

Энди Фрека

Matryoshka

как вести бизнес с иностранцами



 альпина
ПАБЛИШЕР

Энди Фрека

**Matryoshka. Как вести
бизнес с иностранцами**

«Альпина Диджитал»

2018

Фрека Э.

Matryoshka. Как вести бизнес с иностранцами / Э. Фрека —
«Альпина Диджитал», 2018

ISBN 978-5-9614-5246-4

Энди Фрека – американец, который уже 19 лет живет и занимается бизнесом в России. Его первой покупкой в Москве стала матрёшка, поэтому теперь это слово для него – символ товаров и услуг в России. Автор убежден, что в нашей стране полно «матрёшек», которые могут быть высоко оценены за границей, нужно только правильно подать их иностранцам. Эта книга – путеводитель для всех, кто желает наладить деловые контакты с иностранцами, продавать западным клиентам товары и услуги и продвигать свой бизнес на мировом рынке. И не важно, работаете вы в маленькой мастерской или в офисе в «Москва-Сити». В книге автор приводит пять ключей продаж, с помощью которых вы поймете уникальность своего товара для зарубежного потребителя, научитесь заводить контакты с западными коллегами и поймете, как использовать разницу менталитетов на пользу сделке. Читайте, вдохновляйтесь и находите новые возможности развития для себя и своей «матрёшки»!

ISBN 978-5-9614-5246-4

© Фрека Э., 2018

© Альпина Диджитал, 2018

Содержание

| | |
|-----------------------------------|----|
| Введение | 8 |
| Ключ 1 | 14 |
| Глава 1. Что у нас общего? | 14 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 15 |

ЭндиFREKA Matryoshka. Как вести бизнес с иностранцами

Энди Фрека
Matryoshka
как вести бизнес с иностранцами



альпина
ПАБЛИШЕР
МОСКВА
2018

Перевод Р. Симоньян
Редакторы А. Никольский, А. Ткаченко
Руководитель проекта А. Рысляева
Дизайн обложки Л. Бенишвица
Иллюстрации В. Чупахин
Леттеринг З. Яцын
Дизайнер М. Грошева
Корректор И. Астапкина
Компьютерная верстка Б. Руссо

© Э.FREKA, 2018

© Оформление. ООО «Интеллектуальная Литература», 2018

Все права защищены. Произведение предназначено исключительно для частного использования. Никакая часть электронного экземпляра данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для публичного или коллективного использования без письменного разрешения владельца авторских прав. За нарушение авторских прав законодательством предусмотрена выплата компенсации правообладателя в размере до 5 млн. рублей (ст. 49 ЗОАП), а также уголовная ответственность в виде лишения свободы на срок до 6 лет (ст. 146 УК РФ).

* * *

Введение

Привет, читатель! Меня зовут Энди Фрека. Я американец и уже 19 лет живу в России. За это время я успел объехать вашу необъятную родину от Калуги до Камчатки, создать большую дружную семью, завести целую армию русских друзей, открыть бизнес по недвижимости и влюбиться в Россию и россиян настолько, чтобы остаться здесь навсегда.

Идея этой книги пришла мне в голову, когда я – директор по маркетингу агентства недвижимости – пришел с иностранным клиентом на встречу с русским агентом и увидел, как много ошибок в деловом общении с иностранцами допускают мои русские коллеги. И решил написать книгу-путеводитель для всех русских, желающих наладить деловые контакты с иностранцами, продавать западным клиентам свои товары и услуги и продвигать свой бизнес на мировом рынке.

Подозреваю, что у тебя в голове сидит пара хороших идей и есть товары и услуги, которые ты бы хотел предложить какому-нибудь иностранцу. Раз так, самое важное сейчас – не разбираться, «почему американцы такие или другие?», а узнать, «что я могу сделать сегодня, чтобы начать продавать свои товары и услуги иностранцам?». Поэтому вместо того, чтобы пытаться постичь культурные различия, мы сосредоточимся на том, как максимально эффективно представить твой бизнес на мировом рынке уже СЕЙЧАС.

В то же время, читая эту книгу, помни, что во многом русские и иностранные клиенты похожи. Будь уверен, полученные из этой книги знания увеличат твои продажи не только «джонам» издалека, но и «толикам», живущим поблизости.

Последнее время я часто бываю на родине в Америке, и со мной стали происходить интересные вещи. Например, мои одноклассники удивляются: «Энди, почему ты так странно говоришь по-английски?» Мне кажется, я нормально говорю на родном языке. Но когда в Америке захожу к кому-нибудь в гости, все смотрят на меня и говорят: «А, вот и русский пришел!»

Меня часто спрашивают: «Энди, почему ты переехал жить в Россию?», – но никак не получается ответить так, чтобы меня поняли. Это так же сложно, как пытаться объяснить, почему люди влюбляются друг в друга. Наверное, просто нравятся друг другу и хотят быть вместе. По этой же причине я в России: мне просто нравится жить здесь. Нравится общаться с россиянами. Нравится, что каждый день – это небольшое приключение. Нравится быть американцем и жить в России. Я понял, что можно любить и Россию, и Америку, и нет в этом ничего странного.

В январе 1995 г. под самый Новый год я приехал в Россию. Мне было 18, и по старой туристической традиции я пошел гулять на Красную площадь. Было холодно, и я зашел в ГУМ, чтобы согреться. Бродил по этажам, и тут ко мне подошел русский парень, вытащил из кармана куртки матрёшку и предложил купить. Я посмотрел на нее. Не помню, сколько он хотел за нее, но помню, что отдал \$10. Дорого это было на тот момент или нет, тоже не помню, но я остался очень доволен покупкой. Вернувшись домой в Огайо, я подарил матрёшку маме, и до сих пор она стоит на полке в родительском доме.

Та матрёшка была моей первой, если можно так выразиться, торговой сделкой в России. Первый раз россиянин предложил мне, иностранцу, свой товар, и я его купил. Матрёшка стала для меня символом любого товара или услуги в России.

У каждого бизнесмена в России есть своя «матрёшка». Твоя компания или идея, для которой ты ищешь инвестиции, твой продукт, твоя услуга – все это «матрёшки», которые ты можешь предложить западным клиентам.

Мой отец – сантехник, и многому в бизнесе я научился у него. Всякий раз, когда я его спрашиваю, за сколько можно продать ту или иную вещь, он отвечает: вещь стоит столько, сколько человек готов за нее заплатить. Может быть, ты считаешь, что твоя «матрёшка» ничего

не стоит, но это только твой взгляд. И где-то есть люди, которые готовы заплатить евро, доллары и фунты за твой товар или услугу.



«Матрёшка» —
это твой продукт
или бизнес-услуга

В России полно «матрёшек», которые за границей ценятся намного выше. Они повсюду: в искусстве, туризме, технологиях, большом бизнесе, но еще больше их там, где ты и не ожидаешь их найти. Проще говоря, рынок определяет цену, и если российский рынок не ценит твою «матрёшку», обязательно нужно рассмотреть заграничные рынки.

Экономическое положение России выглядит депрессивно в последнее время. Пока я писал эту книгу, цена на нефть сильно упала, и рубль упал вместе с ней. Но надежда есть! И я верю, что будущее российской экономики не в барреле нефти, а в творческом потенциале россиян. Любой народ способен выкачивать черное золото из земли, но только один народ отправил первого человека в космос.

Я видел русских, которые брали бесполезную кучу древесины и превращали ее в бесценный набор шахмат ручной работы. Когда я вижу такие шахматы, я утираю слюнки. Возможно, здесь они не ценятся, но в Европе и Америке они стоят целое состояние. Недостающее звено здесь — технология, как продать их на Запад.

Я наблюдал за тем, как мой друг Август Ибраев из Перми превращает обычное дерево в гитару с невероятным звуком или чудесную арфу. Может, в России гитары таких брендов, как Yamaha или Gibson, ценятся выше, но на Западе самыми ценными считаются гитары именно ручной работы. И снова вопрос: как западному клиенту дать возможность приобрести эти замечательные гитары у моего друга-мастера?

Мне повезло увидеть своими глазами красоты России от «Золотого кольца» и озера Байкал до уникальных пейзажей Камчатки. Монастыри и кремли «Золотого кольца» были построены столетия назад, а Байкал и Камчатку — подарил нам Творец. И это все дано вам абсолютно бесплатно! Как яблоня в моем саду — если я хочу яблоко, мне всего лишь нужно протянуть руку и сорвать его.

Но когда я вижу, как устроен туризм в России, мне хочется рвать волосы на голове от громоздкой бюрократии, непонятной системы оплаты и ужасных веб-сайтов. Я злюсь на гидов,

которые, хотя и говорят по-английски, не понимают, как продавать свои услуги «на Запад», оставляя огромную потенциальную прибыль в карманах туристов.

Но я радуюсь, когда вижу собачий питомник своих друзей Андрея и Анастасии Семашкиных на Камчатке. Всякий раз, отправляясь на незабываемую прогулку на собачьей упряжке, а потом сидя в чуме и поедая суп из оленины под рассказы коренных коряков о народах Камчатки, я осознаю, что Андрей и Настя сотворили настоящее чудо: позволили мне почувствовать себя как дома в обстановке, совершенно чуждой моей родной культуре. И снова задумываюсь о том, как сделать российский туризм доступным для иностранцев.

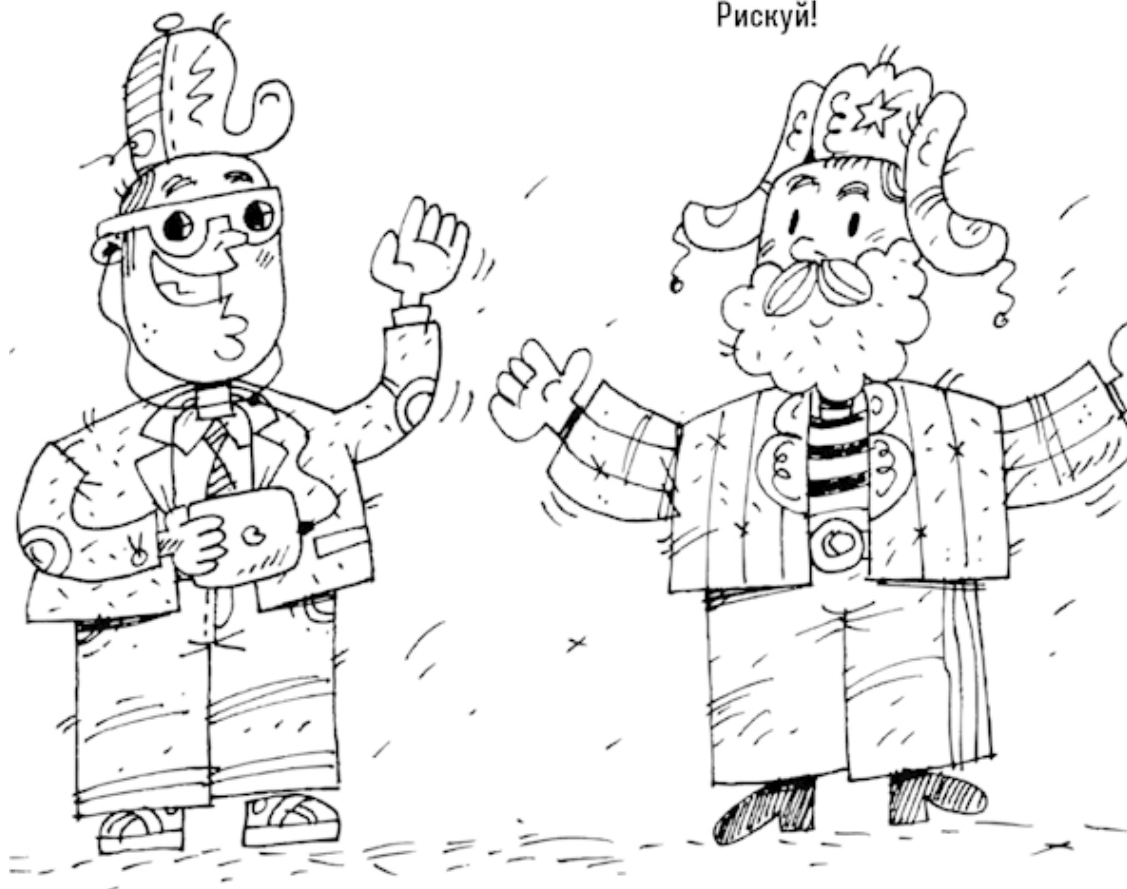
Россияне – одни из наиболее технологически продвинутых и креативных специалистов с образованием мирового уровня. Мой друг Евгений Новиков из Ростова-на-Дону осознал ценность своих знаний программирования, когда встретил у магазина американца. Вот как Евгений вспоминает эту встречу:

«Однажды на улице я увидел странного мужчину, который нес упаковку пива. Он выглядел настолько необычно, что у меня не было сомнений: это иностранец. А поскольку в провинции иностранцы редкость, я подошел и познакомился. Его звали Бак, он был айтишником и только начал изучать русский. Спустя три месяца мы с ним организовали компанию и начали набирать программистов. Так я начал программировать для западных компаний и занимался этим с 1998 по 2008 г.».

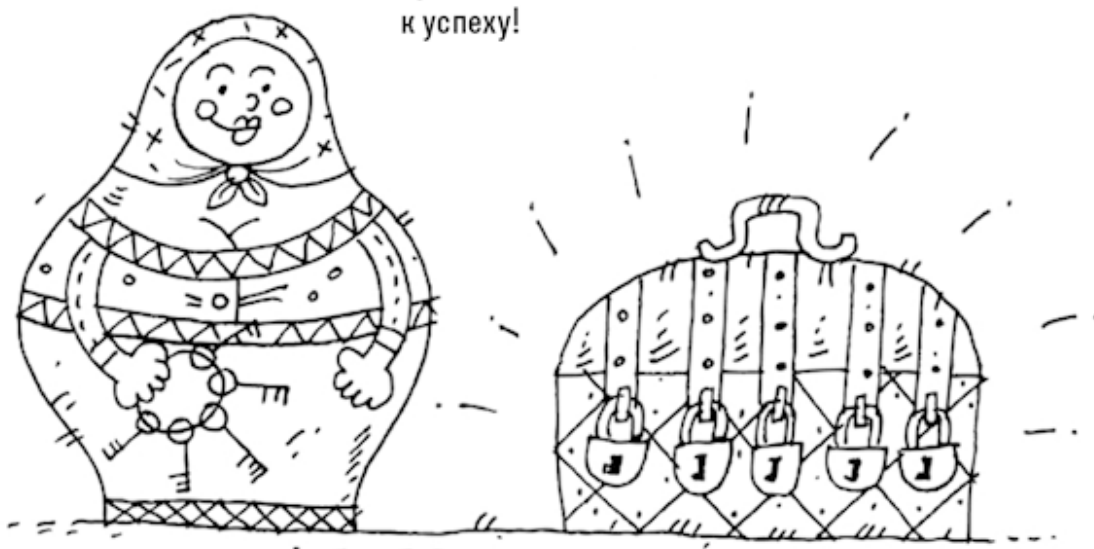
А что если бы Евгений не подошел к Баку в тот осенний день? И с какой стати Бак согласился работать с Евгением? В любом случае мне нравится тот факт, что Евгений не постеснялся использовать возможность перекинуться словом с иностранцем, и в итоге их знакомство оказалось взаимовыгодным: русский и американец организовали успешный IT-бизнес, не зависящий от состояния российской экономики.

Мне очень нравятся «матрёшки» моих русских друзей, и я искренне хочу, чтобы они были доступны иностранцам, ведь, несмотря на сложности, потенциал для бизнеса в России потрясающий. И неважно, работаешь ли ты в подвале маленькой мастерской или в офисе класса «А» в «Москва-Сити», в этой книге ты найдешь новые возможности развития для себя и своей «матрёшки». И моя цель не только подтолкнуть тебя к поиску западных клиентов, но и помочь практическими советами и подсказками, чтобы ты смог самостоятельно продвигать свою «матрёшку» на западный рынок.

Не бойся знакомиться
с иностранцами!
Рискуй!



Пять ключей
приведут тебя
к успеху!



Вместе с тобой мы изучим пять ключей продажи твоей «матрёшки» западным клиентам:

- **1-й ключ.** Мы разные! Сходства и различия культур помогают в бизнесе.

- **2-й ключ.** Все внимание на «матрёшку»! Не отвлекай клиента от твоего продукта.
- **3-й ключ.** Отождествление. Иностранец должен чувствовать себя как дома «в твоей матрёшке».
- **4-й ключ.** Взаимодействие с клиентом. Клиент всегда прав! А что делать, если не всегда?
- **5-й ключ.** Мы – команда! Учись работать с клиентом в одной команде.

В книге «Гении и аутсайдеры» Малкольма Гладуэлла¹ говорится о том, что необходимо 10 000 часов практики, чтобы стать мастером в любом деле. Что я хочу сказать? Одно лишь чтение книги не поможет успешно продавать западным клиентам твою «матрёшку», обязательно нужна практика, поэтому в конце каждой главы ты найдешь практические задания, вопросы и советы. Я настоятельно рекомендую не пропускать их. Заведи блокнот для выполнения заданий, и в конце нашего путешествия у тебя уже будет список практических идей и хороших советов.

Мне нравится смотреть, как продавец в сувенирном магазине демонстрирует матрёшку покупателям: сначала открывает самую большую, потом вторую, третью и так до самой маленькой.



Читай и делай!

Это книга – тоже своего рода матрёшка, но не большая: всего из пяти частей. И я с нетерпением жду, когда мы вместе пройдем эти части, и в конце пути ты, дорогой читатель, будешь приятно удивлен, насколько это просто – продавать «матрёшки» американцам и европейцам.

Наша задача – не копировать западный подход к продажам, а научить тебя предлагать «матрёшку» так, чтобы западный клиент захотел ее купить. Отсюда три главные цели этой

¹ Гладуэлл М. Гении и аутсайдеры: Почему одним все, а другим ничего? – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.

книги. Первая – найти в твоём городе, поселке или регионе «матрёшки», которые интересны западным клиентам. Вторая – открыть потенциал твоей «матрёшки» на западном рынке. И самая главная цель – дать конкретные инструменты для взаимодействия с западными партнерами.

И последнее: невозможно написать книгу про русских и американцев, избегая стереотипов, но ты должен понимать, что в жизни не все американцы в точности таковы, как описано в книге, и, конечно, не принимай на свой счет мои комментарии о русских, ведь стереотипы – вовсе не правило. Идея не в том, чтобы критиковать американцев и русских, а в том, чтобы помочь нам лучше понимать друг друга. Потому что наша главная цель – привести к успеху твой бизнес и открыть для него новые возможности на западных рынках. Я верю, что вместе у нас получится! И как сказал один великий русский парень – «Поехали!».



Ключ 1

Мы разные



Глава 1. Что у нас общего?

Джон и Наташа учились вместе в одном из колледжей восточного побережья Америки. Джон – из фермерского района Пенсильвании, Наташа – из Ижевска. Оба покинули родные места в поисках хорошего образования, оба собирались стать инженерами. Английский у Наташи был настолько безупречен, что, когда она сообщила Джону, что она из России, он решил, что это шутка. А когда она ответила: «А кого ты ожидал встретить? Медведицу с бала-лайкой?» – Джон оценил ее чувство юмора и пригласил на кофе.

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.