



ДЕЛАЙ ДЕЛО

АНТОНИНА
ЛОБАЧЕВА

НОВЫЙ РУССКИЙ БИЗНЕС

КАК ЗАРАБОТАТЬ, ПРИУМНОЖИТЬ
И ОСТАТЬСЯ ЧЕЛОВЕКОМ



Антонина Лобачева
Новый русский бизнес. Как
заработать, приумножить
и остаться человеком
Серия «Делай дело»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68689896

*Новый русский бизнес. Как заработать, приумножить и остаться
человеком:
ISBN 978-5-17-147713-4*

Аннотация

Вторая книга Антонины Лобачевой, автора бестселлера «Лобачева проджект. Как заработать миллион и не заметить». Когда-то она работала детским аниматором, сегодня — зарабатывает миллионы и является владелицей одного из крупнейших агентств детских праздников в России — Lobacheva Project.

«Новый русский бизнес» — это о том...

- Как не допустить неприятных «нежданчиков» в бизнесе (и как справиться с ними, если это не удалось).
- Как правильно делегировать и зачем это нужно.
- Обязательно ли быть гением, чтобы создать успешный бизнес.

- Возможен ли успех в России без связей.
- Почему так важен хороший сервис и как этого достичь.
- Работает ли карма в России.

Эта книга, написанная с юмором и любовью к своему делу, – о реальном опыте построения бизнеса в России сегодня. Опыте среднестатистического человека, не имеющего на старте инвестиций за плечами и не рожденного гением.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Введение	6
Глава 1	10
Глава 2	17
Конец ознакомительного фрагмента.	32

**Антонина
Васильевна Лобачева
Новый русский бизнес. Как
заработать, приумножить
и остаться человеком**

© Лобачева А.В., текст, 2022

© ООО «Издательство АСТ», 2023

Посвящается моему сыну Кристиану

Введение

Чем эта бизнес-книга отличается от сотен других?

Ваша очередная книга о бизнесе. Сколько их уже было? Десять? А может, сто?

Большинство из нас, предпринимателей (или стремящихся ими стать), постоянно покупают книги о бизнесе, личном росте, мотивации. Зачем?

Ну, во-первых, это престижно. Сидеть в самолете с умным видом и книгой «Как стать № 1» или «Подсознание может все» куда более статусно, чем с детективом с адским названием типа «Ее кости».

А во-вторых, мы каждый раз верим, что **ИМЕННО В ЭТОЙ** книге найдем то, что улучшит текущее положение дел. Тот, кто уже и имеет бизнес, масштабирует его и увеличивает доход, а тот, кто мечтает о бизнесе, наконец-то сделает тот самый шаг и запустит свой проект.

Я сама постоянно читаю книги о бизнесе. Штук пятьдесят точно прочла к тридцати одному году и буду продолжать. Их так много на рынке, что я не успею ознакомиться со всеми и к пенсии.

Так зачем же я тогда написала еще одну? Все очень просто. Я поняла, что в десятках прочитанных книг кое-чего

не хватает. А именно – реального опыта построения бизнеса СЕГОДНЯ В РОССИИ. Опыта среднестатистического человека, не имеющего на старте инвестиций за плечами, не рожденного гением и даже не имеющего к текущему моменту НАСТОЛЬКО выдающихся идей, чтобы создать завтра проект уровня VK или Wildberries.

И я уверена на сто процентов, что этого не хватает и многим из вас.

Вот уже двенадцать лет я веду бизнес в России, созданный с полного нуля. Я – руководитель и собственник агентства детских праздников Lobacheva Project, о котором вы, скорее всего, хотя бы раз слышали, если часто проводите время в соцсетях. Мы оказываем УСЛУГИ, а точнее – проводим в среднем пятьсот детских праздников в месяц. С нами и на нас работают сотни человек – это сотрудники, фрилансеры, подрядчики, и с каждым годом их количество растет.

Мы каждый день видим рекламу тренингов с призывами вроде «Начни свое дело!», «Хватит работать на дядю, стань предпринимателем!», где нас обещают научить создавать бизнес, пусть даже самый крохотный. Но никто не объясняет нам, что делать с этим бизнесом дальше. Как его развивать? Как продвигаться, когда у тебя нет связей? Где брать клиентов, мать твою, когда в 2022 году половина рекламных каналов «ушли из России»? Где брать сотрудников, когда у этого нового бизнеса еще нет выдающихся доходов, а работать за копейки никто не жаждет? И главное – как вести себя

с ними и как не превратить их в своих врагов?

За время существования Lobacheva Project мы пережили кучу кризисов и нежданчиков вроде роста курса доллара в два раза, затяжной эпидемии коронавируса, во время которой нам запретили работать, и санкций во время политических событий 2022 года. А помимо мировых изменений в любом бизнесе происходят еще и внутренние кризисы. Я не открою вам секрета, как сделать так, чтобы это все не влияло на ваше дело и доход, но расскажу, как вылезти из-под этих руин с минимальными потерями и продолжить работать дальше во что бы то ни стало.

И все же – почему «Новый русский бизнес»?

Все началось с моей первой книги о бизнесе, которая вышла в 2019 году под названием «Как заработать миллион и не заметить» (если вы только начинаете – она будет очень актуальна для вас сегодня).

Я мечтала написать мировой бестселлер (завышенные ожидания – это бич современного общества), поэтому писала книгу «для всех». Я представляла, как ее будут читать люди в разных странах. Реальная история девочки, которая сама создавала бизнес. Где-то смешная, где-то трагичная, где-то мотивирующая. Я умышленно не делала упор на нюансы бизнеса в России, менталитета наших людей, потому что старалась подстроиться под весь мир. Пыталась быть полезной ВСЕМ, насколько это возможно.

С того момента я сильно изменилась и больше не меч-

таю понравиться всем. И эта книга о том, как я веду бизнес В РОССИИ сегодня, в 2020-е годы, со всеми нюансами нашего менталитета, хорошими и плохими. И пусть она будет не для всего мира! Пусть! Но зато она принесет много пользы тем предпринимателям, которые в этом нуждаются.

Глава 1

Успешный бизнес – удел гениальных людей?

В России много по-настоящему гениальных предпринимателей. Тех, кому удалось создать что-то выдающееся, масштабное и фактически НЕОБХОДИМОЕ для большей части людей. К примеру, Павел Дуров и VK, Татьяна Бакальчук и Wildberries, Аркадий Волож, Илья Сагалович и Yandex.

Проблема рядового среднего предпринимателя (к которым я отношу и себя) в том, что в глубине души мы считаем себя недостаточно умными, чтобы создать что-то стоящее, особенно когда сравниваем себя с такими титанами.

Вроде как у нас есть бизнес, клиенты, какой-то продукт/услуга и даже сотрудники, но внутри нас живет вредный червяк, который говорит: «Да какой из тебя предприниматель, людей не смей! Херня это все! Вот ТАМ – бизнес, а у нас тут так... самодеятельность».

У червяка есть союзники. Все двенадцать лет, пока я по крупницам строю свое агентство детских праздников, со стороны меня в прямом смысле ДОЛБЯТ лозунги с книжных обложек и масштабных тренингов, из интервью экспертов на ютьюб-каналах и таргетированной рекламы:

«Стань ЛИДЕРОМ в своей нише!»

«Миллиарды на ногтях!»

«Как мы выросли x5 по обороту за год!»

А в момент, когда меня настигает весь этот «мотивирующий контент», я, по закону подлости, сижу и пытаюсь решить вполне земную проблему бизнеса, которая и близко не нацелена на получение миллиардов в ближайший год, но если ее прямо сейчас не решить, можно с легкостью угробить компанию.

К примеру, мне пишет управляющая Оля: «Тоня! Нам срочно нужен кладовщик! Новый кандидат сбежал спустя два дня испытательного срока! В субботу сорок восемь праздников, нужно собрать сотни сумок, а у нас снова осталась одна Саша, которая мечтает о выходном! На hh.ru НИ ОДНОГО отклика! Пожалуйста, выложи сториз у себя в личном аккаунте!»

И вот я вновь сижу час в «Заметках» на своем телефоне, пытаюсь составить максимально заманчивое предложение о работе кладовщиком на нашем складе, вместо того чтобы создавать что-то великое. А червь внутри меня тем временем жиреет, наглеет и набирается сил.

Когда я его слишком перекармливаю, у меня начинается уныние и апатия. Хорошо, что я хотя бы научилась это признавать.

А теперь вернемся к сухим фактам.

Мое агентство детских праздников одно из самых извест-

ных в России. Несмотря на то что мы работаем в Москве и Московской области, нас знают и в других городах, особенно наши коллеги. Когда создавала компанию в 2010 году, я и мечтать не могла о таком уровне мероприятий и о тех клиентах, которые есть у нас сегодня. Мы годами проводим праздники огромному количеству селебрити, знаменитых актеров, спортсменов, блогеров-миллионников и людей с громкими фамилиями (их отзывы и видео с праздников можно увидеть на нашем сайте lobacheva-project.ru). В среднем мы проводим пятьсот праздников в месяц, в горящие месяцы (декабрь и май) – более тысячи.

В моих аккаунтах суммарно почти 300 тыс. подписчиков. В 2019 году в одном из крупнейших издательств России вышла моя первая книга, теперь вторая. Они продаются во всех книжных сетях страны.

За эти двенадцать лет я сменила три машины, объездила полмира, а сейчас строю собственный дом на Рублевке. С начала существования бизнеса мой личный доход вырос примерно в сто раз. А склад, который умещался в первые годы в моей однушке где-то у подножья икеевской кровати, сейчас занимает тысячу квадратных метров бывшего гигантского печатного завода.

...И все эти факты не мешают мне периодически чувствовать себя неудачницей и тупицей, которая ни на что не способна. (А вы думали, к чему я все это рассказываю?)

Несколько раз загоняла себя в такую апатию, что приходилось экстренно искать психолога, коуча, астролога, гадалку на таро (на этом моменте вы точно должны понять степень моей разбитости), которым я заглядывала в глаза и требовала ответа, ЧТО мне надо сделать, чтобы мой бизнес стал сильнее, мощнее и круче. Почему же я настолько глупа и посредственна, что не могу придумать ничего выдающегося?!

А нужно ли быть гением, чтобы создавать что-то полезное для людей и достойно на этом зарабатывать? А спросила ли я у тех самых людей, ЖДУТ ЛИ они от меня «выдающийся продукт, который бесповоротно изменит их жизнь»? И самое главное – мечтала ли я сама об этом когда-нибудь?

В Одинцово, где я родилась и прожила большую часть жизни, уже лет двадцать работает кафе «Черри» – заведение с ценами чуть ниже среднего. Оно было безумно популярным еще во времена, когда я училась в школе, и до сих пор в выходные без брони там не сядешь. В меню паста, пицца, роллы, салат «Цезарь» и прочие востребованные блюда для массового потребителя. Цены – от трехсот до пятисот рублей за позицию. Но самое главное, что при этих ценах абсолютно все блюда там безумно вкусные. С момента, когда я стала их клиентом в свои четырнадцать, в моей жизни многое изменилось – как минимум статус, материальное положение и даже место жительства (теперь я живу не в самом Одинцово, а в арендном загородном доме). Но я продолжаю любить это кафе, и несколько раз в год на семейные события мы делаем

огромные заказы на доставку. Да, я пользуюсь доставками абсолютно разных ресторанов, в том числе и тех, что в пять раз дороже, но это единственное место, в которое я обращаюсь столько лет. Даже когда садилась на жесткое похудение на месяц, за день до этого я заказала себе два огромных пакета еды из «Черри», чтобы оторваться напоследок.

Считаю ли я это место уникальным? Нет, их интерьер сильно далек от дизайнерских изысков.

Имеют ли они гениальную идею? Боюсь, что салат «Цезарь», пиццу «Четыре сыра» и роллы «Филадельфия» даже с натяжкой не назовешь эксклюзивом.

Лидеры ли они в своей нише? Нет, полагаю, сетевые гиганты из того же ценового сегмента, например «Якитория» и «Токио Сити», даже не подозревают о существовании подобного кафе.

Изменило ли это место мою жизнь, как когда-то Wildberries изменил жизнь многих людей, которым больше не надо заказывать все для повседневной рутины в сотнях разных интернет-магазинов и тратить на это кучу времени? Нет, конечно. Это просто обычное кафе, вкусное и доступное, которых в России тысячи. В вашем родном городе тоже такие есть.

Можно ли назвать этот проект УСПЕШНЫМ? На сто процентов да, ведь заведение востребовано уже много лет!

Оно никак не изменило мою жизнь, но определенно добавило в нее много приятных моментов. Десятки семейных

праздников, когда стол ломится от еды и каждый найдет что-то любимое для себя, сотни доставок, когда ты уставший после работы едешь домой и мечтаешь о вкусном ужине... Такие проекты ВСЕГДА будут нужны.

Порой не обязательно быть гениальным, чтобы создать что-то свое, действительно полезное и закрывающее потребности многих людей.

Важно это помнить, когда думаешь о том, как разнообразить линейку продуктов уже существующего бизнеса, или размышляешь над своим новым проектом, а у тебя нет ни одной грандиозной идеи (такое до сих пор часто происходит у меня).

Во время моих публичных выступлений или нетворкинга на бизнес-мероприятиях в Москве в девяносто процентах случаев кто-то из зала говорит: «Антонина, приятно познакомиться, а я уже несколько лет ваш клиент!» И дальше человек говорит НЕ о том, как же это было эксклюзивно, потому что аниматор выпрыгнул на площадку с люстры, размахивая шпагой с огнем, или же человек в огромной ростовой лошади ходил по канату на высоте тридцать метров перед шокированными гостями, а о том, как все было прекрасно организовано, какие энергичные у нас ребята-аниматоры, какие качественные костюмы, какой был внимательный менеджер, который предложил интересную программу, и все в этом духе!

Если даже я и обладаю качествами гения, то пока об этом

не знаю, и к тридцати одному году они никак не проявились. Но это не помешало мне создать знаменитое агентство праздников, которое влюбляет в себя клиентов, делает детей счастливыми и приносит стабильный хороший доход уже двенадцать лет.

Глава 2

Сервис по-русски. Главный козырь вашего бизнеса

Ни для кого не секрет, что в других странах до сих пор считают нас, русских, далекими от цивилизации людьми, которые очень много пьют и живут либо совсем плохо, считая копейки, лишь бы хватило на еду (это о народе), либо слишком роскошно, скупая золотые унитазы и принимая ванну из шампанского «Вдова Клико» (это об элите). Но это, по крайней мере в 2020-х годах, больше не имеет ничего общего с реальностью.

Среди моих знакомых к текущему моменту есть и люди с весьма скромным доходом пятьдесят – шестьдесят тысяч рублей (мамы в декрете на удаленке, с которыми я училась в школе в Подмосковье) и люди с очень высоким доходом (наши звездные клиенты, мои приятели-предприниматели и, конечно же, топовые блогеры, которые с запуска одного онлайн-курса зарабатывают десятки миллионов рублей).

И у всех этих людей есть кое-что общее – они привыкли к идеальному сервису, и если они сталкиваются с колхозным обслуживанием, это вызывает у них адское возмущение, сколько бы они ни заплатили.

Сервис в России развивается с огромной скоростью, и если сравнить, как мы **все** жили десять лет назад и живем сегодня, вы увидите колоссальную разницу. А если вы хотите, чтобы ваш бизнес процветал, необходимо в этом разобраться.

Двенадцать лет назад у меня не было машины, я ежедневно пользовалась электричками по направлению «Одинцово – Белорусский вокзал», и они выглядели так: старые скрипящие вагоны с жесткими древними деревянными лавочками, по которым вечно ходили предприимчивые люди с рупором и продавали что Бог пошлет. Атмосфера в этих пригородных поездах была максимально унылая, напоминающая, что я нахожусь на социальной лестнице где-то на уровне плинтуса. Чтобы купить билет, рано утром надо было отстоять очередь в кассу, и из-за этого можно было легко опоздать – в один день очереди нет, а в другой она начинается чуть ли не с улицы. Стоит ли говорить, что после трех лет ежедневной езды в университет и на работу в таких условиях моим главным желанием было поскорее накопить на машину и забыть все это как страшный сон.

Так и было. Я купила машину, и словосочетание «общественный транспорт» долгие годы вызывало у меня судорогу.

Десять лет моя нога не ступала на железнодорожную станцию «Одинцово», но в декабре 2021 года у меня организовался очень плотный график и, как назло, огромная часть дел была в самом центре Москвы. После 15 декабря внутри

Садового кольца можно ехать два часа в один конец, а потом еще час с черепашей скоростью искать парковочное место (при его стоимости в четыреста пятьдесят рублей в час). Мало того, что ты теряешь время, так еще и кучу нервов. Ты приезжаешь на место злой и частенько с опозданием (что для моей профессии – просто репутационный провал, об этом мы поговорим позже). В один из дней, когда у меня были запланированы поход ко врачу и встреча с крупным клиентом и не было возможности опоздать ни туда, ни туда даже на минуту, я решила: «Ладно... поеду на электричке и на метро, надо – значит надо».

Мой непрерывающийся шок начался еще с ж/д станции – теперь помимо касс установлено несколько современных автоматов, где можно оплатить билет максимум за минуту и картой, и наличными. Поезда красивые, современные, с мягкими креслами и... столиками для кофе! Появились электронные табло с оповещениями о следующей станции и даже туалет, который выглядит лучше, чем в самолете. Если раньше атмосфера электрички заставляла меня чувствовать себя ущемленной, то в этот раз я ехала и думала: «Почему же я раньше всем этим не пользовалась?! Это же так быстро и удобно, и при этом стоит всего восемьдесят два рубля!»

С этого момента я стала частым пользователем электричек и метро, несмотря на то что свою машину все так же нежно люблю.

Уровень качества услуг в России растет. Те же десять лет

назад я ходила на маникюр к специалисту на дом, потому что в салонах это стоило ощутимо дороже. Сейчас мои сотрудницы рассказывают, как ходят на маникюр в стильный салон на Арбате, где услуги стоят столько же, как на дому, а то и дешевле. При этом там подают вкусный кофе с конфетками.

Сегодня любая крупная продуктовая сеть, хоть люксовая «Азбука вкуса», хоть бюджетная «Пятерочка», привезет к вам на дом продукты за два часа либо бесплатно от определенной суммы, либо за символические сто рублей. Среднестатистическому менеджеру среднего звена больше не нужно плестись вечером после работы в супермаркет и тащить на своем горбе тяжелые сумки, а если он не любит/не хочет готовить, то и это не беда – сегодня доставку на дом можно заказать не только в ресторане, но и в самом доступном общепите города.

Возможно, вы не слышали об этом или не обращали внимания, но русские девушки, живущие в других странах, приезжая по каким-то делам на Родину, первым делом бегут в салон красоты. Если вы подписаны на них в соцсетях, обратите внимание. Все сокрушаются: «Такой качественной, развитой бьюти-сферы, как в России, нет нигде в мире!»

А почему так? Ведь необходимые материалы для маникюра, наращивания волос, эпиляции, косметологии и прочих процедур красоты продаются по всему миру и всем странам доступно одно и то же!

Потому, что в нашей стране люди буквально

избалованы хорошим СЕРВИСОМ! Они не уйдут из салона, если им сделали кривое покрытие, даже если оно стоило полторы тысячи рублей (для Москвы сегодня это низкая стоимость в салоне), а потребуют либо переделать работу, либо вернуть деньги.

А если этот вопрос не решится, на следующий день собственник бизнеса обнаружит новый гневный отзыв на три страницы на каком-нибудь самом видном отзывике в «Яндексе».

Конкретно мой бизнес находится в сфере услуг, и его жизнеспособность как минимум на пятьдесят процентов состоит из сервиса, который мы предоставляем. Я могу регулярно вкладывать миллионы в красивые костюмы, огромные склады, рекламу и оборудование, но если мои аниматоры будут опаздывать на праздники и хамить клиентам, а монтажники детских декораций ходить по белым коврам в домах заказчиков в грязных сапогах, мой бизнес будет разорен.

Что же такое сервис в России? Может ли его себе позволить среднестатистический малый бизнес, или это только для гигантов и люксового сегмента? А главное, как с его помощью увеличить доход своего дела?

Чтобы понять, как выглядит хороший сервис, давайте разберем детально, как выглядит **ПЛОХОЙ** и какие последствия он за собой влечет.

В Одинцово есть салон красоты одной очень известной

сети, назовем его «N». Стоимость услуг – чуть ниже среднего. Я всегда хожу в другой салон, «Пурпур студия», более дорогой, но однажды там не было мест, а мне нужно было срочно сделать маникюр к важному мероприятию, и моя помощница записала меня в «N», который был в пешей доступности от моего фитнес-клуба. Ничего хорошего я от него не ждала, но на удивление он оказался очень хорошим. Ничто, кроме отсутствия предложенного мне кофе с конфетками и скромного (**но НЕ колхозного, это важно**) интерьера, не выдавало в нем «эконом-класс». Мне сделали идеальный маникюр, который впоследствии долго держался, мастер была очень мила со мной, а администратор после процедуры поинтересовалась, все ли понравилось.

С тех пор я стала частым гостем «N». Конечно, свой любимый более дорогой салон я не бросила и продолжила его посещать, но существенно расширила спектр потребляемых мною услуг красоты. В сильно загруженные работой дни после тренировок частенько я забежала в «N», чтобы мне помыли и высушили голову, а я в это время решала рабочие задачи в мессенджерах. Также начала гораздо чаще делать в салоне укладки – зачем два часа париться с плойкой дома ради похода в ресторан, если твои волосы прекрасно уложат за полторы тысячи рублей? Я рекомендовала этот салон знакомым и всегда оставляла чаевые.

Но в один прекрасный день моя любовь к «N» закончилась. В Москву приезжал хороший фотограф из Питера, что

случается очень редко, и я запланировала с ним фотосессию для блога. Давно мечтала посниматься в образе балерины (наверное, потому, что я и танцы – это полярные вещи, если вы читали мою первую книгу, то знаете об этом). Я забронировала фотостудию на два часа в Москве, взяла в аренду настоящую балетную пачку и пуанты, внесла фотографу предоплату и попросила помощницу записать меня перед съемкой в салон моей любимой сети для того, чтобы мне сделали одну из самых простых укладок – тугой зализанный пучок, как у балерины. Помощница записала, сказав администратору, **что именно** нужно сделать с моими волосами.

План был проработан до мелочей – фотосъемка длилась один час, студию я оплатила на два, чтобы в первый час там неспешно сделать себе макияж, который раньше уже делала, а во второй – сниматься. Образ был всего один, поэтому оставался даже резервный запас времени. А за два часа до начала аренды зала я была записана на тот самый пучок в салоне в пяти минутах езды от студии. В своем плане я не учла лишь одного – возможности полного провала в сервисе «N», что в итоге и уничтожило мою съемку полностью.

Я поняла, что что-то идет не так на моменте, когда через один час и двадцать минут попыток соорудить хоть что-то на моей голове мастер распустила мои волосы и это повторилось уже в третий раз. Я в это время активно обсуждала в мессенджере большой детский праздник с одним из сотрудников и, оторвавшись от экрана, вежливо и с напускным спо-

койствием сказала мастеру: «Вы можете на ютьюбе ввести «как сделать пучок» и сделать мне пучок по видеоуроку, там их очень много, и они длятся максимум пять минут!»

Мастер с явным недовольством в голосе ответила: «Ну хорошо... включите мне видео!»

Я (все так же вежливо и даже с натянутой улыбкой): «К сожалению, я не могу отдать вам свой телефон – я решаю важные вопросы по работе. Включите, пожалуйста, видео на своем телефоне».

Мастер (повышенным тоном): «Я НЕ ПОНИМАЮ, ВАМ ЧТО СЕЙЧАС ВАЖНЕЕ – ПУЧОК ИЛИ ВАШ ТЕЛЕФОН??»

На этом моменте я впала в шок. Мне что, НЕ показалась и она реально ТАКОЕ сказала клиенту??? Выйдя из прострации через пару секунд, я ответила: «Послушайте, я записалась к вам заранее. Я сказала КОНКРЕТНО, какую укладку я хочу, и никто во время записи не сообщил, что мастер не умеет делать БАНАЛЬНЫЙ пучок! Вы потратили полтора часа моего времени, через тридцать минут я должна войти в студию, у меня больше нет времени ждать, сделайте хоть что-нибудь, пожалуйста!»

Дальше мастер сделала то, что меня окончательно поразило. Она с силой ШВЫРНУЛА расческу куда-то в сторону раковины для мытья головы и авторитарным тоном сообщила: «ЗНАЧИТ ТАК. Я ничего не буду делать! Я отказываюсь».

Все это время администратор салона стояла за своей стой-

кой в двух метрах от нас и наблюдала эту сцену. **Сейчас** я задаюсь вопросом – почему она в момент разговора о ютьюбе не подбежала с рабочим телефоном и уже включенным на нем видео к мастеру, а присоединилась лишь в момент, когда та швырнула расческу, но **тогда** меня волновал совсем другой вопрос: «**ЧТО МНЕ ДЕЛАТЬ?** Через двадцать минут начало съемки!»

Администратор: «Антонина, прошу прощения, мне очень жаль, что так вышло...»

Я: «У меня съемка через двадцать минут, вы понимаете?? Вы можете позвать другого мастера? Мне **ОЧЕНЬ** нужен этот пучок!»

Администратор: «У нас, к сожалению, нет сегодня другого мастера. Я очень извиняюсь».

Я: «И что мне делать??? В этом торговом центре есть другие салоны?»

Администратор: «Нет, мы здесь одни. Есть салон «N» за углом здания – это все, что я знаю. Еще раз извините за неудобства! Вы ничего не должны оплачивать».

«**ДА? Правда??** Спасибо большое, а я-то думала, за это хамство, испорченное настроение и неоказанную услугу придется еще и заплатить!» – подумала я и молча выбежала из салона.

Я неслась по эскалатору, параллельно набирая номер своей помощницы, чтобы она обзвонила все салоны красоты в радиусе двух километров от этого торгового центра. Пока

она этим занималась, я помчалась в тот самый салон за углом. На улице моросил противный дождь. В салоне, конечно же, не оказалось свободных окошек.

Через три минуты позвонила моя помощница и сообщила, что ни в одном салоне в этой локации нет свободных мастеров. Я посмотрела на часы – уже десять минут как идет аренда моей студии. Я уныло поплелась в машину и поехала на съемку.

Внешний вид у меня был ужасный – волосы намокли под дождем, лицо опухло, покраснелось. Естественно, мое настрояние было на нуле, и почти все время, отведенное на макияж, было упущено. Я попыталась как-то на скорую руку накраситься, но получилось на троечку. В итоге мы с фотографом решили снимать «лайф» в свитере и носках, потому что мой образ побитой собаки никак не сочетался с роскошной балетной пачкой. Но даже этого не вышло – на выходе ни одна фотография мне не понравилась, в первую очередь потому, что лицо на всех снимках транслировало, что перед этим я разгружала вагоны.

Итог: одна некачественная услуга стоимостью две тысячи рублей угробила всю мою съемку общей стоимостью в тридцать тысяч рублей.

«Ну а что ты хотела? Зачем поперлась в такой ответственный день в дешевый салон? Скупой платит дважды!» – подумали многие из вас.

Ок, изучим вторую историю из смежной сферы.

Пару лет я была клиентом самого дорогого спа-салона в нашем городе, который находился недалеко от моего фитнес-клуба. Я постоянно ходила туда на массаж, иногда к косметологу, и однажды решила записаться на восковую эпиляцию ног (я прошу прощения за подробности, но мы же с вами тут над сервисом работаем, о реальной жизни говорим, не о бабочках). Цена на эту услугу была почти **в два раза дороже**, чем в том же салоне «Пурпур» (в нем не было мест, а я уже была похожа на Чубакку).

Услуга была оказана хорошо, обслужили меня прекрасно – предложили чай, водичку, конфетки и так далее, поэтому денег было не жаль, и я бы с удовольствием вернулась туда снова.

Но на следующий день была очень теплая погода, я надела короткие шорты, села в машину на самом солнцепеке, и моему взору явилось множество волос на ногах. Не два-три упущенных волоска, а огромные участки волос, которые мастер не заметила (и в этом нет ничего удивительного – волосы у меня светлые). Я попросила свою помощницу позвонить в салон, чтобы я могла к ним заехать и доделать услугу (что заняло бы минут двадцать и ноль вложений с их стороны). Я не просила возвращать деньги, не планировала ни с кем ругаться – просто хотела ноги как у кота Сфинкса, за которые заплатила. Но реакция салона была странной.

Никто не собирался ничего доделывать – мне отказали. В ответ на нашу претензию было сказано (цитирую): «У нас

хороший мастер. А то, о чем вы говорите, – это субъективное мнение Антонины».

Прекрасно. Волосы на моих ногах на следующий день после восковой эпиляции за бешеные деньги (даже по меркам Москвы) – это нечто субъективное. Я не спорю, мастер, может, и хороший, но услугу мне оказали хреново. Но проблема не в услуге. Проблема в КОЛХОЗНОМ сервисе, который мне в итоге предоставили. Это явно не то, за что я готова переплачивать две цены.

После этого я перестала ходить в тот салон, хотя мне это было очень удобно, и я могла бы стабильно приносить им прибыль годами. Вот уже больше года туда не хожу.

Грубые ошибки в сервисе. Это главная причина, по которой в вашем бизнесе, будь то огромная сеть или маленькое скромное ИП с услугами одного человека, до сих пор не стоит очередь из клиентов, готовых отдать вам свои деньги.

Именно поэтому эта глава стоит в самом начале книги. Я вас, предпринимателей, знаю – вы с упоением начинаете читать книгу и уже через час рекомендуете ее всем друзьям. Потом вдруг получаете в ватсапе сообщение о том, что появился интересный крупный проект/заказ, и все ваше внимание уходит туда, а следом вам скинули ссылку на «огненный вебинарчик по продажам», и... через три месяца вы вспоминаете о том, что начинали что-то читать. Знаю, знаю... сама такая же!

А сервис не терпит ожидания. Он работает либо на вас, либо против вас.

За двенадцать лет ведения бизнеса я уже многому успела удивиться, но самое главное мое озарение (до сих пор): оказывается, то, что для тебя **очевидно**, другим нужно **ОБЪЯСНЯТЬ. ДОХОДЧИВО**. И это о том, что вы не найдете волшебного бизнес-тренера, который придет к вашим сотрудникам и развернет перед ними свод из семидесяти двух правил о том, как должен выглядеть идеальный сервис в вашем агентстве праздников города Сыктывкара.

Пример из моей жизни.

Отзыв клиента: «Спасибо! Праздник прошел прекрасно! Дети были в восторге! Но хочу сделать замечание – аниматор N с улицы прошел в дом в грязной обуви! Почему ваши аниматоры не разуваются?»

Скрипя зубами, задаю вопрос аниматору. Ответ: «Ну, у них там в деревне такой деревянный домик, я подумал, что это дача, вдруг там холодно будет, и решил остаться в ботинках!»

То есть N решил, что раз это дача, можно обувь не снимать. Видимо, у него на даче так принято. Ему не пришло в голову **спросить** у хозяйки дома: «Могу я пройти в обуви или попросить у вас тапочки?» В его картине мира это норма. В моем – это жуткий колхоз, который и обсуждать не стоит. И с такими ситуациями я встречаюсь постоянно. Именно поэтому у нас есть гигантский документ для аниматоров с

правилами поведения дома у клиентов, где есть множество, казалось бы, банальных вещей. Например, там написано, что нельзя ругаться матом в примерке и обсуждать между собой сам праздник и клиентов.

МАТОМ??? ДЕТСКИЙ АНИМАТОР??? ОБСУЖДАТЬ КЛИЕНТОВ У НИХ ДОМА???? ЭТО Ж И ТАК ПОНЯТНО!!!!!!

Вам – понятно. А восемнадцатилетнему студенту Пете, который только-только прошел обучение и жизни не видел – нет.

Однажды мы получили замечание от любимого постоянного VIP-клиента о том, что один из четырех аниматоров (который как раз только начинал работать и был вспомогательным персонажем у основных ведущих) во время большого праздника летом в жару тяжело вздохнул и сказал своему напарнику: «Бли-и-и-н... нам еще два часа работать!» Ни клиента, ни детей рядом в этот момент не было (они ели), но конечно же, по закону подлости, мимо проходила подруга заказчицы, которая отошла позвонить. И она передала услышанное хозяйке дома.

Как вы уже догадались, после этого случая в нашем своде правил появилась новая строчка. И эту «летопись» мы будем вести бесконечно.

В каждом бизнесе, в каждом ценовом сегменте, в каждом городе (и даже районе) есть свои нюансы. И это значит, что только вы, руководитель, методом проб и ошибок, по кирпичи-

чикам будете строить свой идеальный сервис и обучать ему свою команду. И это не делается один раз. Над этим вам придется работать всю оставшуюся жизнь. Возможно, это была плохая новость. Но есть и хорошая – это безумно увлекательно и на каждом новом этапе вы будете испытывать огромное удовольствие.

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.