

— ЕЛЕНА БАШЕВА —

СТРАТЕГИЯ УСПЕШНОГО МАСТЕРА

КАК ВЫРАСТИТЬ СВОЙ БИЗНЕС
В СФЕРЕ УСЛУГ



СТИЛИСТАМ

ПСИХОЛОГАМ

МОДЕЛЬЕРАМ

МАССАЖИСТАМ

КОСМЕТОЛОГАМ

ПОРТНЫМ

ЛЭШМЕЙКЕРАМ

ДЕКОРАТОРАМ

КОУЧАМ

ХУДОЖНИКАМ

ПАРИКМАХЕРАМ

ДИЗАЙНЕРАМ

НЕЙЛ-МАСТЕРАМ

ФЛОРИСТАМ

ИЛЛЮСТРАТОРАМ

БРОВИСТАМ

ВИЗАЖИСТАМ

МАСТЕРАМ ДЕПИЛЯЦИИ

Елена Башева

Стратегия успешного мастера. Как вырастить свой бизнес в сфере услуг

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69978175

SelfPub; 2024

Аннотация

Эта книга написана для стилистов, визажистов, парикмахеров, дизайнеров, консультантов, «свободных художников» и других специалистов сферы услуг – тех, кто давно хочет изменить свой бизнес, но просто пока не знает, как. Автор щедро делится с читателями своими многолетними наработками – историями, инсайтами, упражнениями и чек-листами. Это практическая книга, которая заставит вас взять в руки карандаш и писать, писать! Автор – Елена Башева – более двадцати лет работает в сфере услуг, является руководителем собственной имидж-студии, практикующим стилистом, парикмахером и визажистом, а также преподавателем, колумнистом журналов и консультантом по брендингу. Это не просто книга, а работающая стратегия чужого успеха, которая поможет и вам найти преданных клиентов и увеличить свой доход.

Содержание

Введение	4
Что такое стратегия, и почему она нужна именно вам?	10
Путь мастера без стратегии	17
Основные ошибки, которые совершают все мастера	29
Как изменить свой бизнес с помощью стратегии?	37
Если вы давно или, наоборот, недавно в профессии, имеет ли смысл что-то менять?	51
Конец ознакомительного фрагмента.	54

Елена Башева

Стратегия успешного мастера. Как вырастить свой бизнес в сфере услуг

Введение

Я не терпел поражений, я просто нашел 10 000 способов, которые не работают.

Т. Эдисон

«С твоими мозгами нужно быть не здесь», – сказала мне однажды преподаватель на моих первых парикмахерских курсах. На тот момент я только что окончила самый престижный вуз нашего города по специальности «филология» и пришла туда, где учились те, кто вообще никуда не хотел поступать.

Это были трехмесячные курсы профессиональной переподготовки людей разных специальностей, и многие приходили сюда, чтобы иметь хоть какую-то профессию.

Двадцать лет назад, когда я начинала, работа парикмахера вообще не считалась престижной. И лучшее, что меня ожидало, – это место в самом обычном салоне красоты.

Для меня, выпускницы лучшего в городе вуза, это был своеобразный дауншифтинг. По крайней мере, так считали практически все люди в моем окружении. Хотя даже такого слова в те времена еще не знали.

На протяжении нескольких лет я металась между страхом и отчаянием: мне очень нравилось то, что я делаю, но я совершенно не хотела работать *так*.

Так – это проводить свои дни в ожидании клиентов «с улицы» и каждый раз плакать над мизерной зарплатой, которой едва хватало на проезд и обед.

Я вообще не хотела, чтобы моя зарплата от кого-то зависела. Я хотела иметь столько, сколько смогу заработать сама.

Мой двухмесячный опыт работы в парикмахерской еще больше утвердил меня в таком решении.

Я верила в то, что должны существовать и другие способы, как сделать мое дело по-настоящему почетным и нужным для окружающих. А еще – сделать так, чтобы оно приносило мне хороший доход.

И я начала искать – искать способы, а не причины.

И вот тут-то мне как раз игодились мои мозги.

...Я прошла долгий путь от домашнего мастера и мастера на аренде до руководителя собственной имидж-студии в центре города. Я получила пять образований в сфере красоты и до сих пор успешно работаю как стилист, парикмахер и визажист. Я уверена, что не обязательно быть «узким специалистом», чтобы добиться успеха. Подтверждением тому

является полная запись в моей студии и очередь из новых клиентов. А также эта книга, которую я сейчас пишу.

За двадцать лет своей практики я прошла через многое: сотрудничала с самыми разными организациями и брендами, проводила собственные мастер-классы по визажу и стилю, организовывала показы мод и не раз становилась приглашенным экспертом на телевидении и городских мероприятиях.

Несколько лет я преподавала визаж в одной из школ стиля, а также тринадцать лет работала на свадьбах, делая невестам прически и макияж.

Также я открывала свой собственный салон красоты и с облегчением его закрывала; меняла форматы и места аренды, переезжая в разные места, некоторые из которых оказывались настоящим адом; пару раз я объединялась с другими специалистами сферы красоты, чтобы создать наше общее творческое пространство и запустить новые проекты.

...Еще я выгорала, полностью теряла заработанные деньги, не раз хотела сменить профессию, потому что мне казалось, что все очень плохо, и я не туда пришла. Но я все же находила в себе силы оставаться в том деле, которое по-настоящему люблю, чтобы преодолеть очередной кризис и выйти на гораздо более глубокое понимание своего бизнеса и совершенно иной доход.

Сегодня я имею свою студию, множество учеников и благодарных клиентов, создаю стиль для успешных людей свое-

го города и веду колонки о стиле в двух журналах, с которыми давно сотрудничаю. Также я получила несколько наград в своей сфере, о которых, признаться, нечасто вспоминаю. Потому что каждодневная практика для меня важнее, чем конкурсы.

А вот чем я по-настоящему горжусь – так это тем, что являюсь членом экзаменационной комиссии в колледже, который выпускает стилистов, парикмахеров и визажистов.

Благодаря этому опыту я словно вернулась в ту исходную точку, с которой двадцать лет назад начинала сама. Но вернулась уже в другом качестве – успешным мастером, за плечами которого – солидный багаж знаний и практики. Круг замкнулся, и теперь я могу приглашать в свою профессию других людей, которые только-только оканчивают свои первые парикмахерские курсы. И я никому не говорю, что им нужно быть не здесь.

Сегодня я могу констатировать, что и сама пришла туда, где я вполне довольна собой и своим делом, и продолжаю профессионально расти.

Сейчас я понимаю, что все эти годы я, сама не зная того, выстраивала свою собственную *стратегию*, и оставляла в ней только то, что по-настоящему работает. Моя стратегия – это мой путь в профессии. И такой же путь проходит практически каждый специалист сферы услуг, хотя не каждый свою стратегию замечает и вообще осознает.

Да, мы наполняем нашу деятельность своим собственным,

неповторимым, содержанием, но узловые точки пути у нас с вами удивительным образом совпадают, как совпадают основные заблуждения и ошибки, которые мешают всем нам идти.

По сути, наши пути в наших творческих и «красивых» профессиях подчиняются одним и тем же закономерностям. И, зная эти закономерности, мы можем чуть «подправить» нашу стратегию, чтобы не наступать на те же «грабли», на которые наступала, например, я.

А еще моя стратегия – это стратегия *мастера*. Человека, который по-настоящему любит то, чем занимается. И постоянно в своем деле растет.

Поэтому моя книга задумана как книга для всех людей, которым нравится их профессия. Для умных людей, которые не хотят «обычно», не хотят, как все. Для всех, кто понимает, что успешный мастер, прежде всего, работает не руками, а головой.

Эта книга для всех, чей бизнес строится на общении с людьми, для всех, чей бизнес можно отнести к сфере услуг.

А еще – для тех, кто почему-то до сих пор относит свое дело просто к хобби и все никак не решится сделать смелый шаг вперед. Шаг к своему серьезному бизнесу.

Это книга для начинающих и продолжающих, для «старых» и «новых», для выгорающих и близких к тому; для тех, кто уже пережил свой очередной кризис, и для тех, кто не хотел бы его никогда узнать.

Словом, эта книга для всех, кто уже давно хочет по-другому, но просто пока не знает, *как*.

Что такое стратегия, и почему она нужна именно вам?

Все, что не названо, – не существует.

В. Набоков

Если мы хотим что-то в своей жизни (и в своем бизнесе) изменить, нам сначала нужно понять три самые главные вещи:

1. Где мы находимся сейчас.
2. Чего мы хотим в будущем.
3. Что у нас сейчас не работает (что мы будем менять).

Я заметила, что редкий специалист воспринимает свое дело как единую структуру, как набор «кирпичиков», на которых стоит здание его бизнеса, и редкий мастер может похвастаться тем, что сел, просто выписал все то, что его на данный момент тревожит, и начал бы все неработающее исправлять.

У многих вообще нет понимания, чего они хотят в будущем, или они мыслят слишком абстрактно. Кто-то не может признаться себе в том, что же его по-настоящему тревожит, а кто-то просто не видит, что вообще происходит с его бизнесом, и как это можно изменить.

Словом, у экспертов, в том числе у специалистов сферы услуг, просто нет четкой стратегии, которой бы они руковод-

ствовали в своих действиях.

Стратегия – это последовательный набор шагов, которые вам нужно сделать, чтобы прийти к тому, чего вы хотите в будущем. В нашем случае – к вашему успеху как мастера.

И, для начала, я предлагаю вам определиться с тем, что же мы будем вкладывать в такое понятие, как «успех». Ведь все понимают его по-разному...

Предлагаю подойти к определению успеха вот с какой позиции.

Как правило, все наши, человеческие, желания, не так разнообразны. И все мы хотим примерно одного и того же. По крайней мере, мастера сферы услуг, несмотря на разность в формулировках, желают примерно следующего:

1. Хорошо зарабатывать (и постоянно увеличивать доход!).
2. Иметь уважение клиентов и признание со стороны общества.
3. Иметь возможность жить полноценной жизнью – иметь время для себя, своей семьи, отдыха и развлечений.

У многих специалистов в некоторых из этих пунктов (а то и во всех) есть проблемы. Почти все хотели бы зарабатывать больше, но не знают, как этого достичь; многие считают, что их просто не уважают и не считаются с их мнением; что касается времени на себя, то практически все специалисты сферы услуг буквально живут на работе и, в итоге, выгорают.

Поэтому предлагаю вам работать не над каким-то аб-

страктным: «Хочу, чтобы в моем бизнесе у меня все было хорошо», а вот над этими тремя вопросами:

1. Как сделать так, чтобы мой доход повысился до нужного мне уровня и в дальнейшем только рос?
2. Как обеспечить себе уважение клиентов и коллег и создать нужную мне репутацию?
3. Что нужно сделать для того, чтобы у меня появился четкий и понятный график работы, в котором есть место для моей собственной жизни?

Тысяча и один отпуск

Однажды я стала замечать, что все клиенты бесконечно рассказывают мне только об отпусках в экзотических странах. Я слушала, слушала и приходила домой в слезах. Оказалось, я не была в отпуске уже четыре года, и моя истощенная психика очень остро вылавливала из окружающей среды только разговоры об отдыхе. Я считала, что не могу себе этот отдых позволить. Но, на самом деле, деньги на отпуск у меня были – я просто сама загнала себя в бесконечный круговорот дел. И у меня просто не было сил, чтобы этот отпуск себе организовать. Работать без отдыха оказалось легче, чем перестроить свой график работы и подход к делу!

Как жить – это ваш выбор. Но, вместо того, чтобы бесконечно страдать, я рекомендую вам все-таки искать пути выхода из трудных ситуаций. И не бояться менять свою жизнь. Особенно в мелочах.

Итак, с будущим разобрались. У каждого из нас – свои планы и мечты, но все они могут быть осуществлены, если мы будем работать над этими тремя пунктами:

1. Увеличить доход.
2. Стать востребованным мастером.
3. Жить полной жизнью.

Примем эти пункты за аксиому и будем двигаться именно к этим целям.

Этими критериями я и предлагаю руководствоваться, когда мы говорим о таком не всегда ясном понятии, как «успех».

И в этой книге я буду последовательно вести вас по основным вехам *пути мастера*, чтобы вы могли сосредоточиться на тех важных моментах, которые вам нужно будет проработать, чтобы стать востребованным специалистом и жить лучше, чем вы живете сейчас.

В какой бы сфере вы ни работали, чем бы ни занимались, эта стратегия работает у всех, потому что, как мы помним, мы все похожи друг на друга, имеем схожие потребности и, как оказалось, вполне конкретные цели.

После прочтения этой книги вы сможете создать свою *собственную стратегию* – будете знать, что именно вам сейчас делать в своем бизнесе, и в какой последовательности.

Но, напоминая, что самое важное, что вам нужно сделать прежде, чем начать хоть куда-то двигаться, – это понять, где именно вы находитесь сейчас.

Это ваше настоящее. Та точка, в которой вы пребываете.

Нельзя изменить прошлое, а будущего еще нет. Поэтому так важно сосредоточиться именно на настоящем.

Настоятельно рекомендую вам взять лист бумаги (вернее, я рекомендую вам купить сразу пачку бумаги!) и писать, писать все от руки. Так вы гарантированно не уйдете от ответа на самые важные вопросы, а ваш мозг будет иметь возможность основательно поработать над тем, что вы написали.

Справка

Доказано, что наш мозг может сам выбирать оптимальный для нас путь, но ему нужно сначала показать, что конкретно нас волнует. Мысли в своей голове мы, как правило, не додумываем до конца. Да и приходят они хаотично. Поэтому пишем, пишем и еще раз пишем, давая нашему мозгу конкретные задания!

Не бойтесь большого объема работы! Записывать свои мысли – это не такое сложное дело, как может показаться вам на первый взгляд. Главное – начать, а потом вам это понравится и даже войдет в привычку.

Упражнение

Подумайте над самыми главными вопросами, с которых вы начала эту книгу: «Где вы находитесь сейчас?», «Чего вы хотите в будущем?», «Что у вас сейчас не работает?» («Что вы будете менять?»).

Сделайте видимым то, что пока вам самим не до конца ясно. Потому что все не названное, как показывает практика,

не существует.

Для прояснения ваших дел в бизнесе на данный момент ответьте на приведенные ниже вопросы по пунктам. Напишите не менее 10 вариантов ответов на каждый пункт.

Пишите максимально конкретно, но старайтесь не думать долго. Ваша задача – просто поместить все ваши мысли на бумагу.

Ответьте на вопросы:

1. Кто вы, как мастер? Что конкретно умеете? Как сами себя ощущаете?
2. Что из себя представляет ваш бизнес? Как вы его видите? (Дайте характеристику).
3. Чего хотите добиться в будущем? Каким видите ваш бизнес в идеале?
4. Что вам нравится сейчас в вашем бизнесе? Что работает? Что продает? (Конкретные примеры).
5. Что вам не нравится в вашем бизнесе? Что не работает или работает плохо, не продает? (Конкретные примеры).
6. Какое место вы сейчас занимаете в своей сфере, на ваш взгляд? Кто вы среди коллег?
7. В кругу каких людей вы видите себя в будущем? Кто они? Где ваше место? На кого ориентируетесь?
8. Чем вы, на ваш взгляд, отличаетесь от ваших коллег?
9. Что ценят в вас ваши клиенты? Почему приходят именно к вам? В чем ваше отличие от других?
10. Устраивает ли вас ваш бизнес? На сколько процентов?

Скорее всего, вам придется отвечать на все эти вопросы еще не раз. Ведь бизнес меняется, меняетесь и вы. Вам периодически придется к ним возвращаться, чтобы сверить свой курс.

Главное – просто начать над этими вопросами задумываться.

Поэтому не относитесь к этому заданию, как к экзамену. Относитесь к нему как к прояснению своих мыслей относительно того, что именно происходит у вас в бизнесе сейчас.

Если вы не можете ответить на какие-то вопросы, то это тоже нормально. Хорошая новость заключается в том, что вы *уже* увидели те места, в которых пока есть некая пустота. Эта пустота – пробел в вашем понимании. И вот его нужно будет постепенно заполнить.

Путь мастера без стратегии

*У самурая нет цели, только путь.
Философия самураев*

А что будет, если вы вдруг не будете ничего планировать и вообще не захотите в своей деятельности придерживаться какой-то стратегии?

Что будет, если, прочитав эту книгу, вы отложите все нововведения «на потом» или внедрите что-то только частично?

Да ничего страшного, друзья, уже не произойдет!

Как говорится, все самое страшное уже случилось. Шутка.

Но не случайно же вы взяли в руки именно эту книгу!

Ну а без шуток – если вас не устраивает, как обстоят дела в вашем бизнесе сейчас, то без четкого плана перемен и без конкретной последовательности шагов по улучшению вашего бизнеса у вас ровным счетом ничего не произойдет!

Без стратегии в вашем бизнесе дела будут идти то чуть лучше, то чуть хуже, но вот общая картина вашей деятельности останется примерно такой же, как сейчас.

Ведь вы, даже не зная того, все равно все эти годы придерживались какой-то своей стратегии! Скорее всего, не самой лучшей и не до конца работающей. И даже не до конца осознаваемой.

А, может, вы вообще копировали чужие стратегии, глядя на то, как другим «везет»?

Поэтому пора увидеть все то, что вы отказываетесь в своем бизнесе пока замечать, и наконец-то осознать, *что* вы делаете, и *как*, и к чему на самом деле стремитесь.

Если вы, конечно, хотите жить лучше.

Я все время повторяла и повторяю, что не всем надо что-то менять, и не всем нужно входить в список лучших в своей сфере.

Многие всю жизнь остаются среднестатистическими мастерами со средними заработками, и их это более-менее устраивает.

Большие деньги тоже нужно еще уметь выдержать.

Поэтому, если вас более-менее устраивает то, что есть, то просто сядьте и подумайте, стоит ли что-то менять. На кону – бОльший успех, бОльшая известность и бОльшие деньги. Но для достижения всего этого придется потрудиться.

Однако, у меня есть для вас и хорошая новость: внедряя новую стратегию, вам не придется начинать все с нуля.

Потому что не нужно кардинально менять то, что у вас и так уже хорошо работает! Это один из главных законов бизнеса.

Не нужно менять то, что уже и так хорошо работает!

История про розовые «завитушки»

Однажды я консультировала девушку, мастера по маникюру, которая хотела переделать свои листовки, которые

она бросала в почтовые ящики. Она хотела нарисовать на них новые «завитушки» и покрасить шрифт в розовый цвет. Все, как любим мы, девочки! Когда я стала уточнять, для чего она хочет их сменить, и приходили ли к ней по этим листовкам клиенты, оказалось, что народ по ним и так до сих пор постоянно идет!

И я посоветовала этой девушке в них вообще ничего не менять. А свободные средства направить на улучшение чего-то другого, более значимого. Например, на улучшение ее кабинета, который был тогда в плачевном состоянии. Или на обучение, которое сразу же открывало бы ей доступ к новым клиентам, которые уже давно запрашивали у нее сложный дизайн.

Визуальные улучшения вы можете сделать и потом, когда вся структура вашего бизнеса уже будет выстроена и будет хорошо работать! А пока – за главное.

Упражнение

Запомните, любой бизнес можно проанализировать по этим трем параметрам:

1. Найти в нем то, что уже и так работает (куда не нужно ничего вкладывать и не нужно ничего менять).
2. Найти в нем то, что можно улучшить, но только ценой серьезных вложений (денег, времени, сил).
3. Найти в нем то, что можно улучшить даже без значительных затрат.

Главное – отличать одно от другого и не делать то, что

не приносит результат. (Результат в бизнесе – это прибыль, благодарные клиенты и признание в вашей сфере).

Проанализируйте ваш бизнес по этим трем параметрам! Запишите.

Как часто я вижу все время что-то хаотично улучшающих специалистов! Как правило, все улучшения касаются какой-то внешней, незначительной стороны. Все, например, хотят красивый дизайн визитки или сайта. Но, при анализе их бизнеса, оказывается, что сайт у них – с дизайном или без – вообще не продает и, значит, не работает. Для его «раскрутки» требуется еще море вложений и обращение к другим специалистам. Нужно ли им это сейчас? Выгодно ли? Большой вопрос.

А визитки?.. Приводят ли они к вам клиентов? Или они нужны вам только для имиджа? Реально ли они повышают ваш статус или доход? (Или сейчас клиенты приходят к вам через социальной сети и знакомых, а визитки вам вообще ни к чему?). Подумайте над этими вопросами.

Самое опасное в таких «внешних» улучшениях – то, что вам кажется, что вы сделали для своего бизнеса что-то по-настоящему важное. И вы расслабляетесь. И просто ждете... Но ничего не происходит.

Поэтому прежде, чем изменить в своем бизнесе какую-то незначительную «завитушку», такую, как вид шрифта или цвет сайта, честно ответьте себе на вопрос: «Для чего? Что может мне это изменение дать?».

Не тешьте себя иллюзиями. Клиенты не приходят только на новый шрифт или цвет. Бизнес – это структура. Совокупность всего. Какие-то элементы более важны для вашего бизнеса, какие-то нет. И вот с неработающими элементами нужно проститься.

Поэтому смотрите, что у вас на самом деле сейчас работает и продает.

Критерий успеха в бизнесе – продажи. И никак иначе.

Я много работала с экспертами и брендами – консультировала их как раз по улучшению их бизнеса.

И, знаете, что? Когда у некоторых специалистов пропадали их любимые иллюзии, они вообще разочаровывались в своем бизнесе и решали не делать больше ничего!

Им казалось, что все настолько плохо, что нужно вообще все кардинально изменить (или уж совсем не браться).

Хочу предостеречь вас и от таких поспешных и грустных выводов.

Когда вы всерьез займетесь своим бизнесом, вы неизбежно столкнетесь с разочарованием и крахом иллюзий, и увидите, что много лет делали не то и не так. Это нормально.

Но прошу вас – не бросайте свое любимое дело. Вернее, не отказывайтесь наконец-то встать на более продуктивный путь. Именно сейчас у вас действительно появилась такая возможность.

А то, что вы делали раньше – это ваш багаж, опыт. Всегда можно перестроить свой бизнес так, что он будет приносить

вам и радость, и доход. Вы просто пока не знаете способов.

К тому же, негативный опыт и опыт того, что не работает, порой самый ценный! Просто сделайте из него выводы и идите дальше.

А еще – признавайте свои ошибки.

Путь к успеху начинается с признания своих ошибок.

К тому же, как вы уже поняли, не нужно бежать и рушить свой бизнес до основания перед тем, как построить на его месте работающий новый! Так делали только нигилисты. Да и то – в прошлом веке.

Нужно просто спокойно и беспристрастно проанализировать свой бизнес на предмет того, что в нем уже работает, что требует кардинальных перемен, а что – просто «косметического ремонта». И вкладывать силы только в нужное.

Как правило, в любом бизнесе есть то, что можно и нужно улучшить. Причем, многое можно сделать без особых временных и финансовых затрат. Вообще, всегда стремитесь уменьшить затраты на то, что и так работает, не определяет успех или то, чего вашим клиентам попросту не видно. Вкладывайте только в то, что может принести вам еще больший доход! Или в то, что важно, но вы почему-то до сих пор не разобрались с этим.

Помните о том, что наши ресурсы – это не только наши финансы, но это и наши силы, и время. Как часто мы о них забываем! Их тоже нужно учитывать. И подсчитывать, как финансы. Мы будем учиться этому далее.

Поэтому предлагаю вам делать все приведенные в книге упражнения. Они запустят в вашей голове такие процессы, которые позволят вам увидеть совершенно новые пути в вашем бизнесе и научат мыслить структурно!

Хаос – это враг бизнеса.

Если вы «плывете по течению» и делаете что-то для своего бизнеса только время от времени, то вы будете оставаться примерно в той же точке, где и сейчас. Либо, если вы совершаете хаотичные движения, вас будет постоянно штормить, и вы рискуете жить по принципу: «То пусто, то густо».

История о моем «шторме»

Лично я, когда у меня не было четкой стратегии, совершала кучу ошибок. Например, я могла вдруг решить повысить цены, но делала это не для всех клиентов, пытаясь угостить «стареньким», а иногда могла вновь вернуться к старому прайсу или давать необоснованные скидки. Просто у меня не было четкого понимания, к чему я иду. Не было своей финансовой цели. В итоге я получала удивленных, а иногда и раздосадованных клиентов, которые не понимали, что конкретно происходит. Не делайте так!

В бизнесе нужна система, а все перемены лучше производить по плану, руководствуясь своей стратегией развития. И не отступать.

И еще – нужно очень сильное желание что-то менять. Потому что долгие сомнения всегда будут приводить к потерям – финансовым, временным, психологическим, репутацион-

НЫМ.

По плану легче двигаться. Вам уже не надо ничего придумывать.

Просто открываете заветный лист и читаете, что у вас там следующее.

Мастера, выбирающие тактику «работать по наитию», без стратегии, упускают самое главное – время своей жизни.

Оглянувшись назад и поняв, что ваш бизнес не только не рос все эти годы, но и «просел» в некоторых местах, вы можете не просто разочароваться, но и махнуть на него рукой. Это самое опасное.

К слову, когда мы будем анализировать свой бизнес и реальное положение дел в нем, лучше откинуть все лишние эмоции. Мы должны посмотреть на него, как на данность. Как вы помните, мы должны будем выписать не только плохое, но и все хорошее, что у нас сейчас есть. С чего мы стартуем.

Что касается мастеров, которые работают без эффективной стратегии, то их подавляющее большинство – около 80 %. Поэтому, если у вас поначалу появится всего лишь четкий план каких-то самых минимальных улучшений, вы *уже* опередите большинство сомневающихся и топчущихся на одном месте специалистов. И у вас будут все шансы больше зарабатывать, иметь больше благодарных клиентов и строить себе такую жизнь, о которой вы всегда мечтали.

Упражнение

Посмотрим на то, что у вас сейчас работает, а что – нет. Куда можно вкладывать силы, а куда – не надо.

Нарисуйте таблицу. В ячейках пропишите, что у вас сейчас работает, что вообще не работает и то, что требует только небольших перемен. Пишите конкретные вещи. Это касается и конкретных услуг, и конкретных действий. Опишите все, что сможете.

УЖЕ И ТАК ХОРОШО РАБОТАЕТ	НИ ТЕПЛО, НИ ХОЛОДНО (СИЛЬНО НЕ ВЛИЯЕТ)	ТРЕБУЕТ МНОГО ВЛОЖЕНИЙ, НО СОМНИТЕЛЬНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ	НУЖНО И ВАЖНО, ДАВНО ПОРА	МОЖНО УЛУЧШИТЬ БЕЗ ОСОБЫХ УСИЛИЙ	ЛИШНЕЕ. ОТНИМАЕТ СИЛЫ, РЕСУРСЫ	ТО, ЧТО ПОДОЖДЕТ. УЛУЧШИТЬ ПОЗЖЕ

Можете пойти дальше и прописать, что именно и как вы будете менять по каждой заполненной вами ячейке. Но только помните о главном вопросе: «Что это вам даст? *Ради чего* это нужно менять?».

Заметьте – нет общих решений! У одного мастера будет хорошо работать то, что никогда не работало у вас. Можете, конечно, подумать, почему какая-то популярная услуга у вас не работает (накидайте несколько гипотез). Но гипотезы потом нужно проверять.

Этот листок с таблицей вам в дальнейшем тоже понадобится, когда вы будете анализировать свой бизнес по кон-

кретным сферам.

Справка

Есть давний спор между разными системами образования: в каких-то странах образование нацелено на то, чтобы прокачать «слабые» стороны учеников, «дорастить» их до более-менее сильных; в некоторых странах, наоборот, прокачивают только «сильные» стороны, не теряя времени на развитие слабых. Ведь считается, что слабое вообще невозможно прокачать настолько, насколько у нас развиты изначально сильные стороны.

В бизнесе тоже очень важно обозначать приоритеты. Иногда нужно от чего-то отказываться, чтобы вложить свои силы только в то, что на данный момент перспективно. И в бизнесе лучше работает модель «не прокачивать слабое, а делать ставку на сильное». То, что у вас получается хуже, можно отдавать помощникам, если они у вас есть.

Если помощников нет, отказывайтесь от того, что не приносит вам прибыль и сильно на ваш успех не влияет.

Например, я когда-то отказалась от наращивания ресниц и окрашивания бровей, так как это отнимало у меня много времени и сил и, в целом, мне не нравилось (а также не увеличивало мой средний чек). Также это не приводило к росту моей популярности и известности как мастера. Ведь я позиционировала себя всегда как стилист, а не как мастер по бровям. И мне было абсолютно невыгодно эту сферу развивать.

Или, например, мои коллеги-стилисты начинают изучать

какую-то сложную непопулярную систему (в эту ловушку когда-то попалась и я) и тратят огромное количество времени и сил, чтобы просто *донести* до аудитории ценность и важность своей системы! А простые люди в этом ничего не понимают и, соответственно, к такому мастеру не идут. Стало быть, ваши возможные «плоды» пожинают другие специалисты, которые используют более простые системы и объясняют людям все более доходчиво. Поэтому не тратьте время на сложное и неработающее.

Как правило, все, что сложно, хуже работает.

Некоторые специалисты изобретают себе сложные «философии» и не хотят отступать от каких-то своих необычных теорий, объясняя это своей «избранностью». Я тоже через все это прошла.

И заметила, что философия и сложность появляется в вашем бизнесе там, где происходит очень простая вещь – вы почему-то до сих пор не продаете.

Вы делаете ошибочный вывод, что услуга никому не нужна, и вас, такого необычного, просто не поняли. Но не спешите.

Это *вы* просто не поняли, как лучше продавать. И клиентам доходчиво не объяснили.

Упростите саму услугу или то, что вы говорите о ней, и вам самим станет легче жить и зарабатывать. Без избранности.

А свой статус и авторитет можно поднять другими спосо-

бами. И о них мы тоже поговорим.

В любом «творческом» бизнесе важно для себя определить, что вам важнее – удовлетворение собственных профессиональных амбиций или реальные клиенты и реальные деньги, которые могут вам заплатить за ваши знания. Амбиции и доход можно совместить, но и в этом случае нужно крепко подумать, как донести нужность вашей услуги до людей.

И, скорее всего, все равно отказаться от того, что не работает.

Основные ошибки, которые совершают все мастера

*...И опыт, сын ошибок трудных,
И гений, парадоксов друг...
А.С. Пушкин*

Когда я говорю, что мы все уникальны, я говорю о том, что каждый из нас по-своему объединяет в себе все то общечеловеческое, которое есть в каждом из нас.

Все равно человек остается человеком, а всем людям свойственно вести себя в каких-то основополагающих вещах более-менее одинаково.

Именно поэтому нас так хорошо «просчитывают» маркетологи, цель которых – побольше нам продать.

Однако, такое знание о типичности человеческой природы нам, специалистам «красивых» и творческих сфер, вполне на руку.

Ведь, зная, что движет людьми, мы можем людьми (да и собой!) управлять.

Конечно, я не призываю управлять людьми с корыстными или не совсем честными целями.

Но вот повести клиента за собой туда, где ему тоже будет хорошо – это задача любого успешного специалиста, а также задача качественного, хорошо «сделанного» бизнеса!

Из-за типичности человеческого поведения мы сами часто попадаем в ловушки своих же страхов и ограничивающих убеждений.

И совершаем ошибки.

К тому же, мы все носим «очки». И не всегда розовые.

Задача успешного мастера – максимально хорошо протереть стекла своих «очков». Настроиться на реальность.

Полностью, конечно, вы очки своего личного восприятия не снимете, ведь у нас у всех в голове есть набор собственных шаблонов и схем, но вот стремиться увидеть этот мир и свою профессиональную деятельность максимально объективно – можно и нужно!

Главное – вообще *допустить*, что вы пока в очках, розовых или не очень.

Перемены всегда начинаются с *осознания*, что вы в чем-то ошибаетесь или что-то делаете не так.

Заметьте – многие люди просто отрицают наличие у себя проблем!

Так работает наш мозг – включается психологическая защита. Так проще не сталкиваться с тем, с чем сталкиваться неприятно и даже больно. Именно поэтому психологи в своей работе используют инструменты, помогающие им обойти защиты клиента и подойти к внутренней боли, чтобы ее пролечить.

Признать ошибку

Помню, какой прорыв я совершила в своей деятельности,

когда честно призналась себе, что отстала от других стилистов в том, что перестала внедрять современные тенденции в образы. Мне казалось, что я просто пошла у своих клиентов на поводу, ведь им же не нужна мода.

Но, на самом деле, мне было просто удобнее не учиться дальше, а всех «модных» специалистов критиковать. Как я поняла позже, за моим отрицанием стоял страх двигаться в новое и нежелание этому новому учиться. Когда я осознала, что завидую более «продвинутым» стилистам и просто боюсь предлагать своим клиентам то, что не совсем умею, я стала учиться дальше и постепенно преодолела этот барьер.

Качество моих работ на порядок улучшилось, а в самом моем взаимодействии с клиентами появился некий «огонек» – ведь все, что я теперь делала, было мне самой интересно. На этот «огонек» потянулись и новые клиенты, которых я раньше просто боялась.

Кстати, клиентам часто нужна не какая-то конкретная система или философия, а им нужен живой человек, горящий своей деятельностью! Клиенты приходят к вам не потому, что сами знают, как им надо, а потому, что они как раз ничего в вашей сфере не понимают. Им нужна ваша помощь и ваше желание им помочь! Когда у мастера «горят глаза», клиенты это сразу же видят и вашими идеями увлекаются. Поэтому не держитесь за то, что заставляет вас работать «на автомате» и все время кого-то и что-то критиковать.

И, если уж мы говорим в этой главе о шаблонах, то и ошибки, которые совершают все мастера, достаточно типичные.

Их можно даже представить как ТОП-20 самых очевидных ошибок мастера.

Вот они.

ТОП-20 ошибок мастера

1. Отсутствие продуманного движения в профессии, какой-то четкой стратегии. Вы не воспринимаете свое дело как серьезный бизнес.

2. Хаотичные действия из разряда «хоть что-то улучшить», а также копирование чужих стратегий или попытки «делать, как все».

3. Непонимание, к чему вы стремитесь и чего именно вы хотите в итоге достичь (не абстрактно, а в виде конкретных результатов! В сфере услуг, да и в любом бизнесе, – это цифры, цифры и цифры! Как минимум, нужно знать количество клиентов, которое вы хотите иметь, и свой желаемый доход).

4. Обесценивание себя и своей деятельности – сравнение себя с другими и выискивание в своем бизнесе только плохого. (Нужно не искать плохое и хорошее, нужно выписать, что на данный момент у вас в принципе есть, и проанализировать, что из этого работает, а что – не работает).

5. Перенесение неудач со своего бизнеса на себя («Если у меня что-то не получается, значит, я неудачник!>). Никогда не мыслите так, это – путь к выгоранию. Более продуктив-

ное мышление – такое: в моей деятельности то-то и то-то не так. Как это можно улучшить? Но об этом мы много будем говорить ниже.

6. Иллюзии мастера. Их очень, очень много! Начиная от неправильных выводов («Если клиенты не идут, значит, что-то не так с клиентами»), до попыток продать людям то, что им не нужно, но зато потешить свое эго. С иллюзиями можно бороться только максимально четкой констатацией фактов и максимально четким анализом существующей действительности. Но и об этом – чуть позже.

7. Убеждения, что все и всегда должно с первого раза получаться. Запомните, бизнес – это постоянный тест и отсеивание того, что не работает. В бизнесе у вас не получится «навсегда разбогатеть» и остановиться.

8. Бесконечно учиться вместо того, чтобы брать и делать. А еще – объяснять себе, что вы не можете чего-то сделать, пока еще чуть-чуть для этого не доучились. («Вечные ученики»).

9. Занижать планку, обходиться «малым». Это когда вы мыслите примерно так: «Вот сегодня я заработала 1000 рублей, и хорошо». Нужно мыслить стратегией! Нужно знать, сколько вы хотите зарабатывать в перспективе (как минимум – в месяц!), и на что хотите эти деньги в итоге тратить. Ваша личная цель – это очень важно.

10. Заниматься «украшательствами» вместо того, чтобы менять то, что не работает. Это я называю «японской систе-

мой» – то, чего мы не видим, как будто и нет. У вас дом вашего бизнеса разваливается, а вы вешаете на стены «картины» в виде улучшения дизайна страницы или выбора новых статуэток в свой старый кабинет! Сюда же – все «бонусы за покупку» или «у нас вы можете попить чаю», если, в целом, к вам никто не хочет идти. Нужно четко понимать, что вы делаете и для чего. И видеть, что у вас разваливается.

11. «Прогибания» под клиентов и непонимание, кто вы такой, и какую ценность вы, как специалист, людям несете.

12. Ошибки в имидже – что вы транслируете своим внешним видом, и соответствует ли он тому, кто вы такие на самом деле, и что вы хотите своим образом сказать.

13. Заурядность. Многие мастера похожи друг на друга даже внешне. Есть такое правило жизни: крайности заметны лучше, чем «серединка». В «красивом бизнесе» побеждают не те, у кого «средние» цены и «средний» внешний вид, а лучшие и... худшие! Как ни странно.

14. Мыслить крайностями – это тоже ошибка. «Все или ничего» – это девиз погибающих героев из книг. Даже улучшения нужно внедрять постепенно, а еще – уметь радоваться, когда что-то у вас сделано «достаточно хорошо». Все «отличники» в сфере услуг гарантированно выгорают!

15. Казаться кем-то другим. При таком подходе не будет ни клиентов, ни денег, даже если вы выберете, на ваш взгляд, самый «красивый» образ. Проверено лично мной! Быть собой, местами несовершенным, – вот что ведет к успеху.

16. Думать, что если вы усердно работаете, то успех сам к вам придет. Нет, это как раз та ошибка, которая погубила более 80% мастеров. Так что, считайте, у вас уже практически нет конкурентов. Нужно делать только *нужное*, иначе у вас на успех просто не останется времени.

17. Не интересоваться тем, что происходит в вашей сфере и в смежных сферах. Не общаться с коллегами, не выходить «в люди». Многие мастера просто день и ночь работают в своих кабинетах, а о них все равно никто не знает! Еще больше мастеров давно отстали от жизни, что видно также из их работ. Нельзя убирать руку с пульса времени. Тем более, в сфере услуг!

18. Не заявлять о себе, не иметь площадок для коммуникации с аудиторией. Здесь все понятно, без комментариев! Тема про социальные сети требует отдельной книги.

19. Отсутствие цельности в подаче себя и своей деятельности. Это когда даже оформление ваших страниц везде разное – нет понимания, «про что» вы, нет понимания, что именно вы хотите о себе рассказать. Но это уже тема личного бренда. В этой книге мы ее тоже коснемся.

20. Но основной ошибкой является все-таки то, что вы вообще не пытаетесь что-то в своей деятельности изменить. Это как в «Алисе в Стране чудес» – «Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте». Вся сфера услуг – это такой вот сплошной бег на длинные дистанции. Но можно идти пешком, в своем темпе, и при этом все успевать.

Как? В этой книге я как раз вас этому и научу.

Какие ошибки вы у себя нашли?

Хочу утешить вас и сказать, что в основе всех этих ошибок лежит не какая-то ваша глупость или «недостаточность», как человека и специалиста, а просто отсутствие *знаний* о том, как можно жить и работать иначе. Из серии: «А что, так тоже можно было?».

Нарабатывайте знания, на которые вы сможете по-настоящему опереться в деле улучшения вашего бизнеса. Так вы сможете выстроить свою собственную *стратегию успешного мастера*.

Как изменить свой бизнес с помощью стратегии?

*Работать нужно не 12 часов, а головой.
Стив Джобс*

Сейчас прочитайте эту главу внимательно. Ведь в ней я буду вас тормозить, тормозить, тормозить...

Ведь я чувствую, что уже сильно вас разогнала, подняв в предыдущей главе самые злободневные для каждого мастера темы.

Хочется побежать вперед, все быстро внедрить, все переделать! Давайте скорей нам новую конкретную главу – с техниками и способами!

Такой эффект «зажигалки» дают многие тренинги, когда вас подхлестывает коуч или какой-то другой «гуру», мотивируя на рекордный забег. И вам кажется, что вы теперь готовы горы свернуть!

Однако, через несколько дней или недель вы просто «сдуваетесь» и оказываетесь в более глубокой яме, чем та, из которой вы совсем недавно на тренинг пришли.

Это как с диетами – если вы жестко себя ограничиваете, то потом набираете вес в еще большем объеме!

Наша психика устроена так, что она не любит резких перемен. Так она нас бережет, в том числе и от выгорания.

Поэтому все перемены нужно внедрять в свою жизнь постепенно.

Мы не можем прыгнуть выше головы. И, если человек чего-то не делает, то у него просто нет каких-то ресурсов, какого-то «топлива», на котором он сможет дальше ехать.

Это как отсутствие бензина в баке машины. Когда вы едете, вам нужно все время наполнять бак. Невозможно залить бензин раз и навсегда – помните об этом.

Когда вам говорят: «Да просто сделай ты это и не парься», а вы при этом не можете, это значит ровным счетом то, что я уже сказала выше – что вы сейчас *действительно* этого сделать не можете. Точка. Это очень веская причина! И не можете вы не из-за того, что вы какой-то «не такой».

Если бы все было так просто: «Сказал – сделал», то у человечества не было бы вообще никаких проблем!

Вернее, самого человечества наверняка бы и в помине не было!

Ну представьте – планета суперменов! Кому там, наверху, вообще такое надо?

Поэтому давайте с уважением относиться к своим личным ограничениям. Вы же не ругаете бензин, которого нет? Или машину с пустым баком?..

Хотя... Наверняка ведь ругаете!

Ну так вот. Все равно бесполезно ругать и толкать машину через силу – выдохнетесь метров через десять.

Поэтому в деле всех перемен нужно бережно, маленьки-

ми шагами, потихоньку вывозить себя на новые рельсы, попутно собирая ресурсы – заливая бензин в машину, а в себя – вкусный обед!

Нас питает все то, что делает нас счастливыми, вдохновляет. Поэтому мастерам сферы услуг обязательно нужно заботиться о своем отдыхе, досуге, интересных занятиях, не связанных с основным видом деятельности. А «творческим специалистам» нужно иногда отрываться от высоких материй и ступать босыми ногами на голою землю. Причем, в некоторых случаях – буквально.

Вот вам задание: напишите все, что в жизни придает вам силы. Как вы помните, писать обязательно, иначе вы это не осознаете, а ваш мозг не будет решать конкретные задачи, а будет просто блуждать.

Когда вы напишете список, вы уже будете более внимательно относиться к тем вещам, которые являются вашим «бензином», топливом – дают вам ресурс.

Их нужно целенаправленно себе позволять и вообще сделать частью каждого дня.

Например, пишем список с названием: «То, что меня вдохновляет».

И в нем могут быть такие пункты:

1. Почитать
2. Поспать
3. Погулять
4. Вышить крестиком

И т. д.

Конечно, я дам вам советы, с чего в вашем бизнесе лучше начать. Но помните о том, что вам никуда не нужно торопиться.

Когда у вас будет *стратегия*, будет свой план перемен, вам уже не нужно будет никуда спешить. Вы просто будете делать все по мере сил, по плану – регулярно и постепенно.

Договорились?

Регулярно и постепенно – вот ваш девиз!

Такой подход реально работает.

Покажу разницу на примере: вы можете активно публиковать что-то каждый день в социальных сетях, а потом вдруг пропасть на месяц. И, в этом случае, вы делаете свое дело достаточно активно, но нерегулярно. И, что самое обидное, – зря. И не важно, сколько постов вы уже успели опубликовать до «перерыва». Такая стратегия не работает.

А вот если вы публикуете что-то не чаще, чем раз в три дня, но делаете это *каждые* три дня, то люди привыкнут к вашему ритму и будут ждать ваших постов. Такая стратегия работает, даже если вы не пишете в социальных сетях каждый день. Потому что вы пишете *регулярно*. Мы все любим предсказуемость. Так устроен наш мозг.

Так что расслабьтесь и не спешите бежать и срочно менять сразу весь свой бизнес.

Сейчас ваша основная задача – составить себе план перемен. И идти в своем комфортном темпе.

(Кстати, каков ваш комфортный темп? Запишите. Например, сколько постов вам было бы *комфортно* публиковать в неделю?).

На протяжении всей этой книги я буду доказывать вам, что для мастера сферы услуг много работать – это не главное. Не главное для успеха.

Главное – делать только то, что будет продвигать вас вперед.

А это можно делать и не спеша.

Как вы помните, наша цель на бизнес, которую мы определили еще в самом начале, – это стать успешным мастером. А это значит – иметь большой доход, большее количество благодарных клиентов, признание в обществе и ту жизнь, о которой вы всегда мечтали.

Не советую сейчас выдумывать себе какие-то «высокие» цели в виде: «Сказать новое слово своим творчеством», «Принести в этот мир красоту». Это все так не работает.

Высокими целями мы часто прикрываем какую-то брешь – то, где мы в чем-то конкретном не признаемся себе.

Впрочем, не думайте, что эта книга – пособие для меркантильных и ограниченных людей, хотя я часто буду употреблять в ней слова «доход» и «деньги».

Эта книга, прежде всего, для людей умных. А умные люди стараются не делать ничего впустую.

Потому что умный человек хочет сохранить свои силы и ресурсы как раз для того, чтобы сделать в этом мире что-то

по-настоящему важное.

А сохранить себя в сфере красоты, творчества и услуг можно только в одном случае – не выгорать, не перерабатывать, грамотно расставлять приоритеты.

И всегда выбирать первым делом *себя*, иначе вас просто растащат по кусочкам.

Растащат и спасибо не скажут. Клиенты быстро забывают все хорошее. Как, впрочем, все мы. Ведь мы все – просто люди.

И здесь пришло самое время поговорить о наших человеческих потребностях!

Люди, за плечами которых многолетний опыт в профессии, как, например, у меня, знают, что в основе всего, что мы делаем, лежат какие-то наши потребности. И часто это не какие-то там «высшие смыслы».

Потребности вполне конкретны. Еще Маслоу их в своей пирамиде изобразил.

Пока у нас не закрыты наши базовые потребности – а это потребности в пище, в одежде, в том, чтобы мы чувствовали себя защищенными, практически не имеет смысла говорить о «высших материях» – искусстве, творчестве, самореализации...

И не стоит прикрывать свои обычные потребности с нижних ярусов пирамиды чем-то высоким. Хочется есть – значит, хочется есть. Вы же не идете вместо хлеба на хлеб смотреть? Например, в ту же картинную галерею?

То же и с нашей «красивой» деятельностью.

Мы зарабатываем этой деятельностью себе «на хлеб» и на удовлетворение своих базовых потребностей, а наши клиенты платят нам не за абстрактную «красоту», а за то, например, «чтобы Вася меня с новой стрижкой полюбил». Это потребность в любви и принятии (причастности и поддержке).

А когда вы говорите какой-нибудь клиентке, что она с новой стрижкой поймет о себе что-то важное в жизни – это абстракция. Кстати, лично я этим до сих пор грешу. Снижает доход.

По жизни я очень часто сталкивалась с «голодными» художниками. И сама когда-то такой была. Я вообще старалась не думать о деньгах – работала на голом энтузиазме, и народ, конечно, толпами ко мне шел!

И шел ко мне не оттого, что я была вся такая как мастер прекрасная (хотя это тоже), а просто людям было со мной очень удобно – я стригла хорошо и дешево. И еще всех во-

круг понимала.

Не забывайте, что вас не всегда любят за ваши лучшие качества. У всех людей всегда и во всем есть какая-то своя выгода. Каждый из нас стремится удовлетворить какую-то свою потребность, даже если приходит просто на стрижку. Если вы очень хорошо удовлетворяете потребности людей, они будут к вам идти. И вот тут важно не делать больше того, за что вам платят. Важно соблюдать баланс «давать – брать».

Клиенты не обязаны думать о том, хорошо вам сейчас или плохо, перерабатываете вы или нет.

Клиенты не будут ценить вас больше только за то, что вы по доброй воле даете им гораздо больше, чем от них получаете! И не будут за это «большее» платить.

Восстановить баланс – это ваша ответственность.

К слову, даже вы, когда «умираете» у своего рабочего места, всегда имеете какой-то свой мотив и свою выгоду. И это, увы, не черный юмор. Так устроена наша психика – в ней ничего не бывает просто так.

Какую выгоду вы имеете от того, что работаете много, а зарабатываете мало? Что это вам дает?

Ответьте. Запишите.

Каких-то там «высоконравственных» людей, которые по-настоящему будут думать о вас, когда вы «умираете», на самом деле очень мало. И это, однозначно, к лучшему: еще не известно, что в итоге для вас полезнее – когда к вам равнодушно, но зато честно относятся, или когда вас бегут спа-

сать, а потом требуют вернуть все сторицей.

Предобморочное

Помню, как я перед очередным новым годом так много работала, что уже к приходу очередной клиентки еле держалась на ногах – у меня было предобморочное состояние. Пока мы выдерживали краску на голове, я сказала ей о том, что не очень хорошо себя чувствую, и присела. (Я и сидеть при клиентах раньше себе не позволяла!). Но вместо какого-то сочувствия, которое я, признаться, от нее ждала, я получила целый рассказ о том, как плохо я сейчас выгляжу. «И что же ты так себя запустила?» – с какой-то даже радостью сказала она. А это была женищина, которая ходила ко мне несколько лет, и которую я считала доброй и внимательной.

В любом случае, вам всегда придется решать все свои проблемы самим – продумывать свою деятельность так, чтобы не доводить себя до обмороков и истощения, а если хотите попросить о помощи – знать, к кому вообще идти. За свое здоровье и самочувствие ответственные только *вы!*

Поэтому рекомендую вам как можно более трезво смотреть на этот мир и не играть в разные и не всегда приятные игры с собой и своими клиентами.

Устали? Отдыхайте! Хотите внимания от клиентов – подумайте, в чем оно должно выражаться, и попросите об этом прямо.

Не нужно считать себя жертвой и причитать: «Неблаго-

дарные клиенты, они меня не ценят!».

Просто возьмите и оцените себя сами. Только честно. Сколько вы стоите?

Вы обмениваете свой опыт и знания на деньги, только и всего.

Пока вы не определили себе цену сами, ее всегда определит за вас кто-то другой.

И практически всегда – не в вашу пользу!

Поэтому не будьте жертвой, с которой всегда что-то случается. Определите, сколько денег вам нужно для жизни? Сколько времени вам нужно на отдых? Сколько внимания вам нужно от каждого конкретного клиента? И в чем оно должно выражаться, если не в деньгах?

И потом подумайте, сколько людей для осуществления всех ваших желаний вам нужно в день принять?

Розовые очки уже трещат, не находите?

Но это к лучшему.

В начале своей практики многие сталкиваются с тем, что им неудобно брать «большие» деньги за свои услуги, а энергии пока так много, что хочется осчастливить весь мир! Но, друзья, «топливо» рано или поздно заканчивается, а материальные проблемы или просто жизнь «копейка в копейку» приводит к тому, что мастер начинает злиться, в том числе на более довольных и «сытых» клиентов.

Люди это чувствуют, и постепенно редет ваш поток. Поэтому, когда какой-то «бессребреник» из сферы услуг гово-

рит мне о том, что ему не хочется денег, но хочется кого-то наставить на путь истинный, направить и просветить, я понимаю, что у него просто пока не очень много денег.

Когда появляются деньги, многие проблемы и заботы, в том числе проблема поиска уважения и внимания, а также проблема сравнения себя с другими просто отходят на второй план.

Поэтому рекомендую сосредоточиться не на «высоких материях», а на самых обычных человеческих задачах: например, на задаче повысить на сколько-то процентов свой доход или на задаче сходить на три новых мероприятия для установления нужных связей и привлечения клиентов.

А что касается личных смыслов, которые вы вкладываете в свое творчество, – вы их все равно туда вложите! Ведь умение считать свои доходы смыслом не мешает!

Более того, ваши финансовые цели придают гораздо больший смысл вашей деятельности. Если не верите – проверьте!

Поэтому перед написанием своей стратегии опускаемся на землю и пытаемся мыслить, исходя из своих истинных жизненных потребностей. Сначала закрываем все насущные потребности, а потом думаем о высоком. Все по пирамиде!

Да и клиенты, как вы уже поняли, тоже приходят к вам, исходя из какой-то своей потребности.

Они приходят к вам не просто за конкретной услугой.

Они приходят, чтобы потом на работе им сказали, что они отлично выглядят, чтобы муж заметил новый маникюр

и красивый цвет волос (а муж, кстати, замечает весьма редко), чтобы коллеги поняли, что перед ними – важный человек. А за всем этим стоит потребность в любви, внимании, в одобрении со стороны социума или потребность в статусе и уважении окружающих.

Поэтому не обольщайтесь, что вы будете закрывать людям какие-то там высшие потребности.

Люди могут говорить вам о том, какие они «прокаченные» в духовном плане, что питаются «праной» и мечтают вообще перестать однажды есть, но на самом деле ими может руководить просто банальная потребность в любви и внимании со стороны окружающих, например.

Если вам говорят о саморазвитии, об искусстве и самоактуализации, то есть о высших потребностях, всегда делите все сказанное на десять. Святые не ходят на маникюр.

Любой человек просто хочет верить в то, что он особенный, и хочет, чтобы вы так его воспринимали.

Кстати, вы можете подыгрывать ему, а можете – нет. У вас нет обязанности играть те роли, которые вам навязывает клиент. Но это я забегаю вперед.

Почему я так подробно пишу о потребностях? Потому что до того, как у вас появится свой собственный план перемен, вам нужно очень четко осознать, что движет конкретно вами и вашими клиентами в вашей практике.

Тогда вам проще будет добиться того, чего вы хотите, и добиться *прямым* путем. Мы часто манипулируем, пытаюсь

добиться своего, и при этом усложняем жизнь себе и другим. А часто самый короткий путь – прямой.

Самый короткий путь – прямой.

Вы можете лучше удовлетворять потребности клиентов, если знаете, о чем на самом деле вам клиент своим поведением говорит.

Когда вам хочется, чтобы клиенты приходили именно к вам и говорили, что вы самый лучший мастер на свете – это в вас говорит ваша потребность в любви, уважении, принятии.

Если вы осознаете, что хотите именно этого, то вы не будете уменьшать ваш средний чек в попытке заслужить чью-то любовь. Потому что это не сработает. Неравноценный обмен. Зная свою потребность, вы сможете удовлетворить ее какими-то другими, менее накладными и более прямыми способами. Например, сможете сами попросить своего постоянного клиента сказать вам, как он вас ценит. Например, написать отзыв. Или вообще пойдете к психологу и будете решать с ним вопрос, почему вам все время нужно получать доказательство любви от других людей. Так вы сможете выбрать более корректные способы для удовлетворения своей потребности.

Надеюсь, я понятно объяснила.

А теперь – глава для новичков в сфере услуг и для тех, кто уже давно в профессии (и задумывается о том, а стоит ли вообще что-то менять?).

Если вы давно или, наоборот, недавно в профессии, имеет ли смысл что-то менять?

Бросить курить очень просто. Я делал это тысячи раз!

Марк Твен

Я знаю, как трудно что-то менять, если вы уже прошли долгий путь, и у вас есть то, что более-менее работает. Например, у вас есть клиенты, привычная схема работы и даже ваш привычный прайс.

Уверена, что вам все равно ваш бизнес не кажется идеальным, но вот внедрить что-то новое бывает по-настоящему сложно.

Сложно поднять цены – это вообще вечная проблема всех мастеров.

Сложно сменить место работы, если оно вас не совсем устраивает.

Сложно сменить место работы, если оно устраивает вас, но не устраивает ваших клиентов.

Наш мозг так устроен, что будет всячески сопротивляться всем переменам, даже если вы знаете, что они – к лучшему.

Привычные действия отнимают у мозга меньше энергии,

так как большинство из них вы совершаете буквально «на автомате».

Как правило, сейчас в своем бизнесе вы совершаете много лишних и не самых эффективных действий, но сами не знаете об этом. А если знаете, то не знаете, что с этим делать.

А даже если знаете, что с этим делать, навряд ли быстро решитесь на новое и преодолеете свой страх.

Именно поэтому без четкого понимания, что вы будете менять, и без плана вы навряд ли приступите к переменам в своем бизнесе.

Между тем, не всегда требуется менять много.

Помните наше правило – нужно делать не многое, а нужное?

Только то, что приносит вам желаемый результат?

Поэтому не стоит думать о том, что вам срочно нужно поменять все (а это очень сложно и вообще невозможно).

Многим мастерам, как правило, сложно объяснить перемены в бизнесе своим клиентам. Тем клиентам, которые ходят к вам уже сто лет, и наверняка разозлятся или обидятся на вас, подними вы, например, цены.

На самом деле, клиенты тут вообще ни при чем.

Все дело в том, что *вы сами* не приняли четкое решение.

Когда вы примете четкое решение изменить тот же прайс и просто последовательно будете внедрять новые цены, не делая скидки и прочую ерунду, то у вас уже не будет пути назад. Вы будете вынуждены идти вперед. И, если преодолеете

непростой переходный этап, начнете жить гораздо лучше!

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.