

Олег БАРАНОВ

О ЧЕМ НЕ ГОВОРЯТ НА МАСТЕР-КЛАССАХ



88

ИНСТРУМЕНТОВ,
которые заставят вашу розницу ржать

16+

Олег Николаевич Баранов

О чем не говорят на мастер-классах

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=31190520

SelfPub; 2018

Аннотация

Книга представляет собой сборник практических советов по увеличению объемов продаж в розничной сети и в сфере услуг. В ней большое количество иллюстраций и текстовых приложений, которые описывают бизнес-процессы в области маркетинга, продаж, найма персонала и автоматизации. Книга предназначена для руководителей во всех сферах продаж и маркетинга, собственников и частных предпринимателей, а также для тех, кто только собрался открывать свое дело.

Олег Баранов

О ЧЕМ НЕ ГОВОРЯТ НА МАСТЕР-КЛАССАХ

88 инструментов, которые заставят вашу розницу работать

МОИ МЫСЛИ ПО ЭТОМУ ПОВОДУ

Мне довелось ознакомиться с этой книгой одним из первых, чему я очень рад. Отмечу, что читал я ее с большим увлечением и легкостью. Понравилось, что автор сам является практиком, который делится конкретными инструментами и своим опытом, приобретенным в той каждодневной реальности, что окружает нас в странах постсоветского пространства. Говорю так, потому что живу в одной из бывших республик СССР и знаю, что менталитет моих сограждан очень близок к российскому.

В своем деле я почти 15 лет и за это время успел перечитать огромное количество книг по бизнесу как российских, так и американских авторов. Однако, честно говоря, эту книгу мне даже сравнить не с чем, ведь ничего подобного я никогда не читал.

Думаю, каждому автору присущ свой стиль, но Олег выделяется открытостью и харизмой. Подкупает то, что пред-

принимателям, которые, как и я, хотят изменить положение дел в своей компании, он помогает, давая реальные инструменты и советы. Поэтому я рекомендую всем, кто завтра хочет быть лучшей версией самого себя сегодняшнего, прочитать эту книгу несколько раз: каждый раз вы будете замечать в ней то, что не увидели раньше. И, по совету автора, берите ручку, подчеркивайте и внедряйте отмеченное как можно скорее.

Книга Олега пришлась мне как нельзя кстати: с этого года я планирую начать строить свою собственную сеть магазинов здорового питания. И я уверен: когда вы будете читать эти строки, половина всех инструментов, которые я выделил для себя, уже окажутся внедренными.

Без сомнений, каждый найдет для себя в этой книге минимум десять инструментов, которые захочет применить сразу же. Ребята, главное – сила духа и желание победить, изменить себя, своих подчиненных, заставить возвращаться новый механизм вашего бизнеса. Предупреждаю: вы встретите яростное сопротивление со стороны своих сотрудников, но тех, кто это выдержит, ждет награда – покорение еще одной высоты. Торопитесь, жизнь коротка, а нам надо взобраться на новую вершину! Удачи!

Основатель и руководитель агрохолдинга

Ltd Etalonus group distrub

Георгий Барладян

г. Кишинёв, Молдова

Введение

Для кого эта книга предназначена? По сути, для всех предпринимателей, руководителей, управляющих, но в первую очередь, конечно, для розничных магазинов и компаний, оказывающих услуги. Она будет очень полезна тем, кто собирается открыть собственный бизнес, причем неважно, в какой сфере, – его фундамент всё равно одинаков. Много полезных инструментов найдут в ней и те, кто занимается оптовыми поставками и продажами.

Многие спросят меня, почему я назвал свою книгу именно так? Ответ очень прост! Вы не найдете ни одного мастер-класса, ни одного семинара, ни одной книги, в конце концов, где были бы раскрыты простым языком основные аспекты организации продаж, найма, построения классического и интернет-маркетинга, автоматизации и контроля бизнес-процессов и даже азы личной эффективности. Так что, прощай, всё логично.

Если бы такая книга была у меня лет десять назад, когда я всё только начинал, то, думаю, сейчас я достиг бы совершенно другого уровня. Но, увы, мне до всего пришлось дойти самому. Уверен, в ней вы найдете много полезной для себя информации! Желаю успешного чтения!

Глава 1. С чего всё начиналось

Всем привет! Меня зовут Олег Баранов, мне 44 года, и я российский предприниматель с почти десятилетним офи-

циальным стажем. По специальности я военный инженер радиосвязи.

Когда меня спрашивают, откуда я, то я начинаю судорожно думать, что же мне в данной ситуации сказать. Мой папа военный, и куда только нас с ним судьба не забрасывала – Западная Украина, Курильские острова, Камчатка, Крым... Обычно я говорю, что из Крыма: последние десять лет до поступления в военное училище я прожил именно там; хотя в некоторых случаях говорю, что с Западной Украины: моя мама и ее предки, венгры по национальности, именно отсюда – когда-то они проживали на территории Закарпатья, до 1945 года входившего в состав Венгерского Королевства.

Почему я решил стать военным? Ну, во-первых, это семейная традиция; во-вторых, я действительно искренне хотел быть сильным руководителем и хорошим начальником. И если честно, сейчас очень часто при выборе руководителей я отдаю предпочтение именно офицерам и военным служащим запаса, особенно тем, кто отслужил в армии десять и более лет. Это действительно крепкие, дисциплинированные и волевые люди, им не надо повторять одну и ту же задачу по десять раз, они всегда стараются быть пунктуальными во всем. Если надо задержаться после работы или выйти в выходной день, их нет необходимости уговаривать, достаточно просто сказать: «Надо!» И еще один очень немаловажный момент: в случае внезапной командировки им достаточно позвонить в любое время дня и ночи и сказать: «Ты едешь в команди-

ровку!» Всё, что можно услышать в ответ, это вопросы: куда, когда, на чем и на сколько. Больше вопросов у них не возникает.

Уже гораздо позже, читая книгу Роберта Кийосаки «Богатый папа, бедный папа», я заметил, что автор этого бестселлера придерживается похожих взглядов. Сам Кийосаки в молодости специально записался на службу в армию добровольцем и уехал служить во Вьетнам, чтобы научиться быть сильным и волевым руководителем. Его богатый папа, который впоследствии стал миллиардером, сделал в свое время то же самое. А вот бедный папа, живший от зарплаты до зарплаты, наоборот, от армии откестился...

Бизнесом я начал заниматься практически сразу по окончании военного училища. И пусть не судят меня строго господа офицеры, это была вынужденная мера – в середине 90-х, когда я окончил военное училище правительственной связи, в армии просто не платили деньги месяцами. А когда всё же начали платить регулярно и вовремя, оказалось, что их катастрофически не хватает. Вот и приходилось ремонтировать бытовую, аудио– и видеотехнику, обшивать по вечерам балконы, класть в новых квартирах плитку, собирать корпусную мебель, а когда появился автомобиль – еще и таксовать по ночам.

Я не жалею о судьбу, напротив, я ей благодарен: трудности давили на меня, так что я вынужден был искать пути и способы зарабатывания денег, ибо всегда хотел жить до-

стойно, а не считать копейки. Именно в тот период я получил колоссальный опыт в ремонте радиоэлектроники, производстве мебели, строительстве, узнал структуру всех отделочных работ, что, несомненно, пригодилось мне потом. Со временем я, конечно, стал нанимать специалистов – отделочников и строителей. На мне же лежали только организационные вопросы, составление смет, иногда подвоз инструмента и материалов, ну и, конечно, решение административных задач.

Мне всегда хотелось заниматься чем-то уникальным, не тем, что делают все подряд, и вот в 2007 году я занялся натяжными потолками. В нашем городе на тот момент их делали только две фирмы. Но суть моего проекта заключалась в том, что я начал предлагать потолки с подсветкой и с использованием оптоволокну для создания эффекта звездного неба. Это было ноу-хау для того времени, и мода на всё современное, конечно, принесла свои плоды.

Популярность компании росла очень быстро, но и конкуренты не дремали – начали делать то же, что и я. К концу 2007 года моя компания насчитывала аж пять человек – две бригады по два работника и менеджер. Разумеется, всё было организовано не в ущерб службе: я всегда относился к исполнению своих должностных обязанностей очень серьезно, за что получил огромное количество поощрений, грамот и наград.

Вся моя работа начиналась после службы. Вечерами я вы-

езжал на объекты, проверял ход выполнения работ и их качество, встречался с заказчиками, составлял сметы на новые объекты. Мой рабочий день в это время, как правило, заканчивался ближе к полуночи. Суббота и воскресенье тоже проходили в заботах, и времени на отдых практически не оставалось...

Так это всё и продолжалось, пока один из «доброжелателей» не рассказал про бизнес моему армейскому начальству. Меня вызвали к командиру, где сказали, что я не офицер и порочу честь офицера (я, правда, так и не понял, чем; наверное, тем, что умел зарабатывать деньги). На следующий день, всё обдумав и взвесив, я решил написать рапорт об увольнении, хотя до получения военной пенсии мне оставалось чуть больше шести месяцев. Так моя офицерская карьера закончилась в звании майора, о чем я теперь нисколько не жалею.

Уволившись, я решил заняться чем-то новым, тем, чего еще нет в нашем городе. Это сейчас я понимаю, что искал УТП (уникальное торговое предложение), а тогда это было просто желание отличаться от других. 1 марта 2008 года я официально открыл компанию, которая занималась светодиодным оборудованием, в основном всевозможными подсветками интерьеров помещений и фасадов зданий.

Поначалу всё было о-о-очень сложно! Люди не понимали, что это такое, с чем его едят и какая от этого выгода. Я, как умалишенный, катался по городу с коммерческими предложениями, но практически везде получал отказ. Хорошо, что

на тот момент у меня был еще бизнес с натяжными потолками, без него я даже не знаю, как бы сводил концы с концами.

И тогда у меня появилась идея: для того чтобы популяризировать эту новинку, надо открыть специализированный магазин, в котором будут продаваться все типы и виды освещения, но только на базе светодиодов!

Вот так в декабре 2008 года и открылся мой первый магазин светодиодной техники. Вспоминаю это время как непростое и даже страшное. Страшное, потому что я набрал много кредитов, мне пришлось заложить машину, квартиру и гараж, которые я успел нажить к тому времени. Но я не прогадал – магазин начал набирать обороты и приносить прибыль.

Идея заключалась в том, что мы продавали большой перечень товаров с использованием светодиодов и добавок оказывали услуги по их монтажу. Здесь можно было купить автомобильные и бытовые лампы и светильники, всевозможные прожектора, интерьерные подсветки, офисные и магазинные светильники и прочее.

Параллельно мой партнер развивал небольшое производство светильников под собственным брендом, которые продавались в том числе и оптовым покупателям. Всё это давало неплохую прибыль, и со временем я полностью погрузился в светодиоды, плавно прекратив работать с натяжными потолками.

На следующий год я открыл второй магазин в соседнем регионе, потом третий, четвертый... И тут началась череда

грабель, на которые мне пришлось наступить и испытать на себе. Было и воровство продавцов, и кражи, и брак, и битый товар при доставке, и невыходы на работу, и отказ оргтехники – в общем, весь букет. Понять меня сможет только предприниматель, у которого есть своя сеть магазинов. О какой-то части проблем я в этой книге расскажу, ведь только умные учатся на ошибках других, а дураки, к сожалению, – на своих. Надеюсь, что вы относитесь к первым.

Почему я решил написать такую книгу? Это интеграция огромного опыта и знаний, которые я получил как проводя самостоятельные эксперименты (наступая на грабли), так и в ходе обучения, из книг и огромного количества семинаров, мастер-классов и форумов, которые я посетил в России и за рубежом – в Лондоне, Амстердаме, Нью-Йорке и Дублине.

Наблюдая за современным российским бизнесом, я искренне хочу поделиться с предпринимателями знаниями и опытом, которые приобрел за эти десять лет, и уверен: моя книга поможет многим компаниям удержать свои магазины на плаву и превратить их в генератор прибыли!

Эта книга – история моего пути, моего опыта, который я приобрел, занимаясь предпринимательством, опыта взлетов и падений, которые, я уверен, преследуют абсолютно любой бизнес. Все мои магазины живы и процветают и сегодня, несмотря на среднестатистические данные о том, что через пять лет после открытия выживает только 3 % компаний. Я не останавливаюсь на достигнутом; постоянно обуча-

ясь, я привожу новые идеи, которые мы внедряем и понимаем, подходит нам это или нет. Всё, что изложено в книге, было опробовано в наших магазинах и принесло положительный результат.

Я не обещаю, что как только вы прочитаете эту книгу, ваши продажи взлетят вверх; я делюсь здесь только теми инструментами, которые внедрил и которые работают. Благодаря именно им все 12 магазинов нашей компании, разбросанных по всей стране, работают и приносят прибыль. Пока вы не заставите себя, не поднимете свою задницу, не начнете что-то делать, ничего не изменится! К сожалению, никаких волшебных таблеток для увеличения продаж в вашем магазине нет, в этом я уверен на триста процентов!

Для вашего удобства все описанные инструменты будут помечены звездочками, количество которых соответствует уровню сложности их внедрения:

- * – очень просто, сами разберетесь и сделаете;
- ** – просто, но надо немного подучиться, и всё получится;
- *** – непросто, требуется наемный специалист или аутсорсинг.

Кроме того, если во время чтения книги вы испытаете трудности при просмотре рисунков или текстовых приложений или для разработки собственных документов вам понадобится мой образец, можете зайти на сайт olegbaranov.com и скачать полную версию всех рисунков и приложений, использованных в этой книге в качестве примеров.

Я очень постарался изложить свои мысли понятным, простым, незаумным языком, понимая, что большая часть владельцев бизнеса – это обычные люди, которые не получили высшее образование в сфере маркетинга и бизнес-процессов и степень MBA. Если где-то будут встречаться новые слова, я объясню их максимально доступно. Еще раз повторюсь: книгу я постарался написать просто и понятно, без лишней воды и рассусоливания, хотя иногда это давалось нелегко.

Поделюсь своим опытом чтения книг. Несмотря на то что я ярый поклонник самых последних технологий и осуществляю управление бизнесом и аналитику со смартфона (этими инструментами я также поделюсь), книги я предпочитаю читать на бумажных носителях. В них удобно что-то подчеркивать, выделять какие-то идеи, обводить абзацы или предложения, ставить восклицательные знаки. Прочитав книгу, я сажусь за компьютер и преобразую все идеи в определенный план действий, который внедряю уже посредством современных технологий и сервисов. Кстати, программу, с помощью которой я планирую внедрение каких-то идей, я также опишу в этой книге.

Рекомендую и вам во время чтения выделять всё, что понравится, или делать пометки на страницах книги, а потом сесть и проработать помеченное, преобразуя это в инструменты, идеи и мысли. Я знаю, что вы волевой человек, поэтому уверен на все сто: инструменты, которые вам понравятся, вы внедрите в свой бизнес и увеличите прибыль ми-

нимум на 300 %. Удачи!

Глава 2. Почему же всё так плохо?

Прежде чем приступить к чтению основной части, давайте все-таки разберемся в причинах спада в розничной торговле. Среди них однозначно есть как объективные, то есть не зависящие от нас, так и субъективные, **зависящие только от нас!!!**

Объективные причины

Причина 1. Типа кризис, но о нем чуть ниже. Рынок и экономика нашей страны вошли в стандартный режим своего существования. Другими словами, исчезла халява под названием «жирный нефтедоллар», и наш бюджет стал формироваться на основе налогов от деятельности бизнеса. Появилась здоровая, нормальная конкуренция – стимул для развития тех компаний, которые постоянно ищут и внедряют идеи, развивают систему продаж, используют инструменты маркетинга, модернизируют производство и т. п. В то же время она убивает те компании, руководители и владельцы которых ни хера не делают, а только жалуются на кризис, правительство и прочие факторы, в которых они видят этому оправдание.

Хочу еще раз подчеркнуть: **кризиса нет!!!** Это заявление я могу подтвердить тем, что постоянно общаюсь и взаимодействую с успешными бизнесменами как в России, так и за рубежом. Кризис существует в **ваших** головах, и имя ему –

лень, нежелание трудиться и постоянный поиск оправданий того, почему у **вас** всё плохо. Бизнес 90-х, 2000-х и 2010-х канул в Лету и уже никогда не вернется. Хватит жаловаться, поднимайте свою задницу, закатывайте рукава и начинайте **пахать!** В прямом смысле этого слова!

Для того чтобы вывести свой бизнес на уровень стабильной прибыли, нужно работать по формуле 40+++ . Вы спросите, что это такое? Объясняю.

Чтобы минимально обеспечивать свое выживание, человеку нужно трудиться 40 часов в неделю, и это означает, что вы работаете по формуле 40. Для того чтобы обеспечивать свое выживание и делать себе какие-то материальные и духовные комплименты, работайте по формуле 40+ часов в неделю. Для того чтобы обеспечивать свое выживание и хорошо баловать себя разными бонусами, штучками и комплиментами, работайте по формуле 40++ часов в неделю. Ну а для того чтобы совершить рывок и вывести себя и свой бизнес на новый уровень, нужно работать как минимум по формуле 40+++ часов в неделю!

Запомните: неработающий бизнесмен, предприниматель – это миф, который почему-то распространен у нас в России. Многие думают, что если они открыли свой бизнес, то можно расслабиться; всё будет работать само собой, а вы будете валять дурака, вставать ближе к обеду, смотреть телевизор и т. д. Какой бред, честное слово!

Безусловно, можно выйти на такой уровень, когда вы дей-

ствительно сможете практически не участвовать в своих бизнес-процессах, но это уже совершенно другая тема и в рамках моей книги она не рассматривается. Здесь мы с вами говорим об основной массе предпринимателей и бизнесменов, которые нас окружают в 99 % случаев.

Причина 2. Появилось огромное количество федеральных сетевых гигантов, супер– и гипермаркетов, ассортимент которых пересекается с вашим и которые увели ваших клиентов. Ну и что? Ваш враг огромен и неповоротлив, а вы сухой, поджарый и юркий! Если вы правильно выстроите структуру продаж и разберетесь с маркетинговыми инструментами, то уверяю вас: вы будете переживать эту конкуренцию спокойно. Всё в ваших руках!

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.