минуту и делать то, что вам не по душе?

18. Техника Шерлока Холмса

Данная привычка, возможно, не столь очевидна, но, насколько мне известно, свойственна всем преуспевающим людям:

- во всем происходящем вокруг они пытаются отыскать разгадку;
- они не только слушают, что говорят окружающие, но и читают между строк и анализируют

мотивы чужих поступков. Получаемая информация либо используется ими немедленно, либо откладывается на будущее;

- они всегда интересуются окружающими, как будто постоянно проводят исследования на тему спроса, тенденций, мнений, реакции клиентов, обратной связи сотрудников и так далее;
- перемены в мире волнуют их и не оставляют равнодушными, поскольку перемены означают новые возможности. Они интересуются буквально всем, всегда в поисках новых идей, которые хранятся как «информация о рынке», готовая к использованию в случае необходимости.

Эти люди всегда начеку, расторопны и не упускают ни одной мелочи. Они задают грамотные вопросы и не пропускают возможности выяснить, что затевают остальные. Если вам посчастливится встретиться с таким человеком, вы сразу поймете, о чем я веду речь: он мастерски умеет спрашивать и интересуется вами и вашими делами гораздо больше, чем вы — его.

Одно старое высказывание гласит: «Тот, кто задает вопросы, берет разговор в свои руки». Преуспевающие люди прекрасно знают о себе все, что они знают, поэтому распространяться о своих делах им неинтересно. Но, поговорив с вами, они унесут

больше, чем принесли с собой. Я назвал это техникой Шерлока Холмса.

Занимательная перспектива, не правда ли?

19. Лидеры, курящие за компанию

Вне всякого сомнения, во главе лучших компаний стоят великолепные лидеры, а великолепные лидеры знают, что именно их сила поддерживает и вдохновляет окружающих. Настоящие лидеры поощряют других стремиться к большему, особенно в трудные периоды.

Именно в тяжкие времена настоящий лидер и проявляет себя. И хотя в такой момент у вас более, чем у кого-либо, имеются причины хандрить и забиваться в нору, вы не должны опускать руки, наоборот, проявите мужество, поделитесь своей энергией и вдохновляйте людей на работу. Никогда не забывайте подбодрить сотрудников хорошей шуткой и дать им понять: что бы ни случилось, у вас все под контролем.

Сейчас я поведаю вам одну потрясающую историю. Я не забуду этот случай до конца своей жизни как пример истинного лидерства. Он наглядно демонстрирует, как важно заработать авторитет, выказывая уважение своим сотрудникам в любой ситуации.

Я осматривал здание завода, принадлежащее моему коллеге Керри Ли. Он владел крупной организацией со штатом более чем 300 сотрудников, занимающейся производством химических и нефтехимических препаратов. Проходя по огромным помещениям, я был потрясен, как уважительно относились рабочие к Керри и с каким уважением он обращался к ним в ответ. Он всех называл по имени, ни разу никого не перепутав, как будто все они были одной большой семьей.

Осмотр занял около сорока минут, и, когда мы уже возвращались в офис, Керри заметил трех сотрудников, курящих в опасной зоне, прямо под знаком «Курить запрещено — легковоспламеняющийся материал». Однако сотрудники беспечно курили, очевидно, полагая, что предупреждающий знак к ним не относится.

Я заинтригованно следил за развитием событий, мне было очень интересно, каким образом мой приятель будет разбираться. Он извинился и направился к курящим. Подойдя, Керри попросил сигарету и зажигалку и принялся болтать с ними. Рабочие рассмеялись, очевидно, Керри пошутил.

Потом он потушил сигарету и, прощаясь, указал на знак и небрежно бросил: «В следующий раз, ребята, курите чуть дальше от знака, ладно?»

Кстати, Керри не курит.

20. Лозунг на бампере богатых — «Случаются еще большие пакости»

Без сомнения, вы не раз видели на автомобилях лозунг, гласящий «Пакости случаются». Это относится ко всем без исключения, ведь дела рано или поздно могут пойти наперекосяк.

Чем больше ваш бизнес и чем быстрее он развивается, тем выше вероятность этих самых пакостей. И если вы стремитесь к быстрому росту, могу вас уверить, что не будет проходить ни одного дня, когда все будет идти по плану, как вы задумали.

Некоторые люди не умеют решать проблемы. Преуспевающим же это по плечу. Они мысленно готовят себя к этому, отдавая отчет в том, что проблемы являются неотъемлемой частью ежедневной работы и умение их решать, сохраняя хладнокровие, окупится стократ.

Это качество, достойное восхищения и, кстати сказать, весьма редкое. К счастью, оно не является врожденным. Этому возможно обучиться при помощи мысленной подготовки. Но вы должны принять решение заранее и понять, что пакости случаются, хотите вы того или нет. Зато когда они свалятся на вашу голову, вы будете во всеоружии.

Понятное дело, это вовсе не означает, будто вы не должны планировать наперед во избежание бу-

дущих неприятностей. Однако, как бы вы ни готовились, что-то так или иначе не сложится. Не дайте застигнуть себя врасплох.

21. Как творить чудеса?

Даже самые умные и опытные работники с удовольствием слушают слова похвалы, когда их хвалят за отлично проделанную работу. И если от вас они их не дождутся, то отправятся на поиски другого босса, умеющего ценить хороших сотрудников.

Так что пару-тройку раз за день выбирайтесь из своего кресла и выходите пообщаться с подчиненными. Поощряйте их делиться с вами своими достижениями, рассказывать о проблемах и сообщать о требуемой помощи. Это кажется очевидным, но девять из десяти подчиненных скажут вам, что такого просто не бывает.

Самое главное — не забывайте напоминать своим сотрудникам, что их труд важен и ценен не только для компании в целом, но и для вас лично. Публично хвалите их при любой удобной возможности.

Если вы сумеете создать атмосферу, где людей ценят и поощряют делать именно то, ради чего их наняли, вокруг вас начнут происходить чудеса.

Самые преуспевающие люди берут себе за правило хвалить и поощрять своих сотрудников. Эту привычку вам следует сформировать, она должна стать вашей второй натурой. Она поможет вам достичь максимальных результатов посредством высокого качества работы других.

22. Вовремя удалитесь от дел

Один из основных принципов получения денег из ничего — внедрять в свой бизнес системы. А один из краеугольных камней данного принципа — «работать в бизнесе, не участвуя в нем», нанимая людей для управления системами.

То есть, когда вы наберете сотрудников, обучите их и удостоверитесь в том, что сделали хороший выбор, *самое время уйти с дороги.*

Это означает, что вы должны передать бизнес своим *сотрудникам*, позволив им совершать ошибки и по мере необходимости приходить к вам за советом и наставлением. Иными словами, это означает уйти с дороги ваших сотрудников.

Если вы к этому не готовы, зачем же тогда вообще их нанимать? Можно все делать самому, но богаче вы таким образом не станете.

Самые преуспевающие люди интуитивно это чувствуют и потому всегда стараются брать к себе самых лучших. И они достаточно умны, чтобы вовремя уйти со сцены.

23. Богатые нанимают только «гигантов»

Нанимая самых лучших людей и предоставляя им свободу действий, вы формируете в компании особую атмосферу. Как сказал Дэвид Огилви, вы должны создавать компанию «гигантов». Принимая в команду людей меньше себя, вы создаете компанию карликов. Принимая в команду людей выше себя, вы создаете компанию гигантов.

Уважая людей и наделяя их ответственностью, вы освобождаете выход мощной энергии. Руководители многих компаний не рассматривают своих людей в качестве активов. Но процветающие бизнесмены прекрасно осознают роль персонала и трезво оценивает вклад, который эти люди вносят в общий успех компании. Они знают, как максимально использовать заложенный в работниках творческий потенциал.

Спросите любого, кто когда-либо работал на Дэвида Шайна — основателя компании «Comtech», —

и вы поймете, что я имею в виду. Поговорите с любым его сотрудником, и вам начнет казаться, что он для них почти бог. Нет ничего удивительного в том, что ему удалось создать одну из самых успешных в Австралии IT-компаний в рекордные сроки.

Руководители, подобные Дэвиду, и тысячи других преуспевающих людей по всему миру не только полностью используют человеческие активы, но и стараются извлечь максимальную пользу из любого ресурса, имеющегося в их распоряжении. Они на полную мощность используют человеческий капитал, оборудование и прочие активы компании, снижая до минимума расходы и увеличивая производительность.

• *24. Богатые вдохновляют окружающих*

Понаблюдайте за людьми, подобными Дэвиду Шайну, и вы легко разглядите человека, обладающего невероятным даром вдохновлять людей и помогать им проявлять самые свои лучшие и достойные качества. Им удастся *завоевать* (не требовать) истинное уважение окружающих. Они подают замечательный пример настоящего лидера, поручая

сотрудникам только те задания, которые готовы выполнять сами.

Они не закатывают истерик и не теряют присутствия духа, если что-то не ладится. Они сплачивают усилия и учат людей нести ответственность, не наказывая их в случае ошибок. Они культивируют в своих сотрудниках чувство собственного достоинства и гордости за свою работу, а не чувство страха.

Когда дела выходят из-под контроля, они просят своих людей немного поднапрячься, это намного лучше, чем раздавать небольшие вознаграждения, когда дела идут хорошо.

Они прекрасно понимают, что каждый человек в их организации необходим для бесперебойного ее функционирования, как шестеренки в огромном механизме — если одна сломается, вся машина остановится или, по меньшей мере, не будет работать отлаженно.

Один мой коллега резюмировал данную мысль на еженедельном собрании: «Человек, отвечающий на телефонные звонки, не менее важен, чем главный администратор. Если на звонки не будут отвечать быстро и эффективно, администратор не сможет выполнять свои обязанности, так как ему придется постоянно говорить по телефону».

Думаю, это великолепный, хотя и простой, пример создания мотивирующей атмосферы: служа-

щие, отвечающие на телефонные звонки, в этой компании приходят на работу с сознанием того, что они не просто исполняют свои рабочие функции, а являются частью большого и сложного организма. Выполняя свою часть работы, они позволяют остальным членам команды эффективно трудиться.

Нет ничего удивительного в потрясающем сервисе и счастливых, радостных голосах, которые вы слышите, позвонив в эту компанию.

25. Неудача — это не трагедия

Неудача! Наше сознание с самого рождения отравляют мыслью о том, что успехом можно гордиться, а вот неудач нужно стыдиться и всячески их избегать.

Мы тратим слишком много времени на попытки преуспеть, избегая неудач, поэтому никогда не добиваемся того успеха, которого могли бы добиться, если бы нас учили справляться с неудачами.

Успех и неудача — это вовсе не противоположные стороны одной медали. Это одно и то же. Вам не видать успеха без риска и падений, но если мы несем социальное, финансовое и эмоциональное наказание за ошибки, можем ли мы тогда даже надеяться на успех? Ответ: не можем или в лучшем случае можем надеяться на весьма скромный успех.

Во всем виновато общество. Мы несем наказание за любые ошибки — укор «мы должны были знать это». В детстве, несмотря на некоторую свободу действий, нас критиковали за ошибки и приучали избегать их. Но чем старше мы становились, тем строже и резче звучала критика в наш адрес в случае ошибок.

Это превратило нас в нацию, боящуюся ошибок.

Я не раз присутствовал на различных собраниях и каждый раз обнаруживал, что пытаюсь анализировать причины отсутствия прогресса. Все обсуждение сводилось к «прикрыванию тылов» и попыткам избежать любого риска, хотя основной целью собрания было достижение прогресса.

Подумайте об этом! Если некто работает в среднем или высшем управленческом звене и ему предоставляется какая-то возможность, вот как развивается сценарий...

Если этот человек решает воспользоваться возможностью и терпит неудачу, он рискует потерять работу и еженедельный чек. В случае же положительного результата он ничего не выиграет, даже не удостоится публичного признания.

Присутствуя на различных собраниях, я уже в самом начале видел окончательное решение — НЕТ!

Я обучаю своих сотрудников, когда следует ожидать отрицательного ответа при общении с другими компаниями. Они знают, что это неверный ответ и

совсем не тот, что мне хотелось бы слышать. Я приучаю их идти до конца, до победного конца, пока они не получат положительный ответ.

Какой же урок отсюда можно извлечь?

Если вы стремитесь к успеху, вам следует быть готовым к провалам и учиться не обращать внимания на критику окружающих. Но я могу вас уверить, что стоит вам оступиться, как в случае с Юлием Цезарем и Брутом, именно ваши самые рьяные сторонники накажут вас за ошибку. Ведь «ошибки», как правило, не приветствуются, в особенности когда вы «верили» в свою удачу. Маловероятно, что бывшие сторонники, жаждущие крови, дадут вам второй шанс.

Преуспевающие люди знают об этом, но обладают достаточным мужеством и верят, что эта неудача — крупная или мелкая — временная и они еще поборются. Благодаря своей ошибке они приобрели новые знания, которые помогут им добиться еще большего успеха.

Неважно, насколько высокого вы о себе мнения, рано или поздно вы столкнетесь с неудачами, и, если вам не удастся выдержать бурю, это может оказаться вашим первым и последним шансом.

Неудачи не стоит стыдиться, это не смертельно. Настоящий провал вас ожидает, когда вы опустите руки и перестанете пытаться, вот тогда вы потерпите решающее поражение.

26. Быть богатым — значит продвигать свои мечты

Те, кто достиг феноменального успеха, большую часть времени продвигают свои мечты, знакомят с ними остальных, чтобы те помогли претворить эти мечты в жизнь.

Эта привычка связана с привлечением людей, которые добровольно готовы вложить свои силы в вас и, соответственно, в вашу мечту, и хотят стать ее частью. Если вы не сможете мобилизовать нужных людей, вам никогда не достичь желаемых результатов.

«Продвигать мечты» нужно всегда, с кем бы вы ни имели дела — с работниками, клиентами и партнерами по бизнесу. Продвигайте свою мечту при любой возможности, это главный шаг к созданию чего-нибудь стоящего из ничего, то есть к получению денег из воздуха.

27. Будьте умным — верьте в свою мечту

Доктор Роберт Г. Шулер определяет веру как «прыжок через пропасть между ведомым и неведомым, доказанным и недоказанным, реальным и вероятным».

Безошибочность, создание бизнеса, особенно с нуля, требует колоссальной веры в себя. Люди, добивающиеся успеха, обладают большим запасом уверенности и, как правило, весьма в ней нуждаются.

Получение денег из воздуха — задачка непростая, ведь если бы все было так легко, каждый мог бы проснуться утром и заработать кучу денег. Для этого требуются мужество, умения и, кроме всего прочего, неугасающая вера в свои силы, особенно когда дела идут не так, как вы планировали.

Легко быть храбрым и сильным, когда все в порядке и идет как по маслу. Однако если вы строите нечто новое, у вас нет ни одной отправной точки для проверки правильности своих действий, поскольку большая часть работы окупается лишь годы спустя.

Это открывает дорогу сомнениям и неуверенности, но, хуже всего, приводит к потере веры в себя. Не допустите подобного — это похоронный звон по вашему бизнесу. Преуспевающие люди никогда не позволяют этому случиться и продолжают верить в себя даже тогда, когда остальные давным-давно утратили веру.

Когда дела идут наперекосяк, вы можете лишь остановиться, сделать шаг назад и посмотреть на ситуацию с иной точки зрения. Если это была изначально хорошая идея, значит, она осталась таковой

и сейчас. Преуспевающие люди все время идут вперед, продолжая верить в мечту.

Остальные же быстро сдаются и вскоре сходят с дистанции. Верьте в мечту.

28. Наберитесь мужества — сделайте шаг вперед!

***Будьте готовы довериться инстинктам, особенно если
нигде больше не можете найти ответа.***

Брайан Кослоу

Чтобы доверять своим инстинктам, требуется изрядная доля мужества.

Многие люди так долго подавляли собственные инстинкты, что давным-давно утратили связь со своей внутренней сущностью и перестали прислушиваться к внутреннему голосу. Чтобы вновь обрести веру в себя, требуется немало мужества.

Верить в себя, когда все вокруг хнычет и жалуется, не совсем естественно. Нас с детства приучали быть как все и соглашаться с общественным мнением. И когда девять из десяти человек говорят, что черное — это белое, мы ощущаем непреодолимое желание согласиться.

Это называется социальным одобрением.

Это непреложный закон общества, в котором мы сегодня живем. Мы верим в то, что говорит толпа, даже если она в корне не права. Именно так подпитываются слухи и сплетни.

Плыть против течения, выражать несогласие и спорить — на это нужны смелость и сила духа, ведь ваше поведение наверняка не вызовет одобрения и поддержки. Преуспевающие люди никогда не теряют мужества, даже если ничего больше у них не остается, и всегда верят в себя. Ведь если вы не будете верить в себя, то кто же поверит?

29. Истинно великие люди никогда не забывают о других

Думаю, главное испытание на величие — это скромность.

Джон Раскин

Пэт Рафтер — один из наиболее преуспевающих и уважаемых австралийских теннисистов — однажды получил награду не за игру, а за проявленную скромность. В тот раз он проиграл Горану Иванишевичу в финале Уимблдонского турнира. Рафтер поздравил своего соперника и назвал его лучшим игроком дня и заслуженным победителем.

Истинные чемпионы прекрасно знают о своих талантах, но никогда не забывают, что они всего лишь люди и ничем не лучше, чем остальные, не имеющие таких же талантов. Они никогда не забывают тех, кто поддерживал их и всегда был рядом, усердно трудясь и оставаясь при этом в тени. Они никогда не забывают менее удачливых.

Скромность вовсе не означает, что чемпионы не работают изо всех сил, не стремятся к успеху и любят проигрывать. Эти качества вполне уживаются со скромностью и помогают им удержаться на вершине. Чтобы быть чемпионом в жизни, спорте или бизнесе, вы можете выигрывать и гордиться своими победами, но не хвастаться ими на каждом углу.

Наверное, никто не падает с пьедесталов быстрее, чем надменные гордецы. С гордыней нужно бороться и не дожидаться того дня, когда вы споткнетесь и упадете, сильно ударившись о землю.

Не думаю, что нашлось много сочувствующих Энтони Мундину, когда недавний боксерский поединок он завершил лежа на спине без сознания, после того как отпускал резко отрицательные комментарии по поводу террористического акта 11 сентября. Мундин повел себя высокомерно и вызывающе. Но подобное поведение стоило ему целого состояния, и после допущенной ошибки он с трудом оправился.

Я познакомился с Джоном Макграфом из компании «McGrath Partners» в 1994 году. На сегодняшний день его жизнь — одна из самых ярких историй Австралии. Он был приглашен в качестве оратора в отель «Gazebo», а я входил в число двух сотен гостей, слушавших историю Джона. Он говорил около часа, и большую часть его рассказа я не помню. Но вот то, что он сделал в конце, потрясло меня до глубины души и навсегда отпечаталось в моей памяти.

Джон говорил об успехе. На последних двух минутах он поинтересовался у публики, хочет ли она узнать величайший секрет относительно денег. Понятное дело, гости согласно закивали головами. Тогда Джон попросил всех встать и, достав из карманов и бумажников купюры от доллара до пяти, взять их в правую руку. Затем мы должны были подбросить купюры вверх, чтобы они упали на пол. Якобы это простое действие поможет нам вернуть в десять раз больше.

Как и большинство в зале, я был заинтригован и уже раздумывал о том, как мои три доллара обернутся целыми тридцатью. Но на самом деле я получил намного больше. Когда все деньги упали на пол, Джон попросил всех сесть, оставив купюры лежать на полу. После того как все расселись по местам, он пояснил, что перед презентацией он зашел в зал проверить уровень звука. Предыдущее меро-

приятие закончилось позже намеченного, и служащие отеля лихорадочно пытались навести в помещении порядок.

День выдался довольно жаркий, и с уборщиков пот лился градом, но они продолжали усердно работать. Джон чувствовал, что об этих людях никто не вспоминал и что лежащие на полу деньги — по моим подсчетам, около 700 долларов — окажутся для них настоящим сюрпризом, когда после нашего мероприятия в десять часов вечера они вновь придут для уборки.

Я был чрезвычайно тронут и поражен. Эта история подарила мне новый взгляд на скромность и на тот факт, как важно помнить о тех, кто работает, оставаясь невидимым. Если бы Джон не сделал этого, все были бы точно так же впечатлены его речью и благодарны за возможность услышать ее. Однако один этот поступок может многое поведать о Джоне и о его уникальности.

30. Богатые умеют находить нужные слова

Искренняя похвала заставляет людей чувствовать себя особенными, но искренняя похвала на публике заставляет их сворачивать горы.

Критика же, напротив, приводит людей в уныние и обладает прямо противоположным эффектом.

Конечно, конструктивная критика входит в ваши обязанности, ведь всем нам приходится чему-то учиться. Но критиковать на публике глупо и неразумно, это отрицательно сказывается и на самоуважении объекта критики, и на статусе обидчика.

Вы никогда не услышите обидных слов от человека, обладающего великолепными коммуникационными способностями, а уж тем более вы не услышите их на публике. Преуспевающим людям прекрасно известна и вдохновляющая, и разрушительная сила обоих инструментов — похвалы и критики, — и они умеют разумно ее использовать, применяя критику выборочно и со стратегической целью.

Если вы не умеете пользоваться этим мощным оружием, вы лишь подорвете боевой дух и не добьетесь положительных результатов. Преуспевающие продавцы никогда не отзываются пренебрежительно о своих конкурентах в присутствии клиентов (независимо от того, что они думают в глубине души), преуспевающие спортивные менеджеры никогда не станут выяснять отношения с членами команды прилюдно, хорошие родители никогда не воспитывают детей в присутствии друзей, счастливые супруги ни за что не станут вывешивать на все-

общее обозрение грязное белье — как бы они ни злились и как бы ни был велик соблазн.

Требуется годы, чтобы развить самоуважение, и секунды, чтобы уничтожить его. Будьте созидателем. Пусть это станет вашей привычкой.

31. Сделайте счастливыми своих сотрудников

***Положительные отношения с сотрудниками
выливаются в положительные отношения с клиентами.***

Тодд Ингландер

Ваши сотрудники всегда находятся на передовых позициях в отношениях с клиентами. В ваших интересах делать своих клиентов счастливыми, и точно так же вы заинтересованы в том, чтобы сделать счастливыми своих сотрудников.

Несомненно, стимулы и знаки признательности поднимут боевой дух вашей команды на невиданную высоту. Но есть и еще один способ добиться преданности и высочайшего качества работы — открыто признавать заслуги ваших людей в присутствии друзей, коллег, клиентов и членов команды.

Также очень важно дать им понять, что вы доверяете им и наделяете их полномочием принимать решения. Поначалу вам, возможно, захочется удостовериться, что они не злоупотребляют своими полномочиями и умеют делать правильный выбор. Но если вы отбираете в свою команду лучших людей, то скоро обнаружите, что процесс идет без сбоев, даже если вы не принимаете непосредственного участия в нем.

Проявленное доверие заставит сотрудников почувствовать свою значимость и ценность, и они в свою очередь приложат максимум усилий, чтобы сделать ваших клиентов счастливыми, а ваш бизнес процветающим.

Самые преуспевающие люди устанавливают высокие стандарты исполнения и ожидают от своих сотрудников постоянного совершенствования в собственной работе.

Те из работников, кто превосходит ожидания или установленные нормы, справляется с проектами раньше сроков или проявляет инициативу, заслуживают соответствующего признания и поощрения. Многие компании предлагают денежные премии или подарки, но вы, если пожелаете, можете проявить в этом вопросе творческий подход. Вознаграждение, которое человек не сможет позво-

лить себе сам, но которое стало бы для него приятным сюрпризом — массаж, поездка на выходные, экскурсия на вертолете, личный дворецкий на всю неделю и тому подобные вещи.

Денежные премии забываются и воспринимается зачастую как компенсация, а вот приятный сюрприз будет рассматриваться как поощрение за хорошо проделанную работу.

Пригласите сотрудника и его семью в хороший ресторан. Предложите ему посетить дорогой престижный бутик и оплатите счет за покупки. Подарите отличившемуся работнику DVD-плеер, видеокамеру или CD-плеер. Устройте вечеринку для него и для всего отдела.

Если вы собираетесь превратить такой подход в традицию — что я бы настоятельно рекомендовал, — помните: ваше поведение должно быть последовательным, а не прихотью на пару недель.

Зачастую босс с большой помпой запускает программы поощрения и вознаграждения, они действуют пару недель, а затем потихоньку чахнут и исчезают в небытие, и все потому, что они не являются органичной частью общей культуры компании. Это весьма серьезная ошибка и упущенная возможность.

Итак, насущный вопрос звучит следующим образом: как вы собираетесь организовать последовательную и эффективную программу вознаграждения? С подобной проблемой я столкнулся в 1994 году, когда мой издательский бизнес начал разрастаться с просто-таки космической скоростью. После длительных и мучительных размышлений я придумал простую, но невероятно эффективную и дешевую программу. Я назвал ее «Звездная система».

В школе, во времена моего детства, учителя за хорошую учебу давали нам золотую звезду. Я воспользовался этой простой идеей и объявил всем сотрудникам, что на еженедельном сорокапятиминутном собрании всего персонала любой может наградить «звездой» своего коллегу за отличную работу, достижение или гениальное предложение.

Звезда присуждалась за превышение показателей реализации или что-то менее материальное, например выполнение работы раньше установленного срока, заключение крупной сделки или разработка нового дизайна. В общем, она доставалась тому, кто проявил талант, инициативность и приложил дополнительные усилия.

Во время проведения награждения выбранный человек выходил вперед, получал звезду и поздравления и аплодисменты всех сотрудников. Звезды

были довольно большие, размером с лист формата А4, и должны были размещаться рядом с рабочим местом или на доске. Всем сотрудникам мы раздали список наград, таким образом, они могли собирать звезды, а затем обменять их на любой подарок из списка по выбору:

- Три звезды = шведский массаж.
- Четыре звезды = плеер «Sony».
- Пять звезд = обед на двоих.
- Десять звезд = ночь в пятизвездочном отеле.

И так далее.

Награждение звездами превратилось в неотъемлемую часть наших еженедельных собраний. Поначалу мне приходилось подбадривать людей, мало кто высказывался охотно, а награждаемые робели и смущались. Но я не сдавался, и через некоторое время эта традиция прочно пустила корни, а победители полюбили получать признание из уст своих коллег.

Каждую неделю все больше и больше сотрудников получали заслуженные награды, каждую неделю мы раздавали по десять, двадцать, а иногда и по тридцать звезд. Наши люди творили невероятные чудеса, буквально из кожи вон лезли, чтобы сделать

что-то лучше, быстрее, интереснее, чтобы усовершенствовать и упрочить наш бизнес. В результате мы создали потрясающую компанию и сформировали чудесную атмосферу — люди с удовольствием приходили на работу и преданно нам служили.

Возможно, вам покажется, что такая традиция обошлась нам чересчур дорого, ведь за все звезды нужно было платить. И мы действительно платили, но не слишком много.

Почему не много? Видите ли, звезды сами по себе и публичное признание были намного важнее вознаграждения. Чтобы его получить, нужно было собрать звезды и обменивать их, а большинство сотрудников как-то не горели желанием этим заниматься. Признание коллег и руководства значило гораздо больше, несмотря на то что вознаграждения стоили сотни долларов, а звезда лишь пару центов.

Звучит неправдоподобно, я знаю, но такова сила данной традиции.

Однако чтобы добиться высочайшего качества исполнения, вам не нужно заходить так далеко. Самое главное — наглядно продемонстрировать вашу высокую оценку и благодарность, заставить людей почувствовать себя особенными.

32. Выйдите из игры, прежде чем она остановится

Как мы уже не раз обсуждали, нет смысла думать, будто вы увеличиваете денежный потенциал просто потому, что владеете бизнесом, приносящим доход.

Умные люди знают, что заниматься бизнесом они будут не вечно, придет день, и они захотят уйти. Для некоторых это и есть конечная цель. Преуспевающие люди заранее разрабатывают план отступления и точно знают, когда нужно уйти. Такие действия требуют планирования и предусмотрительности, поскольку определить подходящее для ухода время не так-то просто.

Около четырнадцати лет назад я участвовал в переговорах о покупке предприятия, производящего часы. Владелец оказался пожилой человек лет под семьдесят, крайне заинтересованный в продаже предприятия. Мы произвели тщательные подсчеты и установили, что данное предприятие стоит на 200 тысяч долларов дешевле заявленной цены в 1 миллион. После многих недель переговоров владелец так и не отступил от первоначальной суммы, и нам пришлось отказаться от сделки.

Восемь лет спустя я узнал, что этот человек все еще пытается продать предприятие, упорно держа цену в 1 миллион, но в силу его возраста и потери

деловой хватки предложений ему практически не поступает. Совершенно очевидно, что почтенный джентльмен потерял целое состояние. Когда-то его бизнес действительно стоил больших денег, но годы таяли, а вместе с ними таяла и стоимость активов. Даже если бы он нашел покупателя за 1 миллион долларов, что, впрочем, маловероятно, его доход оказался бы намного меньше, чем 800 тысяч, которые мы предлагали ему восемью годами ранее.

Если вы эмоционально слишком привязаны к своему бизнесу, в подобную ловушку угодить довольно легко. Я продал свой бизнес на год позже, чем следовало бы. Это промедление обошлось мне в 900 тысяч долларов.

Идеальное время для продажи предприятия — когда вы уже достигли пика успеха и все приходят в восторг от ваших достижений и восхваляют ваш ум. Конечно, все это приятно, но жизнь за счет греющей душу похвалы может стоить вам больших денег. Это вам подсказка: самое подходящее время расслабиться и наслаждаться счетом в банке.

Знать, когда удалиться и иметь продуманный план отступления — очень важная составляющая способности делать деньги из воздуха, а оптимальное время для выхода из дела — когда ваш бизнес пребывает в расцвете.

33. Богатые нанимают людей, когда в этом нет необходимости

По закону подлости, самых лучших специалистов практически невозможно найти именно тогда, когда они нужны вам позарез. Эти люди лучшие в своем деле и потому они заняты где-то в другом месте.

Итак, чтобы стать «деловой ищейкой», вы должны находиться в постоянном поиске лучших людей. И если вам встретятся таковые, немедленно приглашайте их к себе на работу, даже если у вас еще нет для них места.

Со мной такое часто случалось, не застрахованы от этого и вы. Бывает, в течение дня я встречаю кого-нибудь — приветливого портье в отеле или талантливое торгового агента, работающего с нами, — и, если замечаю в нем нечто особенное, то все время, пока общаюсь с ними, собираю об этом человеке сведения, задавая дополнительные вопросы относительно него самого и выполняемой им работы.

Узнав все, что мне нужно, я делаю ему комплимент и сообщаю, что если он вдруг решит искать новую работу, то мне будет исключительно приятно иметь такого сотрудника. Я стараюсь быть максимально тактичным, ибо у меня и в мыслях нет

обидеть этого человека или его теперешнего работодателя.

Иногда люди сразу заинтересовываются моим предложением, некоторые так ни разу мне и не звонят. Однако я пришел к выводу, что это оптимальный способ поиска толковых и талантливых сотрудников.

Если таким образом подобрать никого не удастся, а людей найти нужно, я бы не советовал обращаться в кадровые агентства. Данный способ поиска слишком медленный, слишком дорогостоящий и, как правило, не результативный (по крайней мере, лично для меня). Я обычно даю объявление в газету. Позже я расскажу о том, как это лучше сделать.

34. Разве вы в тюрьме?

***Момент, когда вы считаете себя непобедимым, —
это начало вашего конца.***

Брайан Шер

Неуверенные в себе неудачники стараются спрятать свои сомнения и нерешительность за пустой бравадой, надменностью, бесчестностью и наглостью. Они не признают собственных слабостей.

Таких людей распознать очень легко, они видны за версту. Они полагают, их бахвальство способно кого-то обмануть, но в итоге они обманывают лишь самих себя. Уверен, среди ваших знакомых наверняка найдется хоть один подобный экземпляр.

Все это глупо и печально. Если у вас есть слабости, не стоит из-за этого комплексовать, признайте их, посмейтесь над ними и превратите их в свои достоинства. Слепой вполне оправданно ощущают свою ограниченность в возможности видеть окружающий мир, но может сделать выбор и не считать себя «жертвой», а научиться жить полноценной жизнью.

Несколько лет назад меня пригласили на встречу, где в качестве приглашенного оратора выступал У. Митчелл. Если кто-то не знаком с его выдающейся историей, У. Митчелл перенес две страшные аварии, после которых у него оказались парализованы ноги и было обожжено 65 % поверхности тела. В огне у него практически сгорели все пальцы на руках. Врачи пересадили кожу ему на лицо, ампутировали два пальца на ногах и пришили их к рукам, чтобы он мог пользоваться ими как большими пальцами.

До несчастных случаев он был процветающим бизнесменом, счастливо женат, но случившаяся трагедия, длительный период выздоровления и фи-

зические увечья привели к тому, что он в одночасье потерял и бизнес, и жену.

Этот человек является потрясающим примером внутренней силы. Несмотря на ужасные увечья, инвалидность и беспомощность, У. Митчелл смог поправиться и начать жизнь заново: основать еще одну компанию и добиться колоссального успеха.

Представьте, каково это: быть молодым, здоровым, иметь все, ради чего стоит жить, и за пару дней оказаться в теле, которое вы не узнаете, а впереди вас ожидает довольно туманное и не особо светлое будущее. Вообразите, каким страхом и мрачными мыслями наполнена ваша теперешняя жизнь, в обстоятельствах, которые вы не в состоянии изменить. Жизнь изменилась для вас навсегда — назад возврата нет.

Когда я слушал Митчелла, моя первая реакция была похожа на реакцию большинства — смесь восхищения и неверия. Он проехал в коляске мимо моего кресла к передней части зала и начал речь словами, которые я не забуду до конца жизни: «Некоторые люди находятся в тюрьме, другие заперты за решеткой... Мы все в чем-то бессильны — в чем ограничены лично вы? До аварии я был в состоянии заниматься 10 тысячами дел, а занимался лишь не-

сколькими. Сейчас я могу делать только 9 тысяч 900 вещей, но стараюсь успеть как можно больше».

Вот вам вопрос, над которым неплохо было бы поразмыслить: что тянет вас назад? Страхи или слабости? Что вы в состоянии сделать вопреки вашему же собственному мнению? Дело не в том, что вы не можете сделать этого физически, а в том, что мысленно заперли себя в тюремной камере и выбросили ключ.

В слабости или страхе нет ничего противоестественного, но если вы хотите достичь желаемой цели, вам придется научиться преодолевать страх и превращать свои недостатки в достоинства. В противном случае ваша жизнь будет наполнена одним разочарованием, а желанная цель останется такой же далекой и недостижимой.

35. Бежать быстрее — прыгать выше

Нет никаких сомнений в том, что преуспевающих людей от неудачников, помимо всего прочего, отличают невероятно высокие планки, которые они для себя ставят. Они требуют от себя гораздо большего, чем остальные, и никогда не снижают планку, а только повышают ее.

Многие люди приучены достигать стандартов, установленных другими — боссом, учителями, родителями или политикой компании. Подойти достаточно близко — это уже хорошо, и все довольствуются минимумом.

Преуспевающие люди берут за правило быть в курсе *мировой практики*. Они следят за ведущими специалистами в той или иной области и стремятся пойти еще дальше.

То же самое относится и к ведущим спортсменам, оценивающим свой успех по мировым рекордам, делая их точкой отсчета для собственных достижений. Как только мировой рекорд побит, они поднимают собственную планку еще выше. Преуспевающие люди предъявляют к себе самые высокие требования и каждый день сами бросают вызов. Нет ничего удивительного, что это отражается на всех аспектах их жизни.

Если вы когда-нибудь общались с чемпионом, более чем уверен, вы нашли его выдающимся человеком. Они повышают свои стандарты не потому, что это легко, а потому, что это приносит им чувство удовлетворения от достигнутого и они знают, со временем это все окупится стократ.

Такое отношение требует настойчивости, энергии и ежедневного обязательства быть лучше, чем

ты есть, — на такую дисциплинированность обычные люди неспособны.

36. Ценнее золота

Почему так получается: многие люди пытаются улучшить свою жизнь, имея в своем распоряжении тысячи книг на данную тему, аудиокассеты, публикации и видеоматериалы, но все равно остаются на одном месте?

Могу вас уверить, это не имеет ничего общего ни с образованием, ни с позитивным мышлением, ни с прикладываемыми усилиями, силой воли или самодисциплиной.

Что именно не так делают те, кто искренне прикладывает все возможные усилия, но, тем не менее, продолжает ходить по кругу? Доктор Максвелл Мальтц в своей книге «Психокибернетика» приходит к интересному выводу: проигрывают те, кому недостает самоуважения или у кого отсутствует должное представление о себе. Каждый раз, когда ситуация не соответствует созданному личному образу, она не получает разрешения.

Это весьма интересная мысль, поразмышляйте над ней.

Она объясняет, почему те, кто искренне хочет похудеть, не могут соблюдать определенный режим питания, почему новогодние обещания, как правило, не соблюдаются, почему большинство людей постоянно откладывают на завтра то, что можно сделать сегодня. Самоуважение — решающий фактор, определяющий в конечном итоге, почему люди могут или не могут достигать поставленных целей. Например, если человек видит себя физически или умственно неполноценным (независимо от того, реальность это или его собственное воображение), ему никогда не видать успеха. И неважно, сколько усилий он приложит. Искаженное представление о самом себе устанавливает верхний предел достижениям и возможностям, независимо от существующей реальности или наличия талантов и способностей.

Возьмите, к примеру, ребенка, немножко неуклюжего, с не совсем хорошо развитой координацией, которого постоянные критические замечания и насмешки заставили поверить в собственную физическую неполноценность. Его не принимают в игры, что только подтверждает его мнение о себе. Он может брать уроки, смотреть видео, тренироваться на многочисленных снарядах, чтобы развить должные умения, но он никогда не достигнет высо-

кого уровня в игре. С другой стороны, возьмите незрячего человека, который бегаёт на марафонские дистанции, ходит в походы и занимается альпинизмом, — он не поддаётся всеобщему убеждению, будто слепые люди не могут ставить перед собой таких целей.

Самые позитивные мысли не возымеют никакого эффекта, если не будут соответствовать представлениям и убеждениям, прочно укоренившимся в подсознании. Проще говоря, если вы искреннее верите, что не способны что-то сделать, вы не сможете этого сделать.

По этой причине преуспевающие люди берегут самоуважение как зеницу ока, как золото, холят и лелеют его каждый день. Они избегают людей и ситуаций, угрожающих их самоуважению. Ничто так пагубно не сказывается на успехе, как отсутствие самоуважения.

37. С кем поведёшься, от того и наберёшься

С кем поведёшься, от того и наберёшься. Все очень просто.

В мире полно людей, изувеченных жизненными неурядицами, неудачами и негативным настроением, которые просыпаются каждое утро с ненавистью в душе. Они ненавидят свою работу, ненавидят транспорт, толпу, повышения цен — все это они ненавидят, ненавидят, ненавидят.

Жизнь превратила их в боязливых, трусливых созданий, во всем они видят лишь темную сторону, прячутся от риска, насмешек и всего, что могло бы изменить их привычную, однообразную жизнь. Такие люди без конца жалуются и хнычут, обожают сплетничать и смаковать чужие ошибки и неудачи. Они, как правило, создают проблемы, но не пытаются искать решений.

Подобные люди высасывают из вас жизненные силы. Они опасны, потому что угрожают вашему успеху. Однажды вы можете обнаружить, что ваш запас энергии ограничен, а эти люди — будь то семья, супруг, родители, коллеги, друзья или начальник — будут потихоньку тянуть ее из вас, пока не выжмут вас до предела.

Думаю, вы сталкивались с чем-то подобным. Вы просыпались утром бодрым, полным свежих сил, и вдруг на вашем пути появлялся кто-то, кто тут же начинал скулить и жаловаться на какие-то пустяки. В считанные секунды ваше радужное настроение

улетучивалось, руки опускались, а взгляд тускнел, и вам хотелось забраться обратно в постель и укрыться одеялом с головой. Да, вне всяких сомнений, всем нам доводилось сталкиваться с такими людьми, но их нужно избегать любой ценой, иначе ваша цель так и останется несбыточной мечтой.

Успех достигается в команде, редко кто добивается его в одиночку. Преуспевающие люди не подпускают к себе человека с негативным настроением, избегают отрицательного окружения, а напротив, стараются «заселить» свой мир теми, кто способен им помочь и поддержать их дух и мысли.

Никогда не выбирайте себе друзей, руководствуясь наличием у них денег. Деньги сами по себе не означают успеха, ибо он складывается из множества компонентов: оптимизма, позитивного отношения к жизни, решительности, жажды знаний и готовности идти на риск. Если ваши друзья преуспевают, вы заразитесь их оптимизмом и стремлением отыскать как можно больше возможностей, чтобы преуспеть самому.

Будьте осторожны с людьми, которые способны повлиять на ваше чувство самоуважения, поскольку это имеет далеко идущие последствия. Внимательно следите за предупреждающими знаками и дайте себе слово, что все, кто не заботится о своем

самоуважении — включая родителей, друзей и коллег, — должны быть удалены из вашей жизни хирургическим путем, если остальные методы не действуют.

Иногда это очень тяжело и болезненно, особенно если в роли скептика выступает один из ваших родителей. Не так-то просто найти себе другого родителя, но если вы действительно хотите исцелиться, вы должны принять это решение, каким бы сложным оно ни оказалось. Это все равно что узнать, что вам придется лечь под нож хирурга для удаления опухоли.

У меня есть одна довольно преуспевающая знакомая, и как-то я поинтересовался у нее, почему она покинула родину в шестнадцать лет и отправилась в Австралию и как ей удалось достичь успеха. Я всегда восхищался ее мужеством, которое она нашла в себе, чтобы уехать и обосноваться вдали от дома. Она никогда не жалуется и не сравнивает свою теперешнюю жизнь с бывшей, как делает большинство эмигрантов.

Ее ответ прозвучал честно и открыто. Она пояснила, что продолжает любить свою семью, но уехала, чтобы оказаться от нее подальше. Ее родители постоянно смущали и придирались к ней в присут-

ствии друзей. Даже в двенадцать лет она уже знала, что такие условия нельзя назвать благоприятными.

Потом я подумал: ей нужно было мужество, чтобы уехать или чтобы остаться?

38. Не бойтесь ответственности — это прямая дорога к славе

Если сейчас дела идут плохо, когда-нибудь это закончится.

Гораций

Меня все время потрясает, сколько людей целыми днями выискивают способы *не делать* то или иное и избежать ответственности. Да-да, такое случается, верите вы в это или нет.

Такие люди отчаянно боятся провала и не желают сталкиваться с последствиями ошибок.

В большинстве случаев условия работы не поощряют сотрудников к введению новшеств, а руководство наказывает их за любые ошибки или оплошности. Подобные «неписанные правила» быстро приучают сотрудников к мысли, что, отвергая новые возможности или предложения (и оставляя все как есть), они дольше продержатся на работе, а

возможно, получают шанс на продвижение, если босс выйдет на пенсию или поднимется выше.

Если же они возьмут на себя риск принять то или иное решение, а оно окажется неверным, самое лучшее, что их ожидает, — суровый выговор, самое худшее — увольнение. Так есть ли смысл и стимул брать на себя какую-то ответственность, когда это приносит лишь неприятности и головную боль? Нет, конечно.

Преуспевающие люди мыслят совершенно иначе и знают, что ответственность — это часть процесса, без которого успеха не достичь.

Люди сразу же готовы прятать голову в песок, показывать пальцем и искать виноватых, стоит только выйти отлаженному процессу из колеи. Они не хотят брать ответственность даже за собственные ошибки — финансовые, социальные или в личных отношениях. У них всегда виноваты окружающие. Самое печальное, что такие люди всю жизнь винят остальных — родителей, любимых, правительство. В их проблемах и неудачах виноваты все кто угодно, кроме них самих.

Преуспевающие люди поступают прямо противоположным образом. Они всегда готовы к неожиданностям и всегда стараются вынести из любого опыта максимум пользы, независимо от того, на-

сколько болезненным, дорогостоящим или неприятным он оказался.

39. Жизнь — это не черновик

Сколько на свете Питов Сампрасов, которые никогда не будут известны как великие теннисисты? Сколько на нашей Земле живет Биллов Гейтсов, которые никогда не будут известны как самые богатые люди планеты?

Как часто вам доводилось слышать, как люди, завидев на рынке новый продукт, говорили: «Эта идея пришла мне в голову еще два года назад, но я так и оставил ее пылиться на полке»? Как часто вы встречали людей, восторженно восхищающихся успехом других: «Какая классная идея, очевидная и простая». Но, тем не менее, пришла эта идея в голову не им.

Сегодня такие разговоры можно слышать где угодно, в любом уголке мира. Каждую неделю на рынок выбрасываются десятки тысяч новых продуктов, но сотни тысяч, даже миллионы людей продолжают жить и работать по старинке, так, как привыкли. Поэтому так часто потенциал остается незамеченным или растрачивается впустую.

Причина кроется в отношении и не имеет ничего общего ни со способностями, ни с врожденными талантами.

Преуспевающие люди обладают не большими способностями или везением, чем все прочие, но они делают то, чего не делают остальные, а именно — на полную мощность используют заложенный потенциал. Другими словами, они стремятся к совершенству и на меньшее не согласны.

Это и отличает их от ординарных людей и дает колоссальное преимущество, окружает уважением и восхищением. Томас Эдисон однажды заметил: «Если бы мы совершали все, на что способны, то потрясли бы самих себя».

Самому Эдисону принадлежит 1093 открытия — включая электрическую лампочку и фонограф. Величайший изобретатель всех времен, он получал как минимум один патент в год на протяжении шестидесяти пяти лет, а также основал современную исследовательскую лабораторию.

В 1914 году, когда ему исполнилось шестьдесят семь, его любимая лаборатория, его детище, сгорела дотла. Кто-нибудь слабее пал бы духом, но Эдисон заявил: «Я еще не стар и могу все начать сначала». Он восстановил лабораторию и занимался исследованиями еще семнадцать лет.

Имя Томаса Эдисона постоянно упоминается в литературе по личностному развитию как пример человека, живущего в полную силу.

40. Богатство без усилий — действительно ли оно достается без усилий?

«Деловые ищeyки» знают цену своему времени и своим знаниям. Но большинство людей и компаний работают, получая меньше, чем они того заслуживают, и в результате лишают себя солидной прибыли.

Обратите внимание, я сказал «прибыль», а не доход. Когда вы повышаете цену, это в конечном итоге оборачивается прибылью.

Последствия данного шага в контексте получения денег из воздуха просто колоссальны — ведь если вы недооцениваете то, что производите, вы лишаете себя дополнительного дохода и существенной прибыли. А это напрямую отражается на ценности вашего бизнеса.

Каждый недооцененный вами доллар снижает конечную прибыль, а это в свою очередь снижает ценность вашего бизнеса в 4—3080 раз. (Цифра

3080 — это крайний случай, как в примере с «Metal Storm Ltd.». Эта компания изобрела автомат, выпускающий очередь с каким-то сумасшедшим числом пуль в секунду. Они запустили широкую рекламную кампанию, и цены на их акции взлетели так высоко, что отношение цены к доходу компании «Metal Storm» на 20 декабря 2001 года составило 3080.)

Но, повышая цену, вы одновременно повышаете и стоимость своей компании. И стоимость эта увеличивается в 4—3080 раз. *Об этом следует призадуматься.*

Применение данного метода на практике — один из самых быстрых способов получения денег из воздуха. Вы продолжаете делать то же самое, что делали вчера, но благодаря простому повышению цены ваш бизнес стоит намного дороже — без усилий и затрат.

Так как же узнать, занижаете ли вы цены?

Вероятность недооценки вами собственного времени и знаний составляет 90 %. Вот вам простой и надежный способ проверки: просто поднимите цену и посмотрите, что получится!

Я не один раз давал аналогичный совет своим клиентам; сопротивления со стороны покупателей, как правило, практически не следовало, но вот на

прибыльность компании это оказывало несравненное влияние. Как-то мне довелось работать с одним клиентом, владельцем магазина, продающего готовые блюда из натуральных продуктов. Магазин работал в бешеном ритме, заказов поступало такое огромное количество, что сотрудники просто сбились с ног, пытаясь удовлетворить имеющийся спрос. Но, несмотря на поток посетителей, магазин приносил сравнительно небольшую прибыль, позволяя владельцу вести весьма скромное существование.

Когда я поинтересовался ценами, владелец пояснил, что их цены были несколько выше, чем в других местах, в силу использования продуктов высочайшего качества, но все равно он пытается устанавливать более-менее конкурентные цены.

После мучительных раздумий и сомнений владелец магазина согласился на мое предложение на 10 % увеличить цены на все предлагаемые блюда и разместить повсюду плакаты, сообщающие покупателям о высоком качестве продуктов и любви, с которой приготовлены эти блюда.

Конечный результат — ни одного потерянного или возмущенного покупателя (многие даже замечали, что новые цены вполне приемлемы). Годовая прибыль увеличилась на 100 тысяч долларов, что

автоматически повысило стоимость бизнеса на 400 тысяч. *Владельцу удалось сделать 400 тысяч долларов из чистого воздуха* — фактически за одну ночь. И что самое главное, не понадобилось никаких дополнительных усилий.

Может, и вам стоит задуматься о своих ценах?

41. Как нанять Ричарда Брэнсона

В последние несколько лет стала активно развиваться совершенно новая отрасль — бизнес-тренинг и тренинг личностного успеха.

Те, кто занимает определенное место в бизнесе, «обучают» других, как достичь заранее установленных жизненных целей. (Я бы не советовал вам тратить на это время, поскольку подобные инструкторы нарушают фундаментальное правило получения денег из воздуха — они продают собственное время.)

Данная отрасль выросла на благодатной почве, ведь сегодня люди прекрасно отдают себе отчет в том, что нуждаются в совете и руководстве, если хотят достичь своей цели. Преуспевающие люди многие годы учились у более опытных наставников, задолго до появления первых бизнес-тренингов. Нет смысла говорить, что это отличный способ сохра-

нить мотивацию и сосредоточенность на конечной цели.

Но вы должны понимать, что на одних сосредоточенности и мотивации далеко не уедешь. Вам нужно большее. Общение с ролевой моделью, наставником, уже достигшим того, к чему стремитесь вы сами, стоит на ступень выше обычных тренингов жизненного успеха.

Вам нужно лишь найти человека, обладающего опытом и знаниями, но не любым опытом и не любыми знаниями. Чем конкретнее, специальное опыт и знания, тем лучше. Найдите собственного «Ричарда Брэнсона» или кого-нибудь еще более подходящего. Не существует двух одинаковых фирм, так что постарайтесь отыскать того, кто сделал то же, чем хотите заняться вы, или нечто подобное. Вот о чем следует поразмыслить.

В детстве отец дал мне весьма мудрый совет: «Не следуй советам людей, еще более запутавшихся, чем ты». Потрясающий совет! Я хочу, чтобы вы навсегда запомнили его.

Как часто мы следуем советам людей (друзей, членов семьи, коллег) просто потому, что они даются даром! Вероятнее всего, такие советы обойдутся вам слишком дорого, потому что они неверны, хотя и даются с благими намерениями. Меня всегда потрясало, что мы с благоговением внимаем

советам по поводу финансов, здоровья и личной жизни от тех, кто беднее нас, у кого проблем со здоровьем больше, чем у нас, и чья личная жизнь представляет еще большую неразбериху, чем наша. Да-да, такое происходит постоянно, мы даже этого не осознаем.

Я серьезно задумался, стоит ли мне спрашивать совета у своего врача, после того как он перенес сердечный приступ и две операции по поводу онкологии. Неужели я вверяю свое здоровье человеку, не способному позаботиться о своем собственном, только потому, что он является врачом? Как вы догадались, я сменил доктора и сделал выбор, только после того как навел кое-какие справки о здоровье своего нового «эскулапа», которого сейчас и посещаю (правда, крайне редко).

Как часто мы, сталкиваясь с проблемами в личной жизни, обращаемся за помощью к другу или члену семьи, который до сих пор одинок или не может похвастаться благополучными отношениями! А как насчет финансовых и деловых советов — кто вам их дает? Ваш бухгалтер зарабатывает больше денег, чем вы? А ваш адвокат, друг, бизнес-консультант?

Если ответ на вышеперечисленные вопросы отрицателен, полагаю, вы знаете, что делать. И как можно быстрее!

42. Страх держит вас в бедности

Фортуна благоволит к храбрым.

Виргилий

Означает ли это, что для достижения успеха вам нужно быть храбрым? Не совсем так!

Преуспевающие люди испытывают страх так же, как и все остальные. Просто они реагируют на это чувство иначе, чем остальные, и смотрят ему в лицо в любой ситуации.

Многих страх парализует, и они всю жизнь пытаются избежать его, спрятаться, но все заканчивается тем, что страх руководит их действиями и поступками. У них нет никаких физических недостатков, но моральное бессилие — вот что по-настоящему мешает им достичь желанного успеха.

Давно установлено, что 90 % всех наших тревог никогда не оправдывается. Так что мы напрасно тратим 90 % энергии на абсолютные пустяки. Означает ли это, что мы навсегда сможем избавиться от тревог и волнений?

Опасения играют весьма существенную роль в процессе планирования и помогают нам подготовиться к возможным будущим проблемам. Преуспевающие люди используют страх в конструктивных целях. Они анализируют ситуацию и просчитывают процент риска, а после этого принимают

решение о последующих шагах на основе представления о наихудших возможных результатах. Это позволяет им преодолеть страх и тревоги.

Я называю эту технику «Что в худшем случае может произойти?». Рассматривая ситуацию под разными углами зрения и задавая себе данный вопрос, вы сможете составить сценарий наихудшего случая и решить, устроит ли вас результат. Это существенно упрощает процесс принятия решения.

Благодаря такому подходу вам не трудно будет действовать. Вам уже известно о возможных последствиях, так как вы взвесили все варианты. И каким бы ни оказался результат, вы к нему успели подготовиться. Возможно, это не тот результат, на который вы рассчитывали и надеялись, но он, по крайней мере, не станет для вас полной неожиданностью и не собьет вас с ног.

Метод устранения неприятных сюрпризов помогает избавиться от страха при принятии решений. Поскольку вы уже предприняли определенные действия, вы будете довольны результатом, даже если он и далек от того, на который вы рассчитывали. Подобный подход позволяет вам всегда надеяться на лучшее.

Умение смотреть опасности в лицо и двигаться ей навстречу — это не привилегия «избранного меньшинства». Этому можно обучиться, при условии, что вы искренне того хотите.

Глава 14

Двадцать шесть секретов получения денег из воздуха

Большую часть книги я твержу о том, почему вам необходимо научиться делать деньги из воздуха — с тем чтобы не просто вкалывать в поте лица, создавая нечто, не имеющее никакой ценности. Я сосредоточил внимание на характеристиках самых выгодных коммерческих предприятий и на привычках наиболее преуспевающих людей, привычках, которыми вам не помешает обзавестись самому, если, конечно, вы желаете стать одним из самых состоятельных людей планеты.

В последнем разделе книги мы систематизируем все полученные вами знания и разработаем единый

подход. Моя задача — помочь вам создать максимально ценный бизнес и сделать ваше предприятие наиболее полезным и выгодным.

Я составил формулу, позволяющую *сделать деньги из воздуха*. Она состоит из 26 пунктов. Следуйте ей, если хотите сдвинуться с мертвой точки и превратить свой бизнес в максимально прибыльное и привлекательное для покупателей предприятие. Чтобы следовать предложенной формуле, вы можете начать с самого начала и продвигаться шаг за шагом или же применять ее на любом этапе. Если вы уже занимаетесь бизнесом или только подумываете о его основании, попробуйте сравнить свою ситуацию с предлагаемыми решениями.

Итак, приступим.

1. Включите свой радар

В начале процесса *получения денег из воздуха* многие ощущают смятение и неуверенность. Самый первый шаг — осознать, что перед вами ежедневно проходят тысячи возможностей.

Не нужно далеко ходить за примерами. Богатым людям большие возможности не падают сверху, подобно манне небесной, просто они умеют искать

большие возможности. Могу вас уверить, что состоятельные люди не владеют авторскими правами на интересные грандиозные идеи. Они настраиваются на нужную частоту и видят то, мимо чего проходят другие.

Возможно, пройдет некоторое время, прежде чем вы привыкнете к этому, главное — настроиться на нужную волну. Возможности поджидают вас везде, каждый день. Откройте свой разум, и идеи начнут заполнять его.

Читайте книги, газеты и журналы, которые обычно вы не читали. Прислушивайтесь к людям в автобусах, поездах, на вечеринках, но не просто слушайте, а учитесь читать между строк. Следите за карьерой и действиями преуспевающих людей и за их ближайшими проектами. Слушайте радиопередачи с интервью в прямом эфире. Ходите по магазинам и наблюдайте, что покупают люди, какие торговые точки обычно переполнены, а в каких покупателей мало. Измените привычный образ жизни.

На этой стадии вы впитываете информацию и прислушиваетесь к людям. Я обожаю посещать новые места и города, ведь это прекрасная возможность избавиться от привычного однообразия, исследовать, изучать, открыть свой разум и наполниться энергией многогранной жизни, кипящей вокруг вас.

Если вы сделаете это, уверяю вас, вы будете замечать возможности практически ежедневно.

Это удивительное время, и вы должны гореть желанием создать нечто совершенно особенное. Внутри вас буквально должно пылать настоящее пламя.

2. Определите свою страсть

***Взгляните на имеющиеся варианты,
выберите самый лучший и работайте над ним.***

**Пэт Райли,
тренер НБА и автор книги «Победитель внутри вас»**

Как только вы сумели осознать, что возможности безграничны и их намного больше, чем вы можете использовать, вам следует немного покопаться в себе.

Самое время определить свою страсть.

Это очень просто, задайте себе вот такие немудреные вопросы:

- Что мне нравится делать?
- Какие идеи и схемы действия соответствуют моей личности и моему образу жизни?

Крайне важно, чтобы вы точно распознали свою страсть, поскольку «если вы не знаете, чего хотите,

вам придется брать, что дают». Для достижения успеха вам непременно нужно знать, чего вы по-настоящему хотите. Как я уже упоминал ранее, преуспевающим людям это известно с самого начала.

Не ищите внешних подсказок. Отключитесь от окружающего мира и загляните вглубь себя. Честно ответьте на вопрос: «Что является моей истинной страстью?»

Страсть есть у всех. Может быть, она не очевидна, возможно, вы долго подавляли ее или старались загнать как можно дальше. Если у вас нет никакой страсти, вероятно, вы мертвы, просто еще этого не знаете. Уверяю вас, обязательно что-то есть, надо лишь копнуть поглубже. Поищите, поройтесь, покопайтесь, но только не медлите.

Не волнуйтесь, когда ваша страсть проснется, вы узнаете об этом: одна мысль о ней делает вас счастливее, позитивнее. Вы придете в восторг уже от осознания того, что дальше вы будете работать с истинной страстью.

Если вы будете работать с истинной страстью, вам никогда больше не придется ходить на работу.

Какая замечательная мысль, как вы будете счастливы, когда это у вас получится.

Страсть — это ключ ко всему. Если я могу позволить себе такую категоричность, этот шаг самый важный, он поможет вам *сделать деньги из воздуха*. Не делайте ничего просто ради того, чтобы заработать деньги. Грир Гарсон сказал об этом так: «Заниматься чем-то ради денег — величайшая ошибка в жизни. Делайте только то, к чему у вас лежит душа, и если у вас это хорошо получается, деньги придут сами собой».

Слушайте свой внутренний голос. Поначалу он будет звучать нечетко и слабо. Однако не сдавайтесь и поощряйте свои чувства и эмоции. Это вехи, которые ведут вас к вашей страсти.

Не позволяйте окружающим влиять на вас, если только их страсть не согласуется с вашей. Не попадайте в ловушку — не позволяйте увлечь себя чужой страстью, ошибочно принимая ее за свою собственную.

3. Всегда работайте на перспективных рынках

Если вы собираетесь заниматься собственным бизнесом, вы должны стремиться к тому, чтобы создать самое крупное предприятие. И если это ваша цель, нет смысла довольствоваться рынками с ограничен-

ными возможностями роста. Ищите крупные или перспективные рынки — идите туда, где есть деньги.

Зачем ограничивать себя? Зачем становиться пассажиром «Титаника», работая на давно сформировавшихся, переполненных рынках?

Какие рынки можно назвать развивающимися или перспективными? На любом этапе какие-то рынки расширяются, а какие-то сокращаются. В различных экономических условиях баланс меняется в ту или иную сторону. Во время экономического спада на макроуровне рынки чаще сокращаются, нежели расширяются. Но даже в период кризисов новые рынки все равно появляются, независимо от того, что говорят люди об экономике и экономической ситуации.

На самом деле я люблю экономические кризисы. Мне нравится создавать новый бизнес в период общего спада деловой активности. Наверное, многим мои слова покажутся странными. Но в период расцвета создать бизнес крайне затруднительно: поставщики, землевладельцы и работники слишком заняты, чтобы обращать внимание на ваш «маленький» бизнес, и делают слишком большие деньги, чтобы заботиться о ваших проблемах. Мало сделок, да к тому же за все нужно переплачивать. Люди не желают иметь с вами дела, поскольку не интересуются вашим бизнесом, поэтому вам сложно

подыскать подходящих сотрудников и приходится платить им более высокое жалованье.

Все это мы наблюдали во время технологического бума. Компании платили совершенно невероятные деньги, чтобы получить хоть какого-то работника: все желали престижной работы в крупной компании, с огромными счетами на представительские расходы и автомобилем фирмы. В Соединенных Штатах наблюдалась ужасная нехватка высококвалифицированной рабочей силы, поэтому выпускникам колледжей предлагались немислимые оклады и разного рода привилегии — пока бомба не разорвалась. Сегодня те же самые выпускники колледжей будут рады любому предложению и готовы работать за любые деньги.

Во время кризиса вы можете почти задаром приобрести неплохую недвижимость, набрать потрясающий штат за приемлемые деньги, на распродажах по бросовым ценам приобрести офисную мебель, сделать дешевую рекламу — список можно продолжать бесконечно.

Вы можете работать с четвертью суммы, которая вам бы понадобилась в противном случае. Дополнительная выгода — отсутствие конкуренции со стороны крупных компаний, поскольку они заняты попытками сократить убытки. Они не посягнут на ваш бизнес до следующего экономического всплес-

ка, тогда они захотят развернуть бурную деятельность, и им проще будет купить ваш бизнес, чем начинать все с нуля. То есть они помогут вам *сделать деньги из воздуха*.

Работа на развивающихся рынках имеет и другие, не столь очевидные преимущества. В таком случае ваше предприятие:

- привлекает больше капитала — поскольку инвесторам знакомы развивающиеся рынки;
- привлекает лучших людей — поскольку работники интересуются быстро растущими рынками и компаниями;
- выше ценятся потенциальными покупателями — поскольку обещают будущий рост, и инвесторы готовы платить за дополнительные деньги;

На сегодняшний день к стремительно развивающимся можно отнести следующие пять сегментов рынка:

- здоровье;
- богатство;
- образование;
- окружающая среда;
- безопасность.

Тому существует множество причин, но большинство из них связано со старением людей, родившихся

в период демографического взрыва, и с осознанием ими того, что они проживут дольше, чем рассчитывали. В прошлом они слишком много жили за счет кредитов, слишком бездумно и легкомысленно расходовали невозобновляющиеся природные ресурсы (воду, землю, воздух). Они также пришли к выводу, что правительство привело нас к ложному ощущению надежности и стабильности по поводу способности государства гарантировать нам здоровье, безопасность и приемлемую пенсию по увольнению.

Эти рынки стоят миллиарды долларов и в обозримом будущем будут стоить еще дороже.

Помимо перечисленных пяти имеются, несомненно, и другие растущие рынки. Просто я рассказывал вам именно об этих, так как они мне представляются наиболее перспективными.

Как соотнести страсть с перспективными рынками

Некоторые спрашивают: а что делать, если твоя страсть никак не связана с перспективным рынком?

Реальность такова: наибольший спрос имеют товары, которые пришлись по душе большинству покупателей. Поэтому вы примете отличное решение, если постараетесь каким-то образом привести свою страсть в соответствие с рыночной конъюнктурой, иначе вы просто упретесь головой в потолок и ограничите возможности своего роста. Продукт, кото-

рый нравится ограниченному числу покупателей, не сделает вас богатым. Так что тщательно исследуйте свой рынок и выберите ту возможность, которая лучше всего отражает вашу страсть и имеет твердые шансы дальнейшего развития.

Остерегайтесь тех идей, которые требуют перестановок на рынке, ведь тенденция, на которую вы надеетесь, может и не получить развития. С другой стороны, не стоит сразу же цепляться за «последний писк моды»: вы рискуете остаться со складом, битком набитом йо-йо¹ или скутерами. Мода приходит и уходит настолько стремительно, что не стоит на нее полагаться — вы не успеете сделать на новомодных штучках большие деньги.

Но вам также нет необходимости поднимать свой товар или услугу на уровень «Rolls-Royce». Чтобы преуспеть, вы должны подгонять свой продукт под пожелания большинства покупателей.

Выбор продукта определяет успех

Вы можете быть глубоко убеждены в том, что настоящий момент — самый благоприятный для запуска на рынке нового продукта. Но не забывайте: знакомство покупателей с новинкой стоит слишком дорого. Иногда на это могут уйти годы и миллионы долларов.

¹ Чертик на ниточке (детская игрушка). — *Прим. перев.*

Многое из того, что сегодня мы принимаем как должное, долгие годы завоевывало признание рынка. Возьмите, например, натуральную заместительную гормональную терапию (ЗГТ). Традиционной ЗГТ женщины пользовались в течение двадцати лет, несмотря на постоянные предупреждения о побочных эффектах — высоком риске сердечно-сосудистых, онкологических заболеваний, а также апоплексических ударов. Но все же до недавнего времени женщины довольно скептически относились к натуральным альтернативам и не признавали их, хотя последние и не имели таких побочных эффектов, как традиционная гормональная терапия.

Помните, что новая или усовершенствованная версия уже существующего продукта требует гораздо меньше рекламы и обучения, а следовательно, и меньших затрат. К тому же, в конечном итоге на новом продукте делают состояние не те, кто его изобрел, а предприниматель, правильно воспользовавшийся идеей в нужное время. «Oporto Chicken», быстро развивающаяся сеть куриных магазинов в Сиднее, начала работать, будучи единственным магазином в Бонди, известном пляжном пригороде Сиднея. Люди выстраивались в огромные очереди, привлеченные фирменным предложением — куриным мясом, приправленным специальным соусом с пери-перри. На этот магазин положил глаз

один предприниматель, превративший «Oporto» в известную процветающую торговую сеть.

Вы думаете, я хочу вас уверить, будто, верно выбрав время, вы избежите необходимости информировать и обучать рынок? Конечно же нет! Чтобы добиться успеха, вам обязательно нужно регулярно продвигать свой товар.

Тем не менее, знакомство покупателей с уникальными качествами предлагаемого вами продукта и попытки убедить их приобрести *именно его* и *именно у вас* обойдутся вам значительно дешевле, чем продвижение на рынке абсолютно нового варианта.

Иногда ответной реакции ждать приходится так долго, что имеющиеся ресурсы могут истощиться, прежде чем вам в руки поплывет долгожданная прибыль. Однако если вам *удастся* продержаться этот нестабильный период, у вас появится отличный шанс сделать огромные деньги из чистого воздуха.

4. Найдите того, кто уже это делает

Если вам нужен короткий путь к получению денег из воздуха, это и есть именно он.

Те, кто достиг вершин и успеха в своем деле, являются настоящими профессионалами. Мастерство требует многолетнего оттачивания и шлифования. Пойти в ученики к мастеру всегда считалось почетным среди искусных ремесленников, и эта традиция уходит в глубь веков. Подмастерья работали за гроши, лишь бы только овладеть выбранной профессией.

Сегодня бизнесом занимаются люди, практически не имеющие опыта и знаний, или выпускники университетов, знающие о бизнесе лишь «в теории». Основание бизнеса, управление им, решение неотложных вопросов, в противоположность работе на постороннего человека (то есть продаже собственного времени), требуют совершенно различных умений. И вы не можете управлять бизнесом только потому, что вы успешно в нем работаете.

Пожалуйста, не путайте эти два понятия, иначе это обойдется вам в миллионы.

Оглянитесь вокруг (если понадобится, поищите по всему миру) и найдите того, кто уже занимается тем же, что и вы, или работает в максимально близкой области. Отыщите способ связаться с ним или встретиться, получить от него совет, стать его партнером. Работайте на него бесплатно — используйте любую возможность.

5. Внимательно изучите достигнутые другими результаты

Найдя нужного человека или компанию, разузнайте, что и как они делают, какие решения принимают и почему. Когда вы почувствовали, что во всем разобрались, только тогда пришло время переходить к самостоятельным шагам. Возможно, на это уйдут годы, но полученные уроки и приобретенные знания окажутся просто бесценными.

Может случиться и так, что человек или компания, у которых вы обучались, предложат профинансировать ваш проект или стать вашим партнером. Но, конечно, не просто так. Вы должны много и упорно трудиться, доказать свою преданность выбранному делу, продемонстрировать искреннюю заинтересованность и показать себя с лучшей стороны.

Начинать никогда не поздно. Возраст никогда не будет помехой для того, чтобы учиться и совершенствоваться. Никогда не поздно дать выход истинной страсти. Просто чем вы старше, тем большие жертвы вам придется принести, поскольку вы можете быть связаны семьей и определенными финансовыми обязательствами, которые нельзя не принимать в расчет. Поэтому чем раньше вы начнете, тем лучше.

6. Научитесь смотреть в будущее

После того как вы определились с родом деятельности, следующий важный шаг — представить свое будущее. Ваше видение будущего должно быть достойным и увлекать чужое воображение. Это время мечтать и **ДУМАТЬ ГЛОБАЛЬНО**.

Люди — ваши сотрудники, инвесторы, клиенты — все хотят являться частью чего-то особенного, и, если сейчас вы не сумеете нарисовать перед ними ярких картин прекрасного будущего, поделиться с ними своей страстью и видением перспективы, второго шанса вам может и не представиться. Если вы собираетесь нечто совершить, постарайтесь последовать совету Анри Маршана: «Будьте бесстрашным, будьте первым и будьте особенным». И все это должно отражаться в вашей концепции будущего.

Она должна быть заманчивой и привлекательной, но самое главное, она должна быть реалистичной и возможной. В противном случае вы ничего не добьетесь, а люди потеряют веру в вас и отвернутся. Не забывайте, их притягивают энергичность и энтузиазм, и это должно заключаться в вашем видении будущего. Если вы все сделаете правильно, к вам потянутся люди, способные помочь сделать первый шаг.

Те из вас, кто никогда не совершал ничего подобного, могут не разобраться, что же это значит — научиться видеть будущее. Это мощная концепция того, чем вы желаете заниматься.

Например, у Джона Макграфа была только одна цель и одно-единственное устремление (что также является весьма мощной концепцией видения). С первых же дней основания своего бизнеса он стремился владеть *самой крупной фирмой в мире, занимающейся недвижимостью*. Бесстрашно — да, дерзко — да, особенно — да.

И за десять лет ему удалось этого добиться. В действительности ваша концепция видения должна быть четкой, притягательной и простой, чтобы люди могли ею проникнуться и загореться так же, как и вы.

7. От волнения вы должны лишиться сна

Если вы со всей страстностью верите в свое дело, то возбуждение и пылкость придут сами собой; вы будете так взволнованны, что не сможете спать. Ваш мозг должен быть переполнен идеями и возможностями, а сами вы должны лежать в постели, ши-

роко раскрыв глаза, с бумагой и ручкой под рукой, чтобы моментально переносить на бумагу любые мысли, которые осенят вас внезапно глубокой ночью.

Вы должны свято верить в то, что делаете нечто великое и особенное — и для себя, и для тех счастливых клиентов, которые вам пока не встретились.

Поразмыслите над этим. Ведь здесь действует только здравый смысл — если вы равнодушны к своему бизнесу, разве можно ждать энтузиазма от остальных?

Волнение, энтузиазм, страстность. Эти слова вы слышали множество раз, но сейчас они должны ожить, стать реальными и наполниться смыслом.

8. Создайте свою легенду

У любой серьезной компании имеется потрясающая история о том, как и почему ее основатель задумал создать свою фирму, каким образом он пришел к такому решению.

Специалисты по получению денег из воздуха владеют тонким искусством рассказывать свою историю и повторять ее снова и снова. Они расписывают ее в ярких красках и украшают подробностями

ми, так что в итоге получается отличная история, которая со временем приобретает статус фольклора, легенды, откуда остальные черпают вдохновение и мотивацию.

Сколько раз вы слышали о Томасе Эдисоне и изобретении лампочки? Сколько раз вам доводилось слышать об упорстве полковника Сандерса, пытающегося убедить нужных людей приобрести его рецепты жареных цыплят? Сколько раз мы слышали истории о предпринимателях, обивающих пороги сотен банков и получающих отказ за отказом, пока последняя дверь, в которую они постучались, не распахнулась перед ними?

Все эти истории наверняка имеют под собой реальное основание, но, что само важное, они играют существенную роль в жизни и истории любой компании. Они призваны поощрять и вдохновлять тех, кто стоит перед лицом таких же трудностей, однако вам следует начинать с того же, с чего начинали и другие.

Вам необходима хорошая история, повествующая о том, как вы нашли именно эту возможность, что заставило вас принять решение о создании именно этого бизнеса и разработать именно эти продукты. Многие компании даже используют такие истории как часть брэндинга или рекламы — и неспроста.

Хорошая история помогает создать определенный шум вокруг проекта и оказывает существенную помощь в привлечении инвесторов, готовых поддержать вас материально. Помните, вы *делаете деньги из воздуха*, а потому в настоящий момент именно это вы и продаете — воздух. В этом нет ничего плохого, нелегального или аморального. Так начинали тысячи, даже миллионы компаний по всему миру.

Позвольте задать вам вопрос. Если бы вы были работником, инвестором или клиентом, насколько сильный вы бы испытывали энтузиазм, если бы кто-то вам сказал, что открывает:

- кафе,
- фирму по оказанию курьерских услуг,
- книжный магазин,
- гастроном

...и предлагает вам стать его компаньоном?

Думаю, особого прилива энтузиазма подобное предложение у вас не вызовет. Однако взгляните на следующие примеры:

- «Starbucks» — крупнейшая сеть кафе в мире. Это заманчиво.
- «Federal Express» — крупнейшая компания в мире, осуществляющая экспресс-доставку. Это *заманчиво*.

- «Amazon.com» — крупнейший в мире книжный магазин. Это *ЗАМАНЧИВО*.
- «Westfield» — крупнейшая в мире сеть торговых центров. Вот это да!

Эти компании сумели привлечь миллионные капиталы заинтересованных инвесторов. И продолжают делать то же самое по сей день. Фрэнк Луи — основатель «Westfield Holdings», компании, которая владеет торговыми центрами, оценивающимися в миллиарды долларов, — начинал 35 лет назад с одного гастрономического магазина и со временем сумел превратить его в мировую империю. На сегодняшний день он занимает второе место среди самых богатых людей Австралии.

Вывод: великий бизнес нуждается в великой легенде, и очень важно, чтобы такая история у вас была припасена заранее. И не имеет значения, что начало пока довольно скромное.

9. Разработайте единый бизнес-план

Он не обязательно должен представлять собой длинный свиток, поражающий воображение читателя фактами и цифрами. Главное в нем — это лако-

ничность и четкое описание вашего бизнеса и будущих перспектив.

Бизнес-план не обязательно должен быть формальным документом, это описание того, с чего вы собираетесь начать и как планируете расширять бизнес. Он должен затрагивать все аспекты функционирования вашего бизнеса, включать перечень и данные о клиентах, описание продуктов, список требующихся работников, а также подробно отражать ваше видение будущего, так, чтобы любой мог взять этот документ в руки и без труда понять, как вы собираетесь управлять бизнесом и каким образом извлекать выручку.

Вы должны указать запланированные расходы, прибыль и поток наличности, чтобы продемонстрировать финансовое функционирование вашего бизнеса. Более того, если вы стремитесь к привлечению внешних капиталов, ваш бизнес-план должен отражать и разработанный план отступления, то есть вы должны подробно описать, как инвесторы смогут вернуть вложенные средства через три года или пять лет.

Чем более серьезный капитал вы пытаетесь заинтересовать, тем большее значение приобретает данный документ. Возможно, окажется нелишним поручить его подготовку профессионалам.

10. Соберите начальный капитал

Чтобы заняться бизнесом, вам действительно понадобятся деньги, особенно если вы собираетесь продавать «упаковки», а не личное время.

Существует весьма ограниченное число достойных внимания видов коммерческой деятельности, которые не требуют наличия первоначального капитала. Многоуровневый маркетинг и консалтинговый бизнес являются исключением, но я не советовал бы вам влезать ни в один из указанных видов бизнеса по одной простой причине: вам нечего продавать, а следовательно, нет возможности *делать деньги из воздуха*.

Если вы не располагаете собственной денежной наличностью, всегда можно подыскать альтернативные варианты. Сбор денег — занятие нелегкое и нескорое, и не надейтесь, будто желающие выписать вам чек в мгновение ока выстроятся перед вашей дверью. Возможно, на сбор начальной суммы уйдет несколько месяцев, и вам придется попотеть и приложить максимум усилий.

Многие люди, располагающие средствами, с недоверием относятся к начинающим бизнесменам, и причина этого — высокая вероятность потери этих денег, их опасения вполне оправданны, поскольку 90 % начинающих терпят поражение.

Найдется не много людей, готовых поддержать вас, независимо от привлекательности вашей идеи. Поэтому-то вам и следует познакомиться с двадцатью шестью секретами получения денег из воздуха. Понятно, что моя формула не принесет вам капитала, однако значительно облегчит вам процесс его поиска.

Как добыть начальный капитал

Существует пять возможностей добыть начальный капитал, в котором вы остро нуждаетесь:

- кредит под залог имущества;
- персональный заем;
- частный инвестор;
- венчурный капитал;
- совместное предприятие.

Если вы владелец многочисленного имущества, тогда первый вариант для вас оптимален. Банки без проблем выделяют вам кредит под залог недвижимости.

Некоторые банки предоставляют персональные займы, однако, как правило, это весьма небольшие суммы, которых будет явно недостаточно, если только вы не нуждаетесь в действительно скромном капитале.

Третий вариант представляет собой сравнительно новый способ. Существует определенная категория людей — частных инвесторов, — оказывающих поддержку мелким и начинающим предприятиям. Они не только обеспечивают материальную помощь, но и проводят экспертную оценку. Но только в том случае, если заинтересуются идеей и если вы сумеете произвести на них неизгладимое впечатление.

Таких людей не встретишь на каждом шагу, поскольку они, как правило, не любят «светиться». Но время от времени дают о себе знать, так что есть смысл следить за финансовыми публикациями.

Четвертый вариант — поиск венчурного капитала. Люди и компании, предоставляющие подобный капитал, являются весьма умудренными инвесторами. Их цель заключается в *получении денег из воздуха* — это игра, в которой они принимают активное участие. Они знают изложенные в данной книге принципы как свои пять пальцев, они настоящие асы в превращении чужих идей в деньги. Им прекрасно известны правила игры — именно это получается у них лучше всего, профессионально, а потому им удастся зарабатывать огромные деньги безо всяких усилий.

Я встречал многих подобных инвесторов, и, поверьте, они будут под микроскопом рассматривать и вас, и ваш бизнес, изучат вас по всем шестидесяти двум пунктам опросника, представленного в конце книги, прежде чем вложат в вас хоть один доллар. Однако они не работают с начинающими бизнесменами, поскольку всячески стремятся избегать малейшего риска. Вместо этого они предпочитают иметь дело с компаниями, уже достигшими определенного уровня, но нуждающимися в некоторой денежной подпитке для дальнейшего роста. Это гораздо более безопасный выбор — небольшой риск, солидная конечная прибыль. А потом все повторяется с другой компанией.

Венчурные деньги могут стоить вам слишком дорого — ведь такие инвесторы стремятся заполучить больше, чем им причитается, особенно в период экономического спада. Они владеют массой хитростей и трюков, чтобы заставить вас расстаться с большей частью компании, чем вы планировали, и оставить вам ровно столько, сколько вам нужно, чтобы работать в поте лица, помогая им делать деньги из воздуха.

Мне известно достаточно примеров, как такие хитроумные инвесторы демонстрировали заинтересованность, затем оставляли окрыленного на-

деждой предпринимателя в томительном ожидании, иногда на несколько месяцев. Они могли даже подвести его к конечному этапу переговоров, давая ему ложное ощущение безопасности, а затем в последнюю минуту «сматывали удочки», как раз тогда, когда предприниматель строил радужные планы. Предприниматель ощущает себя как выброшенная на берег рыба и отчаянно хочет довести сделку до конца. Инвесторы дают ему время «повариться до полной готовности», а потом предлагают гораздо меньше или просят гораздо больше того, о чем было условлено вначале.

Эти инвесторы — профессионалы высокого класса, их задача — сделать как можно больше денег. Они ухватят столько, сколько смогут, потому что знают: «деньги — это власть», и стремятся владеть. Время играет на их стороне, не на вашей.

Последний вариант в моем списке — совместное предприятие. Лично я предпочитаю именно его, когда речь идет о поиске ресурсов для основания бизнеса. Данный вариант включает поиск компании, которая получит значительную прибыль от владения частью вашего бизнеса. Это может быть более крупное предприятие или компания, нуждающаяся в предлагаемых вами товарах или услугах. В подобных ситуациях такая компания не обязатель-

но должна искать капитальной прибыли непосредственно от вашего бизнеса, но ее руководство видит, что ваш бизнес может принести им пользу, а в конечном счете и прибыль.

Вам следует обращать внимание на те компании, которые получают выгоду от совместной с вами работы. Возможно, ваш бизнес открывает для них возможности завоевания новых клиентов или увеличения прибыли.

Открытые акционерные общества с высокими показателями соотношения цены к доходу имеют мощный стимул для совместной работы с небольшими, но потенциально прибыльными компаниями, поскольку такой шаг повысит стоимость их акций до миллионов долларов. То есть они смогут *сделать деньги из воздуха*, и притом в кратчайшие сроки.

Например, у вас имеется продукт, который можно легко продать по невысокой цене клиентам, входящим в базу данных крупной компании. В результате такого хода эта компания увеличит свою ежегодную прибыль на 500 тысяч долларов. Если вам удастся таким образом доказать потенциальному партнеру выгодность совместной с вами работы, у него появится мощный стимул вложить свои деньги в ваш бизнес. Почему бы им не вложить милли-

он, если через год-другой они вернут в пять или десять раз больше?

Могу привести в пример одну компанию, основанную двумя моими друзьями, пошедшую как раз по этому пути. Они продали 30 % своего небольшого бизнеса крупной рекламной компании, которая имела потенциальную возможность существенно поднять стоимость своих акций, а потому была сильно заинтересована в сотрудничестве. Помимо этого, мои друзья вели переговоры с той же рекламной компанией о продаже своего бизнеса через пару лет, а это означало, что они выручат от сделки миллионы долларов.

Это служит наглядным примером описанного здесь принципа и подтверждает, что такое по силам любому, поскольку они начинали безо всякой протекции и поддержки.

11. Заразите всех своей мечтой

Помните: *получение денег из воздуха* связано с созданием чего-то стоящего из ничего.

Обычно все начинается с мечты.

Вы просыпаетесь однажды утром и решаете воплотить свою мечту в жизнь. Многие люди не идут

дальше этого, так как настолько не верят в себя, что не отваживаются даже поверить в такую возможность.

Кто-то чуть более смелый как бы невзначай рассказывает о своей мечте друзьям и близким, но на этом все и заканчивается, ибо первая же критическая реплика выбивает их из седла.

И лишь немногие упорно и неустанно идут вперед, чтобы увидеть свою мечту претворенной в жизнь.

Для претворения мечты в жизнь вы должны заручиться помощью окружающих, найти людей, готовых поддержать вас и пройти этот путь вместе с вами. Для этого вам необходимо продвигать свою мечту, заразить ею остальных. Самые преуспевающие люди достигли в этом искусстве больших высот.

Если вы всем сердцем верите в свою мечту, все получится легко; страстность, волнение и энергия придут сами собой, а к ним потянутся люди. Без абсолютной веры в мечту вы не сможете заставить людей последовать за ней.

Поначалу заразить окружающих своей мечтой покажется вам нелегким делом, но с каждым разом оно будет даваться вам все легче и легче. Данный шаг крайне важен, ибо, если вам не удастся справиться с этим заданием, вы зайдете в тупик и не

сможете двигаться дальше. Ведь чтобы воплотиться в жизнь, любая мечта должна подпитываться поддержкой окружающих вас людей.

На данном этапе вы продаете воздух.

12. Возьмите взаймы или купите чужую репутацию

Продвижение мечты имеет исключительно важное значение, но вам будет сложно привлечь людей на свою сторону, если у вас нет соответствующей репутации. Извечный вопрос: что делать, если вы еще не успели завоевать репутацию?

Ответ кроется в стратегии, которую я неоднократно использовал и которую вы также можете взять на вооружение. Ничего не просить, но быть готовым с чем-то расстаться. Иными словами, обменять ценные бумаги на репутацию. Проще говоря, найдите того, чью репутацию вы сможете эксплуатировать, чтобы придать своей идее вес и значение, и предложите ему долю в бизнесе или акции за право пользоваться его именем.

Это может быть человек или компания, вы можете даже организовать совместное предприятие, что позволит вам пользоваться именем или брэн-

дом другой компании. Не стоит недооценивать колоссальной пользы, которую вам принесет данный шаг, но будьте готовы отдать что-то взамен.

Дело того стоит. Репутация открывает любые двери. Найдите самого надежного человека, заставьте его поверить в свою мечту, вложите в слова всю свою энергию и страсть, познакомьте с разработанным планом и предложите долю в бизнесе в обмен на его услугу.

Будьте тактичны и осторожны: вы должны искренне уважать имя и репутацию вашего нового партнера, в противном случае вы нанесете урон и собственному имени, и его.

Подобная стратегия окажет неоценимую помощь в процессе поиска финансов для бизнеса.

13. Возьмите займы или купите чужой профессионализм

Если вы мечтаете делать деньги из воздуха, вам потребуется огромное количество умений, которыми обладают лишь немногие. Во многих случаях вам потребуются способности, о которых вы даже не подозревали. Пожалуйста, поверьте мне на слово, нельзя хорошо разбираться во всем.

Как я уже упоминал, преуспевающие люди знают о своих слабостях и учитывают их в бизнес-плане, выделяя средства для найма нужных специалистов. Более того, они не просто берут займы профессионализм, а стремятся заполучить самых лучших специалистов в своем деле.

Мне приходилось не раз наблюдать, как владельцы компаний сами придумывают рекламу или готовят маркетинговые материалы просто потому, что не знают, где искать нужных людей, или не хотят тратить лишние деньги. Это фатальная ошибка, ведь в итоге они теряют намного больше из-за непродуманной рекламы и ухода клиентов. Этого бы не случилось, поручи они работу профессиональному маркетологу или специалисту по рекламе.

Я часто спрашиваю таких людей, согласились ли бы они отправиться в суд без адвоката в случае возникновения каких-либо проблем с законом. «Конечно нет», — отвечают они, но почему-то считают возможным обходиться без специалистов в других областях.

Данный шаг имеет решающее значение на пути к *получению денег из воздуха*.

Опять же, вовсе не обязательно предлагать наличные, если вы ими не располагаете. Предложите акции — при условии, что ваш бизнес представляет

интерес и строится на принципах, описанных в данной книге. Как раз на прошлой неделе мой деловой партнер последовал этому совету. Нам нужны были специалисты, репутация и деньги для основания нового бизнеса. Мой партнер вошел в контакт с одной бухгалтерской фирмой и попытался заразить их нашей «мечтой». Одному из владельцев фирмы идея очень понравилась, поэтому мы предложили ему определенную долю за то, что он поможет нам войти в контакт с крупной компанией, с владельцем которой он поддерживал личные отношения. Он открыл нам путь к этой крупной компании, и мы смогли договориться с ее хозяевами о финансировании наших проектов. В обмен на это компания становилась единственным пользователем базы данных клиентов, которую мы сможем наработать. Это потрясающий пример эффективности описанных принципов.

Понятное дело, ваша идея должна заразить и увлечь всех заинтересованных лиц, иначе далеко вы не продвинетесь. Наш новый бизнес должен пройти еще долгий путь, однако я планирую, что через несколько лет он будет стоить миллионы долларов, и все благодаря использованию важнейших принципов получения денег из воздуха.

14. Ставьте цели и реализуйте их как можно быстрее

План без четкой конкретной цели остается не более чем мечтой (и, скорее всего, ею он и останется).

В том, чтобы мечтать, нет ничего плохого — это очень важно, признаю, но если вы не умеете ставить цели и быстро их реализовывать, вы не продвинетесь дальше пустых бесплодных мечтаний. После постановки цели, разработки концепции видения будущего и бизнес-плана сейчас самое время приниматься за работу и воплотить все замыслы в действительности.

Вы должны работать над созданием систем, команды и продуктов и с самого первого дня организовать бизнес таким образом, чтобы в дальнейшем он мог функционировать без вашего участия. Наверняка перед вами будет стоять множество целей, но эта самая главная — создание бизнеса, который в конечном итоге будет работать без вас. Если пройдет время, а ваше присутствие и активное участие будут все так же необходимы, вы либо что-то делаете неверно, либо занялись не тем делом.

Если же вы останетесь в бизнесе центральной фигурой, без которой все процессы стопорятся и шестеренки перестают вращаться, вы совершаете

роковую ошибку, которая обошлась вашим предшественникам в миллионы долларов.

15. Будьте особенным

Меня всегда потрясало, насколько близоруки многие бизнесмены в своих планах и насколько скупо их воображение.

Многие компании ведут со своими конкурентами войну по принципу «зуб за зуб». Они следят за действиями противоположной стороны и просто-напросто «передирают» друг у друга небольшие изменения, никогда не достигая уровня серьезной чистой прибыли. Один из них устраивает распродажу, другой делает то же самое. Один вводит дисконтные карты, и другой не отстает. Один предоставляет скидки, и другой моментально снижает цены. Такой подход не даст вам ничего, кроме шаткой позиции на рынке и постоянно снижающихся доходов.

Самые преуспевающие бизнесмены практически не принимают в расчет своих конкурентов и продолжают идти своим путем. Они бесстрашны, умеют рисковать и ориентируются не на конкурентов, а на самые лучшие компании в мире, независимо от рода их деятельности. Они анализируют принципы работы самых процветающих компаний, пе-

ренимают их идеи и тактические ходы и внедряют в собственный бизнес.

Вы обязаны отличаться от конкурентов, быть уникальными, единственными в своем роде. Об этом я очень подробно писал в предыдущей книге «Что знают богатые люди и что они хотят сохранить в секрете», и посему вполне достаточно будет сказать, что для вас жизненно необходимо сохранять мужество и отличаться от остальных, но не для того, чтобы просто выделиться из общей массы, а ради уникальности, имеющей значение для клиентов. Самые процветающие компании ни за что не позволят себе плестись в хвосте конкурентов. Они ищут способы, чтобы подчеркнуть свою уникальность и отличие от других, прибегая к помощи воображения и мудрых стратегических приемов. Это называется «иметь уникальное торговое предложение», но, к сожалению 99 % предприятий не могут этим похвастаться.

Посмотрите на величайшие примеры фирм, занимающихся прокатом автомобилей, — «Hertz» и «Avis». Обе компании занимаются прокатом похожих автомобилей по практически одинаковой цене. У них много общего. Но руководство каждой из них проделало колоссальную работу, чтобы отличаться от других.

Уникальное торговое предложение компании «Hertz» звучит так: «Мы являемся номером один». Данное предложение нацелено на клиентов, заин-

тересованных репутацией компании и качеством арендуемых автомобилей. «Avis», с другой стороны, работает под девизом «Мы стараемся изо всех сил». Интересное и грамотное решение, которое найдет путь к сердцу клиентов, которым хочется иметь дело с добросовестным исполнением.

Мне очень нравится данный пример, потому что он наглядно демонстрирует: независимо от того, с каким продуктом вы работаете, вы должны творчески подходить к делу и помнить о своих клиентах.

Это очень обширная тема, и, если вы хотите изучить ее подробно, вам лучше прочесть книгу «Что знают богатые люди и что они хотят сохранить в секрете». Не пытайтесь игнорировать данный момент, поскольку подобные попытки будут стоить вам миллионы долларов.

16. Блефуйте до победного конца

На первых порах вам придется научиться добиваться многого, имея в своем распоряжении малое. Вы должны быть уверены, что расходуете имеющиеся деньги на нужные вещи, экономя на ненужных. Самое главное — научиться чувствовать разницу между этими двумя понятиями. Я сам не раз поступал подобным образом и поступаю так до сих пор.

Иногда возникает необходимость потратить деньги на то, чтобы вы и ваш бизнес выглядели на все сто, даже если вы и не можете себе этого позволить. Люди ожидают от вас высокого уровня профессионализма, в противном случае они не захотят иметь с вами дела. Никто не проникнется симпатией к продавцу в дешевом костюме и поношенных ботинках. Такая одежда не позволит вам излучать уверенность и создать вокруг себя ауру преуспевания и благополучия. А если ваши клиенты не будут уверены в вас, можете даже и не мечтать о сотрудничестве.

Купите дорогой изысканный костюм, одевайтесь со вкусом, вы должны выглядеть суперпреуспевающим (пусть пока только выглядеть). Назначайте встречи в дорогих отелях, если вам не по карману симпатичный офис — обстановка и атмосфера дорогого отеля помогут произвести должное впечатление. Даже если чашка кофе в нем стоит пять долларов, не жадничайте: это всего *лишь десять долларов арендной платы в час*.

Если у вас туго с деньгами, спите в машине, но отведите клиента в роскошный ресторан. Радикальное предложение, я знаю, но если вы правильно выработаете свою стратегию и будете строить бизнес на верных принципах, делать подобные вещи вам придется недолго.

Кто-то возразит, что это нечестно. Не думаю. Просто вы показываете себя с лучшей стороны, чтобы иметь возможность следовать за своей мечтой. Ваше упорство говорит о том, что вы достойны помощи и поддержки. Я не одну ночь провел в разъездах и спал во взятой напрокат машине, а душ принимал в спортивных клубах. Я не мог себе позволить одновременно взять напрокат машину и оплачивать номер в отеле, так что приходилось выбирать между кровом и деловыми встречами.

Я до сих пор довольно скуп на накладные расходы и трачу деньги лишь на то, что принесет нам непосредственную прибыль. Это искусство, которым вам следует овладеть, иначе, сколько бы денег вы ни выручали, все будет вылетать в трубу.

17. Работайте только половину дня

Завтра — это любимый день лентяев.

Джимми Лайонс

Я предупреждал, что делать деньги из воздуха — дело нескорое. Как и все стоящее, оно требует времени, энергии и усилий, но все-таки это не те усилия, которые вы затрачиваете, вкалывая пятьдесят

лет, а потом уходя на пенсию без средств к существованию.

Достичь успеха в бизнесе без верности идеям, без упорства и сосредоточенности на конечной цели нельзя. Особенно сложно первых пару лет. Так, как вам придется поработать в эти два года, вы, наверное, никогда в жизни не работали. Вам придется трудиться «половину дня» — с восьми утра до восьми вечера. Только так вы сможете достичь реального успеха.

Это вовсе не означает, что ради работы нужно жертвовать всей своей жизнью, но успех в делах действительно требует определенных жертв и колоссальных усилий. Но когда вы достигнете вершины успеха, ваша жизнь обретет совершенно новое направление, а вы — истинное счастье.

18. Готовьте свой бизнес для продажи с первых же дней

После прочтения книги, думаю, причина тому вполне очевидна. Никакие усилия, никакие затраты не помогут вам сделать деньги из воздуха, если вы не сможете когда-нибудь в будущем выгодно продать свой бизнес. Чем быстрее вы подготовите его к продаже, тем скорее окажетесь на финишной прямой к богатству.

Итак, с первых же дней внедряйте в бизнес системы буквально для всего — маркетинговые системы, системы продаж, системы обслуживания покупателей, системы найма и увольнения сотрудников, административные системы, системы поощрения и вознаграждения, системы по разрешению проблем и так далее.

В дополнение к вышесказанному, вы должны найти такой бизнес, чтобы создавать продукт только один раз, а затем перекладывать на «плечи» системы его бесконечное производство.

Для большинства людей эти требования покажутся слишком жесткими. Советую вам с самого начала отобрать те компании, которые будут заинтересованы в приобретении вашего бизнеса через год. К ним могут относиться даже потенциальные партнеры совместного предприятия.

План отступления должен быть разработан на самых ранних этапах, и вот почему: если вы будете четко представлять себе конечную цель, то сможете более точно направлять свои действия, чтобы получить желаемый результат.

Существует пять основных путей к отступлению:

- продажа стратегическому покупателю;
- продажа финансовому покупателю;
- публичные торги;
- продажа собственным сотрудникам;
- ликвидация активов.

И с самого начала вы должны ориентироваться и строить свой бизнес именно в расчете на выбранный вами вариант.

Существует огромная разница между публичными торгами и продажей по частному соглашению. Чтобы иметь возможность выставить свою компанию на публичные торги, вы обязаны иметь проверенные счета за три года, в то время как продажа по частному соглашению подобного условия не выдвигает. Если вы намереваетесь продавать компанию на публичных торгах, можете предложить своим сотрудникам какую-то часть акций, что не имеет смысла при частном соглашении.

Так что задуматься над тем, кому и как вы продадите свой бизнес, никогда не рано, и я советую задаться данным вопросом с первого же дня.

19. Используйте наиболее эффективную маркетинговую политику

Данный вопрос я весьма обстоятельно изложил в книге «Что знают богатые люди и что они хотят сохранить в секрете», а потому нет смысла повторяться, разве что еще раз напомнить вам о его важности.

Маркетинг — одно из наиболее уязвимых мест многих компаний, и этот факт обходится им в целые состояния. Меня не перестает удивлять, что в наше время маркетинг во многих компаниях находится на исключительно низком уровне.

На то имеется масса причин, вследствие чего я создал десять заповедей маркетинга, чтобы уберечь вас от грубых и дорогостоящих ошибок. Пожалуйста, повесьте их на стену, чтобы они всегда были у вас перед глазами. Никогда не нарушайте эти правила, иначе потеряете миллионы.

Десять заповедей маркетинга

1. Если вы не большой специалист в маркетинге, найдите того, кто им является, и как можно быстрее!
2. Никогда не рекламируйте свой брэнд. Специалисты в этой области попытаются убедить вас в том, что реклама необходима для знакомства покупателей с вашим брэндом. Все это полная ерунда. Если реклама не поможет вам продать товар, не делайте такой рекламы.
3. Всегда делайте рекламу со скидкой, но никогда не покупайтесь на дешевую рекламу. Если вы решили прорекламирровать свой товар, не делайте этого только лишь потому, что вам позвонил кто-то из агентства по рекламе и предло-

Как? Мне известна одна уловка, которой, кажется, никто не пользуется. Пробегите глазами объявления о работе в любой газете, и вы поймете, что я имею в виду. Надо писать оригинальные объявления, в которых *ничего* не сказано о работе. Да-да, совершенно верно, о работе не сказано ничего!

Задайте себе важный вопрос, которым задаются лишь немногие работодатели: *чего хотят претенденты на работу?* Ответ на данный вопрос отыскать несложно. Того же, чего и вы. Думаю, не найдется ни одного человека в поисках работы, не желавшего удовольствия, хороших условий, быстрого роста, возможностей для продвижения, путешествий, разнообразия и так далее.

Именно здесь многие наниматели и допускают ошибку и в итоге довольствуются посредственными работниками... они пытаются сэкономить на объявлении, делая его маленьким и неверно составляя. Будьте готовы потратить на объявления больше денег, чем любой другой работодатель (включая крупные компании), а текст должен быть легким, занимательным, вдохновляющим — и ничего не говорить о работе.

Позвольте пояснить. Если, скажем, вы ищете человека на место отвечающего на звонки, заголовок «СЛУЖАЩИЙ ПРИЕМНОЙ» говорит сам за себя. Нет необходимости объяснять в объявлении, что

вам нужен человек, который будет отвечать на телефонные звонки и должен иметь приятные манеры и голос. Поверьте мне, люди, ищущие подобную работу, прекрасно знают, что им придется отвечать на телефонные звонки. И если вы включите слова «иметь приятные манеры» в описание работы, то, скорее всего, возьмете не того человека.

Неважно, на какую должность вы ищете человека, в объявлении должно говориться о компании, приятной атмосфере, возможностях карьерного роста, клиентах и тому подобных вещах. Другими словами, вы должны рекламировать компанию, условия работы и возможности.

К примеру, если вы ищете торгового агента, забудьте про всякие глупости вроде «Требуется квалифицированный торговый агент с опытом работы в области программного обеспечения, трудолюбивый, преданный...». Это скучно, банально и пустая трата времени. Как насчет вот такого объявления: «Быстро развивающейся динамичной компании требуется самый классный торговый агент. Увлекательная работа, отличные условия труда, возможности карьерного роста, престижный офис в Сиднее, теплая атмосфера...»?

Даю вам стопроцентную гарантию, что на такое объявление откликнется в десять раз больше людей, и в результате собеседований вы сможете вы-

брать самого лучшего претендента. У вас будет возможность выбирать из сотен кандидатов вместо небольшой горстки неудачников. Собеседование также предоставляет вам замечательную возможность рекламировать свою «мечту» и завладеть сердцами и умами будущих сотрудников — увлечь их совместной идеей и блестящими перспективами.

Мой клиент как-то жаловался мне: «Невозможно найти хороших работников, мы давали рекламу, и все безрезультатно». Это в корне неверно. Мы подкорректировали объявление о найме сотрудников, и вскоре они нашли отличного кандидата на должность. Конечно, проводить собеседование с двумя сотнями людей несколько сложнее, чем с пятью, но вы быстро научитесь работать с резюме, чтобы отбирать восемь—десять самых лучших кандидатов. В конечном итоге вы получите великолепного работника.

21. Переходим к делу

Сейчас самое время приступить к продаже и доказать, что ваши системы эффективно работают. Одновременно вы сможете убедиться в том, что на ваш товар есть спрос. Обратная связь поможет вам определиться и выбрать верное направление, ибо поначалу все, как правило, идут неверным путем.

Вы должны следить за всеми доказательствами своего успеха и отмечать каждый пройденный этап. Без устали совершенствовать каждый аспект бизнеса. Разговаривать с клиентами, оценивать их мнения, учитывать пожелания и подгонять свою работу под их потребности.

В каждой компании этот процесс будет протекать по-своему. Если у вас нет квалифицированных экспертов, вам придется туговато, поскольку именно на этом этапе, когда процесс постоянно стопорится, вам потребуется мудрый профессиональный совет.

Это то время, когда вы можете играть со своим бизнесом, отшлифовывать его и оперировать реальными цифрами (а не просто проектами), чтобы выстроить прочный, солидный бизнес, который вы с гордостью сможете показать инвесторам.

22. Прежде чем продать, обучайте, продавайте, потом снова обучайте

На ваших покупателей ведется постоянное наступление по всем направлениям.

Звучит чересчур драматично? Однако на самом деле все совсем не так страшно.

Каждый день на головы покупателей обрушиваются тысячи рекламных призывов. Почему? Потому что каждый продавец пытается привлечь их внимание.

Специалист по рекламе Шимон Рейнольдс утверждает, что ежедневно на нас воздействует около тысячи рекламных сообщений. Невероятно, но вполне возможно, если остановиться и всерьез задуматься над этим. С того момента, как мы просыпаемся по утрам, до того момента, как мы ложимся спать, мы везде натываемся на рекламу — газеты, телевидение, радио, почтовые ящики, Интернет, электронная почта, футболки, автобусные остановки, общественный транспорт, такси, лифты, туалеты, бейсбольные кепки, пластиковые пакеты и так далее, и тому подобное. Создатели рекламы выискивают все новые и новые способы привлечь наше внимание.

Конечный результат: потенциальный покупатель оглушен рекламной «какофонией». Представьте, как один человек исполняет музыкальное произведение, а теперь вообразите, как десять тысяч человек исполняют совершенно различную музыку, каждый на свой лад — это уже не музыка, а самая настоящая какофония.

Люди начинают путаться в противоречащих друг другу рекламных роликах, выплескивающих на них ежедневно. А поэтому естественная человечес-

кая реакция на всю эту неразбериху — отключиться и перестать верить всему, что твердит реклама.

Как заставить покупателей почувствовать себя уверенно

Как же с этим бороться? Как же преуспеть при такой конкуренции в этом «рекламном безумии»? Вы не сможете прекратить какофонию, производимую этими невежественными рекламоделами, растрачивающими миллионы долларов впустую.

Покупатели не только окончательно запутались, они более, чем когда-либо, опасаются возможного риска. Огромное преимущество ранее давали гарантии и обещания стопроцентного возврата денег, поскольку это вызывало доверие к вам со стороны покупателей. Но сейчас такой подход превратился в обычную практику. Пустые обещания уже не срабатывают, как прежде.

Если вы стремитесь завладеть вниманием покупателей и удержать его, воспользуйтесь техникой, названной мною *образовательный маркетинг*. Что же это такое? Придуманый мной термин означает обучение, информирование покупателей до, во время и после продажи. Способы могут меняться, но, если вы не будете делать этого вообще, успеха вам не видать.

Итак, вот вам совет на миллион долларов: не продавайте — обучайте.

Внимательно изучайте все рекламные сообщения, обрушиваемые на вас ежедневно, и вы поймете, что у них есть кое-что общее. Все они пытаются продать, продать, продать. А что же в этом неправильно? Ведь рекламу и делают для того, чтобы продать продукт! Эта концепция хороша в теории — если бы ваша реклама была единственной на телевидении и радио, так бы и случилось. Но могу вас уверить, она неизбежно затеряется в рекламной какофонии.

Помните, я говорил, что покупатели сегодня растерянны и запутанны, они уже не доверяют рекламе. Если вы возьмете на вооружение предложенный мною подход и станете обучать клиентов перед покупкой, *вам не придется продавать*. Да, я не ошибся, вам не придется продавать.

Если вы будете правильно информировать, знакомить покупателей с товаром, потенциальные клиенты примут единственно верное, очевидное решение — то есть купят именно у вас. И скажут вам спасибо за то, что помогли им разобраться.

Образовательный маркетинг не только имеет огромное значение, это краеугольный камень вашего успеха. Поэтому либо вы используете его, либо ваша реклама затонет в пучине рекламного моря.

23. Будьте бдительны на стадиях 2 и 3

После завершения предыдущего этапа (а это может занять несколько месяцев) ваш следующий шаг — вернуться назад в поисках дополнительных денежных вливаний, если вы хотите развиваться быстрее. Если в капитале вы не нуждаетесь, увеличьте объем продаж, сосредоточившись на продажах и маркетинговой политике.

Крайне важно, чтобы вы смогли поддерживать материально-техническое обеспечение и обслуживание клиентов на одинаковом уровне с ростом объема продаж, иначе вас ожидает величайшая проблема из всех существующих: провал после того, как вы стремительно достигли слишком большого успеха.

Звучит пугающе, но слишком высокий объем продаж обойдется вам так же дорого, как и низкий.

24. Освоение новых горизонтов

Если вы уверены в том, что в состоянии справиться с ростом компании, и чувствуете, что он вполне достижим, самое время мыслить еще глобальнее и на-

чинать планировать поднять свой бизнес на совершенно новую ступень. Достигнутый успех придаст вам уверенности, вы знаете, что вам это по плечу.

Не так уж много людей доходит до данного этапа. Вместо этого все силы они тратят на залатывание дыр в своем бизнесе, потому что не позаботились заранее о внедрении систем, наняли неподходящих людей и создали не бизнес, а сплошную головную боль.

Если же вы серьезно отнеслись к предложенным в данной книге советам, у вас самые квалифицированные сотрудники и самые эффективные системы (которые, кстати сказать, должны быть разработаны вашими сотрудниками). А это развязывает вам руки и дает полную свободу действий — вы можете разрабатывать новые планы, которые в будущем принесут вам новые прибыли.

Помните, именно прибыли вдохновляют людей, служат мощнейшим стимулом для работы, заставляют их хотеть вкладывать деньги в ваш бизнес. Они делают бизнес невероятно ценным, а это в свою очередь способствует получению из воздуха еще больших денег.

Так что не бойтесь мыслить масштабно и, достигнув одной вершины, тут же поднимайтесь на следующую.

25. Избавьтесь от ненужного страха

Бояться вы будете обязательно. Могу вам это гарантировать.

Время от времени (особенно в первые год-полтора) будут случаться такие моменты, когда вы внезапно останавливаетесь, оглядываетесь по сторонам и вам кажется, будто вы отхватили кусок не по зубам. Вам будет казаться, что ваш бизнес как карточный домик — такой же непрочный и шаткий, и все может рухнуть в мгновение ока, а ваши клиенты не сегодня завтра разбегутся кто куда.

Хотя ваш бизнес действительно не совсем прочно стоит на ногах, ваши страхи абсолютно беспочвенны, уверяю вас. Не теряйте присутствия духа. Не теряйте веры в себя. Не позволяйте временным трудностям сломить свой дух и разбить надежды.

Если вы впали в уныние, обратитесь за помощью к своему видению будущего, подумайте о причинах, побудивших вас заняться бизнесом. Это суровый период, поэтому сохраняйте хладнокровие и положительный настрой, двигайтесь вперед и вперед. Когда-нибудь вы будете вспоминать об этом времени и своих страхах с улыбкой и жалеть, что тратили бесценную энергию на такие пустяки.

26. Занимайтесь только тем, что в итоге обернется деньгами

Поставив бизнес на ноги, не совершайте самой серьезной ошибки. Ни в коем случае не работайте «в» бизнесе, вам нужно работать «над» бизнесом. Так об этом пишет Майкл Гербер, автор книги «Предпринимательский миф».

В чем же заключается разница между этими двумя понятиями? Человек, работающий в бизнесе, занимается делами, которые можно было бы поручить другим: отвечает на телефонные звонки, обрабатывает заказы, ведет счета. Все вышеперечисленное имеет существенное значение, без этого бизнес будет стоять на месте. Однако эти функции могут выполнять другие работники за сравнительно невысокую плату. Зато вы будете свободны, чтобы сосредоточиться на двух решающих моментах:

- получение дохода;
- создание и совершенствование систем.

Вам следует работать только над этими двумя пунктами. Почему? Это поможет вам использовать время с максимальной пользой для процветания вашего бизнеса.

Зачем же заниматься работой, которую кто-то другой выполнит за гораздо меньшие деньги, а вы

за это время можете принести своему бизнесу целое состояние. Вот почему вы должны продавать «упаковки», а не личное время.

Продавая «упаковки» и позволяя сотрудникам продавать вам собственное время, совершенствуя системы, вы сможете делать деньги из воздуха в довольно короткие сроки. Большинство людей делают прямо противоположное, что сильно ограничивает рост их бизнеса, а следовательно, и его ценности.

Глава 15

Станете ли вы миллионером?

Если вы дошли до этого момента, значит, вы уже достигли многого. Исследования показывают, что 90 % людей никогда не продвигаются дальше первой главы.

Многие ответы, которые вы еще не получили, скрываются в вас самих. Они всплывут в процессе самоанализа. Оставайтесь со мной еще чуть-чуть, поскольку пришло время заглянуть внутрь себя и выяснить, обладаете ли вы всем необходимым для создания денег из воздуха.

В процессе знакомства с двадцатью характеристиками самых прибыльных предприятий и сорока двумя привычками самых преуспевающих деловых

людей, думаю, вы ощущали, что какие-то описываемые качества вам присущи. Наверняка есть и другие, над которыми вы пока работаете.

Представленный ниже тест для проведения самоанализа включает все привычки преуспевающих людей и характеристики процветающих предприятий. Пришло время провести детальную оценку собственной жизни, честно взглянуть на свои достижения и перспективы получения денег из воздуха. Заполнение данной анкеты позволит вам получить истинную картину: на каком этапе развития находится ваш бизнес, имеется ли у вас шанс сделать деньги из воздуха, стоит ли вам вернуться в самое начало. Ответы займут у вас пять минут, зато помогут вам разобраться, обладаете ли вы необходимыми для успеха привычками и качествами.

Возможно, вам потребуется некоторая доля мужества, чтобы справиться с тестом, но настоятельно рекомендую вам не пропускать его. Ведь он раскроет вам глаза на многие вещи. Сегодня вы узнаете, где вы находитесь в настоящий момент и что нужно предпринять, чтобы оказаться там, где вы хотите быть.

Ну что ж, приступаем.

Тест для самоанализа

№	Вопрос	Да	Нет	Баллы
1	Ориентируетесь ли вы на мировые рынки?			
2	Предлагаете ли вы уникальный актуальный товар?			
3	Является ли ваш продукт высокоэффективным?			
4	Имеет ли ваш бизнес остаточную прибыль?			
5	Разработали ли вы системы для всех аспектов бизнеса?			
6	Зависит ли ваш бизнес от одного человека?			
7	Предлагаете ли вы безупречный сервис?			
8	Работаете ли вы над созданием мощного брэнда?			
9	Лидируете ли вы на рынке?			
10	Нанимаете ли вы на работу самых ярких и талантливых людей?			
11	Поощряете ли вы своих сотрудников на основе качества исполнения работы?			
12	Велика ли ваша валовая прибыль (то есть больше 60%)?			
13	Много ли у вас коикурентов?			
14	Используете ли вы усовершенствования и нововведения?			

№	Вопрос	Да	Нет	Баллы
15	Разработан ли у вас план отступления?			
16	Имеется ли у вас обширная база данных клиентов?			
17	Проводите ли вы грамотную маркетинговую политику?			
18	Предупреждаете ли вы желания клиентов?			
19	Дарите ли вы своим клиентам незабываемые ощущения?			
20	Информируете и обучаете ли вы клиентов перед продажей?			
21	Обладаете ли вы страстным желанием достичь успеха?			
22	Учитесь ли вы у самых опытных профессионалов?			
23	Всегда ли вы готовы совершенствоваться?			
24	Готовы ли вы быстро меняться?			
25	Быстро ли вы принимаете решения?			
26	Отличаетесь ли вы страстностью, волнением и энергичностью?			
27	Умеете ли во всем видеть новые возможности?			
28	Смотрите ли вы на мир как на лабораторию или на игровую площадку?			
29	Дальновидны ли вы?			

Как делать деньги из воздуха

№	Вопрос	Да	Нет	Баллы
30	Масштабны ли ваши мечты?			
31	Идете ли вы на сознательный риск?			
32	Используете ли вы чужую репутацию?			
33	Сосредоточены ли вы на покупателях (рынке)?			
34	Уверены ли вы в себе?			
35	Творческий ли вы человек, стремитесь ли вы к изменениям?			
36	Всегда ли вы ищете разгадки?			
37	Считают ли вас окружающие настоящим лидером?			
38	Сохраниваете ли вы хладнокровие в сложных ситуациях?			
39	Вдохновляете ли вы окружающих?			
40	Постоянно ли вы находитесь в поиске высококлассных специалистов?			
41	Знаете ли, вы когда нужно сойти с дистанции?			
42	Используете ли вы человеческие и прочие ресурсы на полную мощь?			
43	Поощряете ли вы окружающих к самосовершенствованию?			
44	Мужественны ли вы?			
45	Готовы ли вы к неприятностям?			

№	Вопрос	Да	Нет	Баллы
46	Продвигаете ли вы свою мечту при любой возможности?			
47	Остаетесь ли вы верны себе при любых обстоятельствах?			
48	Скромны ли вы?			
49	Хвалите ли вы своих подчиненных публично (а критикуете наедине)?			
50	Признаете ли вы чужие достижения?			
51	Знаете ли вы, когда пришло время выйти из бизнеса?			
52	Признаете ли вы свои слабости?			
53	Предъявляете ли вы к себе высокие требования?			
54	Обладаете ли вы даром общения?			
55	Несете ли вы ответственность, когда дела идут не так, как запланировано?			
56	Работаете ли вы с умом?			
57	Завоеываете ли вы уважение, не требуя его?			
58	Цените ли вы собственное время и знания?			
59	Есть ли у вас ролевые модели и наставники?			

Как делать деньги из воздуха

№	Вопрос	Да	Нет	Баллы
60	Обладаете ли вы масштабностью мышления?			
61	Испытываете ли вы страх, принимаясь за что-то новое?			
62	Целеустремленны ли вы?			

Общий результат

Поставьте себе по 2 балла за все ответы «да» и 0 баллов за ответы «нет». Ваш общий счет должен превышать 90 баллов.

Что у вас получилось? 90 баллов и более указывают на то, что у вас замечательные шансы сделать деньги из воздуха. Если вы набрали меньше, вам придется еще чуть-чуть потрудиться и поучиться. Это должно стать вашей целью на ближайшее время.

Надеюсь, полученный результат, каким бы он ни оказался, укажет вам на то, что требует самого пристального и неотложного внимания.

Начало

Примите мои поздравления! Вы подошли к началу.

Чтение закончилось, но обучение только начинается. После того как вы перевернете последнюю страницу этой книги, начните делать все по-иному.

Вам не поможет ни одна книга, если вы не готовы применить полученные знания на практике. Как я уже говорил вначале, именно практическое применение, а не теоретическое знание принципов принесет вам деньги. Запомните это на всю оставшуюся жизнь.

По всему миру я встречаю людей, которые признаются, что читали мои книги. И я благодарен им. Это большая честь — знать, что люди ценят мысли, которыми ты с ними делишься. Но что действительно заставляет меня гордиться, так это общение с людьми, которым мои книги помогли достичь выдающегося успеха.

У них я черпаю вдохновение. Я восхищаюсь ими и стараюсь в свою очередь чему-нибудь научиться у них.

Итак, спасибо вам за то, что прошли со мной весь путь. Желаю вам удачи и успеха. С нетерпением жду сообщений о ваших успехах и с удовольствием включу вашу историю в следующую книгу.

Счастья и процветания вам и всем, кто вам дорог.

Оглавление

Гарантия возврата денег	4
Введение	6
Глава 1. Секреты богатых	10
Глава 2. Насколько вы богаты?	20
Глава 3. Делаем деньги из воздуха	28
Глава 4. Хотите быть богатым, не тратьте время на школу . . .	33
Глава 5. Самый быстрый способ делать деньги	39
Глава 6. Мои деловые успехи и неудачи	46
Глава 7. Чтобы долететь до Луны, вам нужна ракета	51
Глава 8. Если вы не можете что-то продать, это не стоит и ломаного гроша	57
Глава 9. Двадцать признаков наименее выгодных предприятий	66
Глава 10. Двадцать характеристик наиболее выгодных предприятий	86
Глава 11. Самые полезные и вредные привычки	122
Глава 12. Двадцать восемь привычек неудачников	129
Глава 13. Сорок две привычки самых преуспевающих деловых людей	132
Глава 14. Двадцать шесть секретов получения денег из воздуха	222
Глава 15. Станете ли вы миллионером?	280
Начало	287