

НОНФИКШН РУНЕТА

АННА ШУСТ,
ДМИТРИЙ ШУСТ

КАК ОТКРЫТЬ

БИЗНЕС

и наступить

(НА ВСЁ)

ГРАБЛИ

Нонфикшн Рунета

Анна Шуст

**Как открыть бизнес и
наступить на все грабли**

«Издательство АСТ»

2020

УДК 659.441
ББК 76

Шуст А.

Как открыть бизнес и наступить на все грабли / А. Шуст —
«Издательство АСТ», 2020 — (Нонфикшн Рунета)

ISBN 978-5-17-119966-1

Это книга для тех, кто мечтает открыть свое дело. Это история практиков – Анны и Дмитрия Шуст, – которые 13 лет назад начали бизнес с нуля, без вложений. И превратили свои бренды слингов Mum's Era и «Ехидна» в одни из самых популярных в нише естественного родительства. Это особенная книга, здесь – про малый бизнес. Когда у тебя на старте проекта рекламный бюджет не миллион долларов, а десять тысяч рублей. Когда площадь твоего первого магазина всего 9 квадратных метров.

УДК 659.441

ББК 76

ISBN 978-5-17-119966-1

© Шуст А., 2020
© Издательство АСТ, 2020

Содержание

Предисловие	6
Глава 1	8
Что было до начала бизнеса	9
Самые крутые идеи появляются в декрете	11
Случайное исследование рынка и идея бизнеса	14
Первые шаги и первое фиаско в нашем проекте	15
Как набраться смелости, чтобы вкладывать деньги в развитие	16
Советы, которые мы бы дали самим себе на старте бизнеса	18
Глава 2	19
На что можно променять работу на телевидении	20
Как в самом начале выглядела наша работа на себя	22
12 должностей на двоих	24
Конец ознакомительного фрагмента.	25

Анна и Дмитрий Шуст Как открыть бизнес и наступить на все грабли

© Шуст А.Г.; Шуст Д.В., текст и фото

© ООО «Издательство АСТ»

Предисловие

Нам самим очень не хватало подобной книги на старте. Все, что мы в свое время находили на полках в книжных магазинах, – это истории создания международных компаний, или советы, как грамотно распределять миллионные бюджеты на рекламу, или рекомендации, как управлять двумя сотнями подчиненных.

Но совсем ничего не было про проблемы куда меньшего масштаба, как наши – если тебя обманул один из трех твоих сотрудников, увольнять ли его сразу, перевалив на свою и без того загруженную голову еще и его обязанности?.. Или понять и простить?.. Или искать не спеша ему замену, но жить в постоянном беспокойстве: «А вдруг он сейчас опять меня обманывает?»

А если тебя подвел поставщик и сделал тебе под заказ ткань не того цвета или качества, – как минимизировать убытки?.. Что делать с этим крокодилово-зеленым трикотажем, который ты получил вместо бирюзового?

Или, допустим, ты завез в новый офис мебель из ИКЕА и договорился о сборке на следующее утро, а спозаранку обнаружил, что офис по колено затоплен. И все твои лежащие на полу упаковки с будущими столами и стеллажами раздулись от воды еще даже до сборки! И эту мебель теперь даже собирать не стоит, прямо в упаковке лучше отнести на помойку. Что в этой ситуации делать вначале – орать благим матом или пить успокоительное?..

...Ах да, давайте знакомиться! Мы – Дмитрий и Анна Шуст, создатели семейной компании и брендов Mum's Era и «Ехидна». Вот уже тринадцать лет мы производим товары для мам и малышей: слинги (такие специальные приспособления из ткани для переноски детей), специальную одежду для кормления (чтобы незаметно покормить малыша грудью, например в общественном месте), футболки с веселыми надписями для детей и родителей, многоразовые подгузники и многое другое.

Вот уже тринадцать лет подряд мы открываем и закрываем магазины, развиваем сайты и соцсети компании, ищем поставщиков и подрядчиков, подыскиваем и нанимаем сотрудников. Набиваем кучу шишек, наступаем на те же грабли (иногда снова и снова), злимся, радуемся, боимся и что-то постоянно придумываем. В общем, обычная жизнь владельцев небольшой компании.

Эту книгу мы пишем для тех, кто похож на нас – Аню и Диму 13-летней давности. Которые были воодушевлены идеей «перестать работать на дядю» и «открыть свой бизнес», но понятия не имели, как это правильно сделать.

Где найти идею?.. Что очень важно на старте, а что не важно совсем?.. Как быть, если не хватает денег на развитие?.. Надо ли регистрировать торговую марку?.. Нужен ли сайт?.. Что делать, когда все идет наперекосяк с сотрудниками, поставщиками, арендодателями?.. Как быть, когда проблемы не заканчиваются, а твой ресурс уже на исходе?..

И еще сто тысяч вопросов, которые, возможно, волнуют сейчас тех, кто только-только открыл собственное дело или стоит на пороге такого судьбоносного решения. Если вы мечтаете о своем бизнесе, эта книга поможет вам более реалистично оценить ваши силы, узнать о горестях и радостях, которые вас ждут на этом пути.

Мы решили рассказать о нашем опыте. Все, что вы прочитаете в этой книге, – не истина в последней инстанции, это лишь путь, который мы прошли. На каких-то отрезках этого пути мы понаделали ошибок (иногда обидных и глупых), а на других были на высоте и до сих пор собой гордимся. Где-то мы могли бы заработать больше денег и действовать смелее, а где-то воспользовались выпавшим нам шансом по максимуму.

Бывало всякое!..

Больше половины бизнесов закрывается в первый же год своего существования. Наш не закрылся, но порой мы чувствовали себя как на американских горках: от эйфории до отчаяния, от гордости до разочарования и, наоборот, от «денег куры не клюют» до идеи продать любимую машину, чтобы заказать новую партию товара.

В общем, располагайтесь поудобнее. На страницах этой книги вас ждет 108 наших честных, смешных, грустных и познавательных историй.

P. S. Да, и если у вас есть друзья, которые собираются открыть небольшой бизнес или совсем недавно сделали это – подарите им нашу книгу, они обязательно найдут здесь для себя что-то ценное!

Глава 1

Как мы решили делать бизнес

Еще утром это был невероятно счастливый день: мы получили с производства две большие коробки, доверху набитые футболками. Их сшили под нашим брендом, по нашему заказу. Это было начало семейного бизнеса!

Собрались отметить это событие вечером в кафе.

Но уже после обеда эйфория сменилась паникой. Вся партия футболок оказалась с браком.

– И что с этим делать? – Мы в ужасе смотрели друг на друга и на открытые коробки, стоящие посередине нашей однокомнатной квартиры.

Это была пилотная партия одежды для кормящих мам. Завтра мы планировали выйти с этой новинкой на рынок, рассказать о себе всему миру через интернет. Но с рукавами у новинки явно была проблема: им при пошиве не добавили ширину при градации размерного ряда, поэтому в размере XL ширина рукава была как у размера S. И еще они, кажется, были длиннее, чем нужно...

«Никто не купит у нас такое, а значит, все вложенные нами деньги пропали! *Все пропало!*» – проносились в голове мысли.

Это было фиаско, но тогда мы не решились даже высказать претензию подрядчику: не знали, принято вообще так делать в бизнесе или нет...

И что теперь? Кто виноват и куда бежать?

С подобными вопросами мы еще не раз столкнемся после того момента, когда в 2006-м решили рискнуть и начать свое дело.

Впрочем, давайте обо всем по порядку.

История создания нашей семейной компании – по большому счету, цепочка случайностей. Хорошо, что мы смогли разглядеть заложенный в эти случайности потенциал...

Что было до начала бизнеса

Мы поженились в 2002 году. Молодые, беззаботные... Потихоньку росли в своих профессиях – Дима экономист, Аня журналист. Зарплаты тоже росли. В какой-то момент денег хватило даже на то, чтобы взять по ипотеке просторную квартиру: наша молодая семья имела большие планы на будущее.

Мысль о том, как было бы круто создать собственное дело, регулярно звучала в наших разговорах. Теоретизировать и мечтать, как однажды мы что-то такое обязательно создадим, было приятно – может, собственный журнал... или типографию... или логистическую компанию... а может, вообще банк или технологический стартап. Но обычно все заканчивалось фразами: «На это нужно слишком много денег на старте» или «Кому это надо? И черт его знает, как на этом зарабатывать?»

В общем, это была нормальная смесь фантазий, страхов и отсутствия *той самой идеи*, которая зажгла бы в сердце огонь, мотивировала действовать.

Мы продолжали ходить каждый на свою работу, платить ипотеку и мечтать. В 2005 году родился наш первый ребенок – дочь Дарья. И, собственно, благодаря ее появлению через год *та самая идея* для бизнеса неожиданно нашлась...

Анна:

Я думаю, что предприниматель – это некое состояние души плюс опыт. Готовность что-то делать. Не обязательно сразу открывать бизнес, но обязательно быть проактивным в разных сферах жизни, видеть и использовать возможности. Все люди это могут делать, но многим мешает страх или лень.

Мне тоже, само собой, часто было страшно: звонить, идти куда-то, договариваться, пробовать... Но страх так никогда и не узнать и не сделать что-то – возможно, крутое, что могла бы, – оказался еще сильнее. Поэтому я шла, звонила, пробовала. И так было с детства. Перед глазами пример семьи: пока у моих одноклассников родители ходили на обычную и будничную работу, мой папа создал собственную компанию, а мама ему помогала.

Я журналист – с этой профессией определилась еще в школе. Мою первую заметку опубликовали в газете, когда мне было двенадцать лет. Я боялась, но попробовала: отправила текст в редакцию по почте. Дрожащими руками запечатывала конверт, но повторяла себе: худшее, что может произойти, – они просто выбросят мое письмо, а заметку не напечатают.

Но они напечатали!

Позже я поступила на журфак МГУ и смогла попасть на работу в спортивную редакцию телеканала «Россия» (тогда он еще назывался РТР).

Это тоже произошло вопреки страху. Чтобы получить место на федеральном телеканале, я нашла в телефонном справочнике нужный номер и решила звонить сразу главному редактору. Ну, чтобы наверняка. Тогда эту должность занимал Владимир Гомельский, знаменитый комментатор.

– Здравствуйте! Меня зовут Анна! – быстро затараторила я в трубку, пока ее не бросили (мне казалось, это обязательно вот-вот случится – зачем самому Гомельскому вообще слушать какую-то девочку с улицы?). – Я студентка второго курса журфака МГУ, я очень хочу у вас работать, делать спортивные репортажи. Что для этого нужно?

– Хм... – прозвучало задумчиво в трубке. – А какими видами спорта ты интересуешься?

– Фигурное катание! Баскетбол! Фехтование! – радостно завопила я. – Водное поло! Легкая атлетика...

– Ну, ты уж прости, но за баскетбол у нас на канале уже отвечаю я! – громко рассмеялся Владимир Гомельский, сын легендарного тренера олимпийской баскетбольной сборной Александра Гомельского. – А насчет остального... приходи, обсудим, попробуем.

Так меня взяли работать на федеральный канал.

Спустя много лет с бизнесом, который мы создали вместе с мужем, было то же самое: страшно, что не получится, страшно потерять деньги, страшно не оправдать ожидания покупателей, разочаровать.

Но как узнать, получится или нет, если не попробуешь?

Самые крутые идеи появляются в декрете

Анна:

В 2005 году я ушла с телевидения в мой первый декрет. Там у меня появилось традиционное для мамы первенца увлечение – обмениваться в интернете опытом с другими мамами.

Дело было на сайте godim.ru (сейчас его уже не существует). Там собралась очень активная тусовка из девушек, чьи дети, как и наша дочь, родились в мае-июне 2005 года. Каждый день мы просыпались и дружно бежали в Сеть, чтобы пообсуждать самое важное тогда в нашей жизни: цвет какашек двухнедельного младенца, размер груди после прихода молока, выбор подгузников. Ну и еще – как не свихнуться, если ребенок часто плачет и редко спит нормально.

Там кто-то впервые и написал мне совет про слинг, что-то типа: «Попробуй, все равно тебе уже нечего терять». Я погуглила это чудо, и оно так мне приглянулось, что я немедленно его заказала. Сначала нам привезли слинг с кольцами, позже к нему добавился трикотажный слинг-шарф.

И это оказался новый уровень удобства для всех нас. Дочка стала быстрее успокаиваться и засыпать, руки у нас освободились. Теперь получалось почти вовремя есть, чистить зубы и надевать чистую одежду.



Наш первый слинг с кольцами



Наши первый слинг-шарф

Это было большое облегчение: отступили даже типичные мысли, которые бывают в первые месяцы родительского шока – «я к такому вообще не готов... меня не предупреждали, что все так сложно... остановите Землю, я сойду...»

Жизнь начала налаживаться.

Так мы познакомились с некоторыми постулатами естественного родительства. Но еще не догадывались, к чему приведет вся эта цепочка случайностей. Мы просто хотели немного больше спать, немного реже слышать детский плач и стать немного счастливее.

Слинг стал хорошим помощником.

Совсем скоро, в 2006 году, я попала под влияние нового тренда в интернете – совместные покупки (сокращенно СП). Это такая форма закупа, когда много людей объединяются, чтобы приобрести некий товар по оптовой цене: продавцы и производители дают скидку за счет большого количества единиц товара в заказе. Для дорогих вещей – брендовой обуви и одежды, велосипедов и детских спортивных уголков – экономия получалась ощутимой, от 15 до 50 процентов.

На форумах для мам мы все этим увлекались, само собой. Декрет – самое время для оптимизации семейного бюджета! Инициаторы таких закупок часто брали себе небольшой процент от сделки за труды по организации процесса. Хлопот там и правда было много: общаться с поставщиком и узнавать о наличии товара, собирать предоплату с участников складчины, организовывать раздачу приобретенного товара, решать вопросы с браком, если он попадался...

Я охотно участвовала в разных закупках.

Случайное исследование рынка и идея бизнеса

Анна:

«Совместная покупка» стала в моих глазах микромоделью бизнеса. Что-то организуешь, немного зарабатываешь или просто покупаешь для себя с большой скидкой, приносишь пользу себе и людям. И все это еще и в декрете, когда каждый рубль на счету.

Мне жутко хотелось самой попробовать хотя бы разок это все тоже организовать. Не просто участвовать, а именно *самой* запустить весь процесс. Но по всем нужным мамам брендам уже давно вели совмест-ные закупки другие люди.

Требовался какой-то новый товар. Я гуляла по парку, несла в слинге 11-месячную дочь, ловила удивленные взгляды прохожих (слинг по тем временам был невероятной диковинкой) – и тут меня осенило.

На слинги-то и надо попробовать собрать совместную закупку!

Запросила прайс у одного из двух существовавших в то время московских производителей слингов, который согласился сотрудничать в таком формате (у меня имелись опасения, что откажется). Ассортимент был довольно скудный, но выбора на рынке тогда в принципе не было, у второго производителя дела с разнообразием моделей и цветов обстояли еще хуже.

В оптовом прайсе вместе со слингами я увидела и одежду для кормящих мам – футболки особого покроя, с потайными прорезями на уровне груди (чтобы можно было незаметно покормить малыша). Удобная вещь для выходов с грудничком в свет...

В общем, я разместила пост на форуме для мам, предложив собрать такую закупку, сделала небольшую рекламу этих товаров на моих личных страницах – и народ откликнулся. Примерно за неделю набралось несколько десятков желающих, у нас получилось сформировать полноценный оптовый заказ и получить у поставщика скидку около 25 %.

Я была в восторге. У меня получилось! Я все отлично организовала, участники закупки остались довольны и благодарили меня, и этот мой мини-проект ожил и завертелся. Я попросила мужа съездить со мной на склад к поставщику, чтобы помочь забрать тяжелые коробки.

Тем вечером мы везли в багажнике шелестящие упаковки с футболками и слингами и обсуждали, что вообще-то собрать через форум всего лишь за неделю заказы на несколько десятков футболок для кормящих мам и слингов – это крутой результат. И прикольно, что удалось найти такой нишевый товар. И что можно будет позже повторить закупку еще разок.

И вдруг нас осенило: а ведь это получилось самое настоящее, хоть и небольшое, исследование рынка. Протестировали продукт, поняли, что спрос очень даже немаленький. Мысль завертелась, пошла дальше – я сразу придумала, как можно улучшить модель одежды для кормления и какие конструкционные особенности добавить, чтобы она еще больше понравилась мамам.

Кажется, это вполне себе тянуло на идею для бизнеса. Почему бы и не попробовать?

Первые шаги и первое фиаско в нашем проекте

Дмитрий:

Я с трудом нашел компанию, которая согласилась взяться за наш микроскопический заказ – для начала решили сшить штук двести футболок для кормящих мам. Придумали и нарисовали от руки модель, долго объясняли конструктору, как это все должно быть устроено, чтобы маме было удобно в футболке. Заказали пошив в двух расцветках, каждая расцветка в размерном ряду от 44-го до 50-го. Подрядчиком стала одна из многочисленных фирм, которая занималась производством сувенирной продукции: футболки, поло, ветровки, бейсболки, холщовые сумочки...

Называлась эта компания, кажется, «Трикотаж-Опт...» и что-то там еще. Сочетание в названии букв Ж, О, А и П, по идее, должно было меня насторожить. Но тогда еще, видимо, не выработалось предпринимательское чутье. Мы с женой разместили заказ и три недели радостно ждали, пока его изготовят.

Сейчас довольно забавно оглядываться назад и вспоминать свои завышенные ожидания. Мы были очень горды тем, что вот так взяли и начали собственный бизнес. Первую партию футболок заказали с красивым вышитым логотипом (за дополнительную плату). В наших представлениях результат должен был выглядеть просто идеально.

В итоге же, когда мы открыли коробки и примерили футболки, челюсть просто упала на пол!..

Казалось, их шили по лекалам для внеземных форм жизни (утрирую, конечно, просто хотелось посадки и качества как от Gucci). Рукава оказались значительно длиннее, были и другие мелкие недостатки. Сразу вспомнились удивленные глаза технолога производства, которая долго не могла понять, какую такую «неведому зверушку» мы хотим заказать. Очень долго объясняли ей, что одежда для кормления имеет специальный секрет, особый крой, который позволяет незаметно кормить ребенка грудью даже в общественных местах.

Все особенности конструкции и наши пожелания пришлось показывать буквально на пальцах. Сейчас я понимаю, что по-хорошему вначале стоило сшить образец и тщательно все проверить, а в случае проблем на потоке – забраковать всю партию и заставить переделать изделия. Но нужного опыта у меня еще не было. Погоревали, посоветовались и решили попробовать продать как есть...

К счастью, наши клиенты отнеслись к некоторому несовершенству футболок очень лояльно, претензий к качеству не было, тираж разошелся очень быстро.

Я благодарен нашим первым покупателям за то, что они поверили в нас и наш товар (знаю, звучит пафосно, но для меня это все равно одно из важных воспоминаний).

Как набраться смелости, чтобы вкладывать деньги в развитие

Дмитрий:

Вообще я, наверное, не ошибусь, если скажу, что первый бизнес и его начало никогда не забываются. Это как первый автомобиль. Или как первая любовь.

Мы отчаянно хотели развивать этот проект и превратить его в полноценный бизнес, но у нас не было ни начального капитала, ни производственных мощностей, ни сайта, ни складских запасов, ни бренда. И на каждом шагу нас подстерегали грабли. Например, мы быстро придумали название для бренда, но потом выяснилось (внезапно!), что это слово уже было зарегистрировано другими людьми.

Короче говоря, для успешного старта у нас не было ничего, кроме голой... эм-м... веры в себя и энтузиазма. Так казалось. Хотя на самом деле опыт и образование все же имелись.

По диплому я экономист-международник, за плечами десять лет работы и руководства внешнеэкономическими отделами разных компаний. В 2006–2007 годах я работал в небольшой, но весьма известной в узких кругах логистической фирме. Кроме того, время моего обучения в институте пришлось на начало и середину девяностых – тот самый период, который сейчас называют «лихие 90-е». В это самое время мои родители решили уйти с завода, где они работали инженерами, и запустить мелкую оптовую торговлю одеждой. Мне пришлось им помогать. В семье считали каждый рубль, и продажа одежды стала настоящим общим семейным делом, в котором участвовала даже бабушка.

Тогда были очень популярны поездки за товаром в Польшу, это называлось «челночить». Причем из России везли на продажу что угодно – начиная от монет и часов и заканчивая популярными тогда фотоаппаратами. Все это продавалось на местных польских рынках. Там же мы покупали польские вещи, чтобы реализовать их уже в Москве.

Сейчас в это трудно поверить, но в начале 90-х в России (даже в столице) сложно было купить одежду, обувь. Не было ни разнообразия ассортимента, ни нужных размеров. Все было в дефиците, поэтому любые товары распродавались очень быстро. В общем, за несколько лет я объездил почти всю Польшу, поработал продавцом на рынках Варшавы и Москвы.

Было много разных случаев, приходилось общаться с контрабандистами сигарет, авантюристами, наркоманами, в поезде легко могли обворовать, один раз нас выследили, напали и хотели ограбить. К счастью, мы ездили тогда закупаться не поодиночке, а группами, среди нас было много мужчин, так что смогли дать отпор. Что поделать, такие времена – где коммерция, там были и воры с бандитами. После окончания университета этот торговый опыт стал понемногу забываться, но потом, неожиданно для себя, я снова оказался в торговле. Конечно, уже гораздо более цивилизованной.

По сути, ниша одежды для кормления в то время в России была совершенно не заполнена, то есть получалась та же ситуация с товарным дефицитом, просто в меньшем масштабе и не такая «дикая».

Первые шаги в бизнесе мы делали интуитивно, но был азарт. В популярной тогда книге «Богатый папа, бедный папа» Роберта Кийосаки мы прочитали совет, который оказался созвучен нашим взглядам: не говорить себе: «Я не могу этого позволить», а спрашивать: «Как я могу себе это позволить?»

Когда продажи пошли, мы решили выпускать новые партии футболок, но на это нужна была сравнительно большая сумма. По самым скромным подсчетам, 250–300 тысяч рублей, которых у нас даже близко не было (больше 10 тысяч долларов по тем временам).

Выбор получался простой: копить с зарплат полгода-год, чтобы собрать необходимое, или занять. Но если одалживать, то где?.. Как?.. Кредит – страшно, огромные проценты, дополнительная финансовая нагрузка. У друзей – неловко, да и не факт, что у них окажется нужная сумма.

В результате короткого мозгового штурма нашлось решение. Составили небольшой бизнес-план и попросили в долг у родителей. Повезло, что они без раздумий согласились и что у них имелись свободные деньги. И большая благодарность им за доверие – они безоговорочно поверили, что мы в состоянии будем все вернуть.

Вначале, конечно, было довольно страшно. Я помню, были мысли – что-то типа: «А если размещать повторный заказ на производство будет ошибкой? А что, если все желающие уже купили себе одежду для кормления, и больше она никому не понадобится? И как тогда выплачивать долг?» В общем, за судьбу первых заказов переживал ужасно. И вопрос об уходе с работы, чтобы полностью посвятить себя бизнесу, даже не стоял. Все происходящее воспринималось как хорошая, но временная подработка.

Понимание, что все это уже выходит за рамки идеи «просто попробуем» и превращается в полноценный бизнес, пришло примерно через полгода. К этому времени у нас появился свой сайт, мы придумали название бренда, расширилась продуктовая линейка. Начали участвовать в выставках. Товар перестал помещаться в квартире, и мы даже взяли наемного сотрудника. Но об этом – в следующих главах.

Советы, которые мы бы дали самим себе на старте бизнеса

Когда наша идея принесла нам первые реальные деньги, мы впали в эйфорию. План сработал! И мы почему-то решили, что все и дальше будет проходить так, как мы задумали. И тут прорвался закрытый мешок с проблемами, о которых мы даже и не подозревали...

В общем, даже если что-то идет хорошо на первом этапе, не стоит относиться к бизнесу как к легкой прогулке. Лучше сразу настроиться на то, что ежедневно будут случаться сюрпризы, а владельцы бизнеса будут чистить выгребные ямы в режиме нон-стоп. Но если пережить первые пару лет, то дальше станет легче. Не станет, но у вас уже будут хорошие рабочие навыки кризис-менеджера.

Вывод, вытекающий из предыдущего, – не стоит уходить с работы, пока не попробовали свой бизнес в демоверсии и пока не пройдет какое-то время (в идеале нужно выйти на прибыль). Хорошо, что мы так и сделали.

Финансовый вопрос. Нам в каком-то смысле повезло, и для старта хватило собственных сбережений. Если денежных резервов нет или их недостаточно, то будет разумнее не брать в долг слишком много. Морально стоит приготовиться к тому, что эти деньги могут быть потеряны, а долг так или иначе придется возвращать.

И все равно лучше попробовать, чем потом всю жизнь жалеть, что не решился. Вместо «я не могу этого», лучше спросить себя: «как я могу себе это позволить?»

Мы, например, ни о чем не жалеем, хотя и наделали кучу ошибок.

Глава 2

Многорукий многоног, или 12 должностей на двоих

Анна:

– Мне кажется, ты совершаешь ошибку! – мамин голос звучал трагически. – Подумай хорошо, дочь, такими возможностями ведь не разбрасываются!

Я сказала маме, что увольняюсь с телевидения, которому посвятила почти десять лет жизни, и теперь полностью сосредоточусь на нашем с мужем семейном бизнесе. Мама была в шоке от этой новости. Она не думала, что «все так серьезно».

На что можно променять работу на телевидении

Анна:

К моменту того памятного разговора с мамой мы уже наладили в нашем проекте стабильное производство, рекламу, продажи наших товаров, ассортимент разросся до нескольких сотен артикулов. Доходы от бизнеса уже давно превышали зарплаты, которые мы с мужем получали, работая по найму.

Проект требовал все больше внимания, но все еще оставался «ремесленным». Практически все задачи лежали на нас с мужем, совмещать наше дело с работой больше не получалось.

И я сделала выбор в пользу бизнеса. От этой мечты и перспектив я точно не готова была отказываться, а в тележурналистике я уже прожила довольно длинную и насыщенную жизнь.

Но мамы переживания тоже можно было понять. То, чем я занималась последние десять лет, и правда выглядело как работа мечты:

- меня постоянно показывали по телевизору – то я делаю прямые включения в эфир федеральных новостей, то комментирую соревнования по фигурному катанию – чемпионаты мира, Европы, Олимпийские игры;
- я объездила полмира, от Солт-Лейк-Сити до Сеула, побывала лично на самых крутых спортивных событиях планеты – зимняя и летняя Олимпиады, чемпионаты мира по футболу, фигурному катанию;
- у меня даже брали интервью и приглашали в качестве эксперта и почетного гостя на разные мероприятия;
- я хорошо зарабатывала, в конце концов.

И все это я сейчас планировала променять на работу в крошечном проекте с непонятными перспективами?

Ага, именно так.

И вот почему.

• Это было ни с чем не сравнимое удовольствие: ты с нуля придумываешь и производишь разные полезные штуки – такие, какие считаешь нужным, никому не подчиняясь. Сам придумываешь и воплощаешь любые свои идеи в жизнь.

• Абсолютная свобода действий: ты планируешь свой рабочий день и неделю так, как тебе больше нравится, сам ставишь цели на квартал и на год. Можно вставать после полудня, можно ездить в кино посреди рабочего дня, можно и нужно рассинхронизироваться с потоком, сделать свою жизнь более комфортной – планировать поездки, когда дороги и метро наименее загружены, например.



Афины, 2004 год. На фоне олимпийского огня, на стадионе, где разыгрываются олимпийские медали по легкой атлетике. Скоро проведу прямое включение в эфир новостей

- Смена вектора: в профессиональном плане у меня на телевидении начался кризис – в спортивной тематике мне стало тесновато с творческой точки зрения. Я не представляла, что ближайшие пять, десять или еще больше лет я буду снова и снова делать репортажи о соревнованиях. Мне это надоело. Но другой темы, востребованной на ТВ и в которой мне при этом хотелось бы развиваться дальше, я для себя тоже не видела.

- Смена приоритетов: родился ребенок, и его интересы стали важнее, чем все остальное. Например, я отказалась поехать в командировку на Олимпиаду в Пекин в 2008 году, потому что это была бы поездка длительностью больше месяца, а я не готова была на столь долгий срок уехать от трехлетнего ребенка (знаю, что многие оставляют надолго бабушкам-дедушкам и более маленьких детей, но это точно не мой случай!).

- Новые интересы: меня очень увлекла тема естественного родительства. После создания бренда слингов и одежды меня переполняла большая гордость от того, что я – один из активных участников этого движения, я делаю родительство более комфортным для тысяч (а потом и десятков тысяч) мам и пап.

- Финансы: свой бизнес, даже небольшой, уже в первые годы существования давал мне возможность зарабатывать в несколько раз больше, чем на телевидении.

- Самый трудный период поиска идеи и запуска бизнеса пройден: уже было понятно, что у нас получилось начать свое дело и не обанкротиться. Наш проект активно рос.

Как в самом начале выглядела наша работа на себя

После памятной истории с первым заказом нам удалось достаточно быстро найти другое производство и добиться стабильного качества наших футболок. Их продолжали активно покупать – вначале приходил минимум один заказ в день, через месяц уже два-три в день, потом их стало не меньше пяти ежедневно.

В это же время стали появляться оптовые покупатели, которые вначале брали со скидкой небольшие партии (10–20 футболок), потом и их закупки тоже начали расти. Каждую неделю появлялся как минимум один новый оптовый клиент, приходили повторные заказы от предыдущих.

Мы уже перестали бояться вкладывать деньги в новые партии товара, объем продаж постоянно увеличивался.

Как и объем нашей работы. Нас было двое. Первое время мы совмещали задачи по бизнесу с обязанностями на основных местах работы.

Дмитрий:

Собираешься утром на работу, надеваешь костюм (дресс-код!), прихватываешь два-три пакета, стоишь в прихожей на низком старте. Приходит дочкина няня – пулей вылетаешь из дома (успеть один заказ доставить до начала рабочего дня), планируешь еще доставку днем, в обеденный перерыв, если что-то еще осталось, то это уже на вечер.

Когда я привозил заказы на дом, мамы неохотно впускали мужчину в квартиру и тем более стеснялись делать при нем примерку (конечно, в другой комнате, но все же). Это сейчас улицы полны пеших курьеров, курьеров на велосипедах, самокатах, мужчин и женщин, а тогда это не то что было в диковинку, но все же непривычно. К тому же товар у нас был особенный, ведь кроме одежды для кормления мы начали продавать белье для кормления, всякие бюстгальтеры с секретом...

Часто нужно было ждать окончания примерки за дверью, на лестничной клетке, иногда под сверхподозрительными взглядами бабушек-соседок, бормотавших себе под нос что-то вроде «ходят тут всякие». В выходные иногда развозил заказы буквально с утра до вечера, потому что покупатели жили в разных районах Москвы и даже ближнего Подмосковья.

Мне быстро удалось изучить всю линейку размеров женского белья. До сих пор помню, что приходилось иногда давать советы молодым мамам – какую модель и какой размер выбрать. Кажется, именно с тех пор я на глаз умею безошибочно определять размер женского бюста даже под одеждой. Вот так зачастую собственный бизнес может развить у вас совершенно неожиданные способности.

Опыт общения с клиентами во время доставки заказов был невероятно полезным: когда видишь своего покупателя, говоришь с ним, то начинаешь лучше понимать его.

Хотя мы и сами были родителями грудничка, пользовались собственными слингами и одеждой, но все равно по себе нельзя было судить обо всех потребностях целевой аудитории. Если мы привозили заказы тем, кто уже что-то покупал у нас раньше, мы с особым пристрастием расспрашивали: какие впечатления от слинга? А футболка удобная? А чего не хватает? А как? А что? А почему?..

Это давало дополнительные идеи для доработок наших товаров. По сути, каждая следующая партия футболок в тот период выходила с производства обновленной: то меняли обработку низа и рукавов, то делали другую окантовку горловины, то лекала исправляли, удлиняя изделие, то прокладывали плечевые швы силиконовой лентой. (Так как ни у кого из нас не было специального швейного образования, во все тонкости приходилось вникать на ходу, но это же помогало сохранять свежий взгляд на то, что мы делали.)

Однако разъезды по Москве и стояние в очередях на почте, чтобы отправить заказы в регионы, в долгосрочной перспективе были не самым продуктивным занятием для владельцев бизнеса. Поэтому первыми, кого мы наняли себе в помощь, были курьеры.

Потом продавец в магазин. Потом менеджер. Впрочем, это произошло далеко не сразу.

12 должностей на двоих

Менеджер по закупкам, менеджер по продажам, маркетолог, логист, водитель-экспедитор, грузчик, курьер, администратор сайта, копирайтер, бухгалтер, менеджер по работе с клиентами и руководитель проекта – и это еще не полный список ролей, которые мы каждый день играли.

И задачи по всем этим фронтам мы разделили между собой. Мы уволились со своих должностей по найму, предварительно получив предложения о повышении зарплат. И начали пахать в своем бизнесе с утра до вечера.

Ах да, еще досталось нашей тогдашней семейной машине – Chevrolet Lacetti. Новая, со светлым велюровым салоном, она на первых порах заменила нам... грузовик.

Заказывать более подходящий транспорт для перевозки тканей, фурнитуры и коробок с готовыми товарами мы начали позже. Ткани и готовые изделия периодически перевозили даже большими фурами. Но в самом начале объемы закупок и продаж были не так велики, поэтому мы экономили деньги, все загружали в наш безотказный семейный автомобильчик оливкового цвета и перевозили сами: на производство – с производства, на выставку – с выставки, на оптовый склад тканей, на склад швейной фурнитуры, в офисы компаний-перевозчиков...

И так каждую неделю. До сих пор вспоминаем с изумлением вместительность нашего маленького хэтчбека. Однажды смогли увезти на нем целую палету рулонов ткани со склада транспортной компании. Сотрудники компании до конца не верили, что это получится.

Периодически мы мотались по разным делам вместе – по дороге болтали, в перерывах между рабочими делами заезжали в кафешки пообедать или выпить чаю – короче, совмещали работу и личную жизнь изо всех сил, потому что работа теперь отнимала безумное количество времени.

Вообще, свой бизнес – это необходимость работать целыми днями и без выходных. В противном случае никакого развития не будет. А когда начинаете валиться с ног, но при этом доходы наконец-то вырастают еще и еще – вот тут уже можно подумать и о делегировании.

На аренду склада, шоу-рума или магазина у нас, разумеется, вначале тоже не было денег. Тогда мы жили в однокомнатной квартире. К счастью, с балконом – он-то и стал нашим первым складом.

В первые месяцы продаж, когда каждый покупатель был на вес золота, мы даже приглашали к себе домой тех, кто хотел купить «самовывозом и с предварительной примеркой». Правда, каждому перед этим долго и смущенно объясняли, что «шоу-рум на ремонте, поэтому, если совсем не хотите доставку на дом и очень-очень хотите примерку и самовывоз, то есть вариант приехать к нам домой».

Шоу-рума, разумеется, у нас тогда вообще не было (ни с ремонтом, ни без него), но как-то неловко было сразу предлагать ничего не подозревающему клиенту примерить футболку у нас в ванной (только там было большое зеркало). Казалось, что вначале надо человека как-то подготовить.

Удивительно, но ни приезд на дом, ни 15-минутная удаленность от метро, ни примерка футболок в ванной наших покупателей вообще не пугали. Вот что значит незаполненный рынок, «бирюзовый океан» – в те годы спрос на слинги и одежду для кормящих сильно опережал предложение, поэтому клиенты были лояльны даже к таким (немыслимым по сегодняшним временам) условиям покупки.

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.