



# ДЕНЬ ПОДАРКОВ

## ВИКТОРИЯ ПРУДНИКОВА

Эта книга является практическим пособием по ведению бизнеса в сфере предметов декора, интерьера, подарков и флористики. Она откроет Вам все секреты, поможет красиво заработать и сэкономит Вам десятки тысяч долларов!

# Виктория Прудникова

## День подарков

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=19488356](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=19488356)*

*ISBN 9785448303357*

### **Аннотация**

Узнайте о 5 правилах и 7 принципах ведения бизнеса в сфере предметов декора, интерьера, подарков и флористики, а также: как увеличить в разы количество клиентов в Вашем салоне; как заставить работать на Вас каждый квадратный метр; как бесплатно рекламировать себя на центральных каналах ТВ; как за один месяц заработать 3-х, 4-месячную выручку.

# Содержание

От автора	5
Предисловие	8
Моя миссия	11
Обращение	15
Часть I	19
С чего нужно начинать?	25
Конец ознакомительного фрагмента.	31

# День подарков

# Виктория Прудникова

© Виктория Прудникова, 2016

© Александр Цап, иллюстрации, 2016

*Редактор* Юрий Прудников

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## От автора

Не знаю как Вы, но я не встречала в своей жизни человека, который бы не любил подарки или не получал огромное удовольствие от того, что их дарит. Вспомните ощущение, когда Вас одолевают мысли: «Что подарить? Чем удивить? Как порадовать?»

За период своей деятельности для меня стало привычным делить посетителей на две категории. На тех, кто пришел покупать подарок кому-то, но для него это обременительная обязанность, которую необходимо исполнить. И на тех, кто относится к приобретению подарка, как к увлекательному мероприятию. Такие клиенты стараются подарок продумать до мелочей, выбрать нужный, полезный и оригинальный, не скупятся на упаковку и желают эффектно вручить (если Вы предложите варианты, с удовольствием рассмотрят). Такие и себе любят уделить максимум внимания. И если решили приобрести что-то себе в дом, то останавливаются на красивых и солидных изделиях. Ведь это подарок любимому дому!

Мы все родом из детства, и в душе по-прежнему дети. Мы выросли, остепенились, стали грамотными и солидными, но если подарок способен исполнить Вашу мечту, или пусть даже небольшое желание, Вы превратитесь в ту маленькую девочку или мальчика, чье лицо озарит улыбка. По-

дарки нас делают добрее, подарки нас радуют и умиляют, они способны растопить самые холодные сердца. Подарки решают конфликты, улаживают ссоры, превращают дни рождения в незабываемые праздники и помогают признаваться в любви. Им отведена огромная роль в нашей жизни, и не будем умалять их значение. Подарком можно сказать многое без слов.

Какой это замечательный день, когда Вы находитесь в предвкушении подарка! Еще больше Вас переполняют эмоции, когда Вы получили его без особого повода. Нам очень важны эти чувства и ощущения, только они и остаются в памяти. И чем их больше, тем ярче жизнь.

Респект англичанам, которые добавили в суматоху будней дополнительный праздник – День подарков. А сейчас уже в этот день, 26 декабря, принято дарить подарки не только в Великобритании, но и в Австралии, Новой Зеландии, Канаде. Это ведь прекрасно – без дополнительного повода, просто так, сделать человеку приятное. Мы все любим внимание и очень нуждаемся в нем.

Теперь ясно, какая возложена миссия на тех, кто работает в сфере, где «выдают» эти подарки? Это место, где должен царить бесконечный праздник, приветливая атмосфера, хорошее настроение и очаровательные улыбки. В нашем мире, где все охвачено суетой, где безликие будни сменяют друг друга, должен быть просвет. Должен быть свет, который исходит от тех, кто принял решение дарить людям радость,

и на него клиенты будут слетаться, как мотыльки.

Дорогие профессионалы и желающие ими стать! Каждое посещение Вашей торговой точки должно стать незабываемым днем в памяти клиента. Пусть ДЕНЬ ПОДАРКОВ будет особенным днем для того, кто пересекает порог Вашего бизнеса, приоткрывая для Вас дверцу в свое сердце... Постарайтесь остаться там навсегда...

# Предисловие

Вы знаете, как заставить работать максимально эффективно каждый квадратный метр Вашей торговой площади?

Вы знаете, как профессионально разместить продукцию таким образом, чтобы это гарантировало Вам увеличение продаж?

Возможно, Вы только планируете начать бизнес в сфере декора, и пока думаете: С чего начать? Какую предложить продукцию или услугу, в каком количестве? На какую выставку поехать, и ехать ли вообще? Как наилучшим образом можно предложить свои умения и навыки? Как грамотно искать помещение под торговую точку или мастерскую для предоставления услуг? И как грамотно спланировать эту площадь? Каким должно быть оборудование? И что еще необходимо знать для старта бизнеса?

Конечно, вопросов масса, и хотелось бы на все получить ответы. Но желание настолько велико, что иногда не хочется никого слушать, нет желания сильно во что-то вникать, элементарно не хватает терпения. Хочется просто начать и делать, а там разбираться по мере поступления задач. Так-то оно так. Только результат может не соответствовать Вашим ожиданиям.

Моя книга-пособие адресована всем тем, кто хочет как-то проявить себя в сфере, связанной с декором, интерьером,

подарками и флористикой. Не имеет значения, есть у Вас уже бизнес, торговая точка, или нет – у Вас будет возможность увидеть свою деятельность со стороны. Иногда это крайне важно. Я часто встречала специалистов, работающих в данной сфере годами, иногда – десятилетиями, но в силу загруженности, постоянной текучки (я называю это ведение бизнеса в закрытом формате) они не замечали тех изменений, которые уже очень активно происходят на рынке под влиянием извне. Понимаю, рутина затягивает. И вот тогда необходим свежий глоток информации, он необходим как воздух, чтобы взглянуть на привычные вещи иначе.

Мы все умные, талантливые и грамотные. Много знаем, многое умеем, но «зарываясь» в ежедневных заботах, можем забывать применять и использовать свои знания и умения. Мне вспоминаются слова моей коллеги, которая пригласила меня как консультанта в свою торговую точку: «Мы как страусы – засунули головы в песок и не замечаем окружающей действительности». А нужно.

Важно, очень важно совершенствоваться и жить новациями. Хочется Вам этого или не хочется, но мир неумолимо движется вперед. Во всех сферах жизнедеятельности человечества каждый день придумывают все новое, новое, и новое. Сопротивляться этому процессу смешно и глупо. Именно поэтому я считаю: мнение эксперта со стороны (а я себя таковым считаю в силу опыта и временного промежутка в 12 лет), будет очень полезным и конструктивным. Возмож-

но, Вы не воспользуетесь моими рекомендациями, но они дадут Вам возможность задуматься.

Что касается коллег, которые только мечтают себя проявить на данном поприще, желаю ни от чего не отказываться, а всегда выслушивать все точки зрения и доводы, а уж потом их отвергать или использовать. Забегая вперед, скажу: Вы получите ответы на многие вопросы, которые Вас волновали, и даже более.

Основной целью своего экспресс-обучения вижу ознакомление аудитории с основами мерчендайзинга в сфере бизнеса предметов декора, интерьера, подарков и флористики. Это, безусловно, поможет понять, как увеличить количество посетителей, время их пребывания в салоне (магазине, отделе), побудить потенциального клиента купить на большую сумму, увеличить общий уровень продаж в торговой точке и, следовательно, прибыль.

# Моя миссия



Представьте себе – жил человек, работал, имел определенные цели, стремился к чему-то... Но в силу сложившихся обстоятельств (обстоятельства – это совсем другая история) начал понимать, что «не греет», не вдохновляет больше деятельность. Все стало как-то натужно и через силу. Этот человек – Я.

В 2005 году я с огромным желанием, безудержностью, свойственной мне, и напористостью, вдохновленная и решительная, начала заниматься бизнесом предметов декора и интерьера. Мое первое детище – салон в 120 м<sup>2</sup> в самом центре моего родного города Харькова. И так, на одном дыхании, с экспериментами, освоением новых направлений, совершенствованием, прошли незаметно 10 лет. Но 11-й год моей деятельности внес существенные коррективы.

А ведь намекала же Жизнь, были «знаки», но не воспринимались, не было понимания себя. В определенный момент, не вдруг, а как-то постепенно и осознанно я пришла к четкому пониманию, что мое место не здесь. И могла бы значительно больше дать в мир, занимаясь иным. Легче от этого? Скажу откровенно, облегчение пришло не сразу, да полного понимания нет и до сих пор. Когда стоишь на пороге нового и знаешь, что теперь все нужно начинать заново, нелегко.

Ко всему прочему, еще начинает одолевать жалость. Жалко вот так бросить все, чему посвятил приличный кусок жизни, при этом отдавался работе, не филонил, посвящал ей время по максимуму, часто в ущерб себе и семье, и радовался успехам. И все вот так завершить?!

Определенное время я пребывала как на распутье, совершенно не понимая, почему буксую. Решение вроде принято, но что-то не пускает, держит. И вот тогда произошло то пресловутое «вдруг». Вдруг я поняла, что должна «освободиться», освободить свой сосуд, место для заполнения новым. Мои цели отчасти корыстны, я хочу дать, чтобы после получить.

Сейчас уже появилось желание поделиться. Вначале, что свойственно некоторым, я захотела свой опыт и знания продать задорого, тем более, зная мое педантичное отношение к работе, плюс перфекционизм. Я знаю, что во многих вопросах разобралась досконально. Но я посвятила этому мас-

су времени и потратила большое количество средств – как моральных, так и материальных. И теперь предлагаю коллегам, настоящим и будущим, не проходить заново мой путь, чтобы добиться желаемых результатов, а воспользоваться моими знаниями, наработками и опытом. Таково мое решение, и я его приняла.

Для кого-то абсурд, что можно не только выдать всю изнанку бизнеса за 12 лет работы, так еще и «положить на бумагу», вспоминая все нюансы ведения бизнеса, потратив на это два месяца. Но я искренне верю, что мой труд будет полезен, применен на практике, а кому-то раскроет глаза на реалии бизнеса предметов декора, подарков и флористики. А после Вы сами для себя сделаете выбор – Ваше это или нет. Удачи Вам и новых достижений!

P. S. Авторитетно заявляю, что материал, который я даю, не списан откуда-то (переписывать просто неоткуда, пособий по данной теме нет, по крайней мере, я не встречала). Это тщательно собранный и скомпонованный теоретический и практический материал от европейских коллег Франции, Голландии, Бельгии, Великобритании, Америки, и, что очень важно, многократно апробированный.

Я постаралась отобрать самую важную информацию, т. к. на самом деле ее в разы больше. И при этом изложить простым и доступным языком. Наиболее важные идеи обобщила в ПРАВИЛА и ПРИНЦИПЫ для лучшего восприятия. Пожалуйста, пользуйтесь. Всегда проще иметь подсобный ма-

териал и первоисточник, чем проходить все самому, сомневаясь в том, правильно ли это.

# Обращение

Ну что, готовы? Готовы получить информацию, которая, возможно, придется Вам не по вкусу? На старте у меня к Вам вопрос: «У Вас действительно есть большое желание начать бизнес в сфере элементов декора, подарков и флористики? Вы вдохновлены? Вы серьезно настроены и будете этой деятельностью заниматься, несмотря ни на что?». Тогда не читайте эту исповедь человека, посвятившего 12 лет этой деятельности. Я серьезно! Если Вы уже приняли такое решение, не стоит...

Когда-то, лет 20 назад, когда волею судьбы я неожиданно (для себя) стала бухгалтером, жизнь свела меня с прекрасными людьми, моими учителями и наставниками. В тот период они были аудиторами с большим стажем и колоссальным опытом в разных сферах деятельности. Они с большой заботой помогали мне освоить профессию. Мы очень сблизились, я многому научилась. Мы с моим будущим мужем были молоды и верили, что скоро весь мир будет у наших ног. Мы фонтанировали идеями и жили в мечтах о великолепном будущем.

Знакомство со столь опытными аудиторами и профессионалами в финансовой деятельности дало нам возможность бесконечно спрашивать у них о перспективах наших идей и грандиозных планов. По сути, они нас все время отрезвля-

ли. Мы приходили окрыленные и вдохновленные, они раскладывали нам финансовую составляющую, возможные риски и потери, и после наш пыл уже значительно угасал. В одну из таких встреч они нам дали хороший совет: «Ребята, если вы решили что-либо начать и верите в это, если вы воодушевлены и открыты, начинайте! Не нужно к нам приходиться и просчитывать возможность провала. Постарайтесь узнать и собрать побольше информации о том, чем хотите заниматься, получите правдивую информацию, проанализируйте, **НО НЕ СМОТРИТЕ НА НЕЕ НАШИМИ ГЛАЗАМИ!**».

Вот и я хочу найти ту золотую середину. Поделиться с Вами накопленным опытом и знаниями. Кого-то из Вас это отрезвит, он поймет, что это не его, а кому-то это даст ту столь необходимую информацию. **РЕШЕНИЕ** в любом случае **ТОЛЬКО ЗА ВАМИ!**

Для меня написание этого труда – возможность красиво и правильно завершить бизнес. Я посвятила ему ни много ни мало – 12 лет своей жизни. И все, что я делала, я делала с большим желанием и рвением, работающие со мной, думаю, могут подтвердить это. Я стремилась к совершенному результату, возможно, там, где он и не очень требовался. Иногда шла по принципу «вижу цель – не вижу препятствий», окрыленная одними идеями и не особенно вникая в финансовый результат вложенных супер-усилий, не просчитывая потраченное время и материальные затраты, руководствуясь только одним «**ХОЧУ!!!**».

Я совершенно ни о чем не жалею, а бесконечно рада тому, что могу сейчас на бумаге изложить свой опыт, и он будет кому-то очень полезен. В этом я точно уверена. А значит, все было не зря.

Кризис и ситуация, которая сложилась в 2014 году, многих изменила и многое поменяла. Первое время мы, конечно, находились в крайне растрепанном состоянии. Бизнес декора хорош и приятен, когда ты имеешь возможность дарить радость и красоту людям, взамен получаешь от них обратную связь в виде благодарностей. Но нужно четко понимать, что он первым страдает в период всех изменений – и политических, и экономических. Любые, даже незначительные, всплески нестабильности сказываются на нем. Сфера декора, подарков и флористики, где присутствуют товары не первой и даже не второй необходимости, сразу уходят на 25-е место, ведь у потребителя элементарно «нет настроения». Это сфера эмоций и положительного настроения. В этом есть свои плюсы, когда, руководствуясь сиюминутной реакцией, потребитель делает покупку (об этом позже). Но когда у клиента нет желания даже посещать магазины этой сферы, здесь трудно что-либо сделать.

Этот год был крайне тяжелым, но очень продуктивным. Благодаря ему, включились какие-то внутренние резервы, появилось больше силы и уверенности в себе, а главное, я поняла, что мое место не здесь. Я могу принести значительно больше пользы, посвятив себя другому. И в этом мое самое

большое приобретение. Правду говорят, кризис – это новые возможности. А чтобы меня деятельность, связанная с организацией и продажами в сфере элементов декора, подарков и флористики не держала, чтобы отпустила на свободу, я с большой радостью поведаю Вам все, что знаю, все без остатка, а главное – честно! И вряд ли Вы где-то получите больше информации. Никто не будет Вам рассказывать свою «подноготную», делиться успехами, неудачами. Ну не принято это у нас. Сразу оговорюсь, что все ниженаписанное – это моя субъективная точка зрения. Она сложилась вследствие моего опыта и моей интерпретации событий. Делать выводы и принимать решение, воспользоваться или нет всем изложенным, опять же, только Вам. А для меня большая радость – дать в мир свои знания и опыт!



# Часть I

## Мое «великое» начало

Итак, начнем. Я хочу как можно больше Вам рассказать об этом бизнесе: как его грамотно начать, как определить, в каком сегменте Вы будете работать (т. е. какова аудитория, которой Вы будете предлагать продукцию). Как определиться с помещением для работы, как произвести его профессиональное зонирование, как отобрать продукцию, и, главное, – где, с кем и как работать, кого брать себе в команду, как себя рекламировать, где находить клиентов, как высчитывать финансовый результат деятельности и многое-многое другое. Я хочу Вас оградить, прежде всего, от своих ошибок, которые, конечно, таковыми не были, т. к. переросли в громадный опыт. И этим опытом я делюсь!

12 лет назад я вовсе не была исключением. Как многие, приняв решение заниматься суперкрасивым бизнесом в сфере декорирования дома, я и не думала что-либо у кого-либо спрашивать, и тем более – анализировать существующий рынок. Я исходила из своего желания и руководствовалась только своим мнением. Для себя я четко решила, что в бизнес одежды я идти не хочу, реализация украшений тоже не для меня, как и салоны красоты. Поэтому остается сфера украшения домашнего очага. Можно было бы заняться про-

дажей кухню или мебели, что более функционально и востребовано, но какое там! Я принимала решение из расчета «нравится или не нравится».

Поездка в Париж на лучшую выставку декора в мире развеяла мои сомнения, я выбрала лучшую торговую марку, вернее, бренд SIA, т. к. он был уже достаточно известен на рынке. Направление под названием HOME FASHION, что буквально означает «одежда для дома», представлялось мне очень перспективным. На территории своего родного города Харькова я стала эксклюзивным представителем бренда SIA. На тот момент он оправдал все мои ожидания, я не ошиблась и ни разу не пожалела о том, что начала именно с него.

Это был несомненный лидер на рынке уже несколько десятилетий. В Париже на выставке эта торговая марка презентовала свою продукцию огромным стендом ориентировочно в 500 м<sup>2</sup> и на красной линии, т. е. в первом ряду. С огромным потенциалом в 3000 наименований единиц продукции, с великолепной подачей и профессиональной выкладкой продукции, замечательными инсталляциями и мизансценами, им не было равных. При этом ценовая политика была достаточно демократичной. Единственное, что меня смущало, – это то, что у них уже были дилеры в Украине, и все заказы должны были идти через киевское представительство. Мне это, конечно, не очень понравилось, но вариантов не было. Я даже заручилась рекомендациями экспертов.

Уже не помню как, но познакомилась на этом поприще с представителем французского бренда текстиля YVES DELORME Славой Зайцевым. Он работал во французской компании уже 10 лет и был неизменным представителем бренда на территории России, Украины и Казахстана. Я в буквальном смысле «напала» на него и не отстала, пока он не уделил мне время, за что ему огромное спасибо. Мы с ним в течение нескольких часов обходили выставку, он комментировал каждый стенд. Другим способом, по-видимому, от меня невозможно было отвязаться. Я засыпала его вопросами.

«Ну что? Ты же сама видишь, что ничего лучше SIA нет?» – сказал он, когда мы прошли два первых ряда выставки. Дальше идти не было смысла, лидеры на переднем плане. Это окончательно развеяло все мои сомнения, и я вцепилась в SIA мертвой хваткой. Я хотела получать продукцию непосредственно из Франции, не хотела слышать ни о каких дилерах. Хотела красивый бизнес. Иметь шикарный магазин в центре города, ежегодно посещать выставку в самом красивом городе мира, получать отзывы восхищения и благодарности от клиентов. «Что может быть лучше?» – думала я тогда.

В 2006 году, в конце июня, я открыла свой первый салон декора в Харькове. Да, я получила вымученный заказ непосредственно из Франции, как и хотела. Стенд SIA я брала штурмом два дня, уговаривая их продать мне продукцию,

на третий они сдались. Да, есть во мне такое качество – неотступность. Кстати, очень нужное, если Вы решили заняться бизнесом.

Я не могла дождаться своего первого заказа. Встречала его в три часа утра перед магазином. Мне на тот момент не хватило опыта даже поставить задачу перевозчику, чтобы он привез мне заказ не тогда, когда ему нужно, а когда мне удобно его принять, оплачиваю-то я. Ящики я носила тоже вместе с грузчиками, очень боялась, что они что-нибудь повредят или разобьют. Я все получила, как-то, как могла на тот момент, расставила по залу. И... поняла, что продукция критически мало. Она распределилась на торговой площади, и как-то потерялась. Магазин казался пустым. Осознав это, мне пришлось «наводить мосты» с дилерами в Киеве, поскольку другим способом в кратчайшие сроки получить товар не представлялось возможным. Они покритиковали меня, но продукцию дали. Собственно, это их заработок, т. к. в любом случае дилер имеет вознаграждение, покупая оптом дешевле, а продавая клиенту дороже. Так начался мой путь в бизнес предметов декора, интерьера, подарков и флористики.

В то время я еще понятия не имела, насколько важны многие моменты в бизнесе. Моя первая выручка была около 5 000 грн, что соответствовало тогда 1 000 долл. США. И я даже не знала, хорошо это или плохо. И вообще, каким должен быть оборот денежных средств в месяц. Мое внима-

ние было сосредоточено на том, как достойно открыть салон декора, организовать фуршет, развлекательную программу. Я решила этим удивлять публику. Даже не сомневайтесь, на Ваше приглашение придут многие, чтобы расслабиться, выпить и закусить, но вот продажи от этого вряд ли существенно вырастут. Удивлять нужно продукцией или услугой.

Любой предприниматель, желающий начать бизнес, должен на старте понимать, что это не игра, не развлечение и не хобби. Цель любого бизнеса – это финансовый результат.

Иногда женщины, руководствуясь лишь эмоциями, забывают об этом. А любящие мужчины, пребывающие неважно в каком статусе для них, не могут донести информацию грамотно, и во избежание разногласий соглашаются на «сырые» проекты и не совсем ясные перспективы будущего.

Конечно, я не была исключением, именно поэтому и описываю, прежде всего, свою ситуацию – «в назидание потомкам». Поверьте, неполучение дохода и прибыли от действующего бизнеса в любом случае очень негативно сказывается в первую очередь на Вас. Вы не видите реалий жизни, кроме того – не ощущаете ценности своей деятельности. Это как пребывание в иллюзии. Отсюда следует очень важное правило.

**ПРАВИЛО №1. ВЫ ДОЛЖНЫ ЧЕТКО ПОНИМАТЬ, ЧЕМ ВЫ БУДЕТЕ ЗАНИМАТЬСЯ, ЧТО КОНКРЕТНО ХОТИТЕ ПРЕДЛОЖИТЬ РЫНКУ** (какой то-

вар или услугу) **И НА КАКУЮ ПРИБЫЛЬ РАССЧИТЫВАЕТЕ. А не руководствоваться лишь тем, что «мне нравится это».** Возможно, «это» уже есть на рынке или не столь актуально.

Если Вам это правило не нравится, тогда просто развлекайтесь и не забивайте себе голову ненужной «ерундой» про какие-то дебет, кредиты и рентабельность в конце месяца. Мое послание все-таки для тех, кто хочет «заморачиваться» и продвигаться в направлении постановки своего бизнес-проекта, желая сделать все правильно и с прибылью.

## С чего нужно начинать?

Первые шаги тех желающих, которые приняли решение начать бизнес в сфере прекрасного (назовем нашу деятельность так), *не изучив его*, объединяет одно – неграмотность. И моя история складывалась именно так, как у большинства.

Конечно, очень правильным является первый шаг, когда Вы определяетесь, допустим, с продукцией, которую хотите реализовывать, или услугой, которую хотите предложить рынку. Вначале я четко себе не представляла, каким товаром будет наполнен мой магазин, определилась только с нишей – товары для дома. А после начала рассуждать «от противного», т. е. исключила те виды продукции, которыми я заниматься точно не желала, к примеру, крупногабаритная мебель, кровати, шкафы. Потом случайно услышала от кого-то фразу, что в нашем городе продажей мебели только ленивый не занимается. Это высказывание окончательно отбило охоту вникать в этот бизнес. Правильно это или нет, не скажу, но я знаю себя. Когда уже приняла решение, переубедить меня сложно.

На что еще хочу обратить внимание и привести неутешительную статистику. Загорались многие. И своих сотрудников я произвольно воодушевила на этот бизнес. Поначалу я злилась на них, так как многие уходили, прихватив с собой все наработки и базу клиентов, совершенно не осознавая,

что это воровство. Потом я поняла, что это мне плюс. Я настолько верила и «горела» тем, что делаю, что это невольно передавалось и другим. Но на голом энтузиазме долго не продержишься.

Поэтому я Вас призываю определиться на старте. И в первую очередь, ответить себе на вопрос: «ЧЕМ ИМЕННО ВЫ ХОТИТЕ ЗАНИМАТЬСЯ?». Это Вам поможет правильно найти свою нишу.

К примеру, Вы всегда мечтали что-то создавать. Вам нравится творить своими руками. Пусть это будут самостоятельные изделия или креативные композиции из цветов, возможно, текстильная продукция и т. п. Или Вы себя представляли той (или тем), кто придумывает и реализует незабываемые идеи свадеб. Возможно, Вы хотели иметь статусный салон декора. Вы же понимаете, что это совершенно разные направления, требующие совершенно разных подходов. Что чаще всего наблюдала я? Например, человек, который создал свое творение, пытается его реализовать. Но он не умеет этого делать и не хочет, но вынужден. Зачастую эти вещи несовместимы. Как правило, тот, кто создает, не умеет продавать. Продавцы – это совсем другие люди. Они умеют найти подход к клиенту, им нравится общаться, они все делают легко.

Когда наблюдаешь за творческими людьми, которые вынуждены реализовывать продукцию, их становится жалко. Кроме всего прочего, страдает их Дух. Поверьте, через вре-

мя они уже не смогут создавать шедевры. Все их усилия, весь потенциал и энтузиазм должны быть направлены на новые идеи и их воплощение, тогда будет результат. Идеальное сочетание – это тандем творческого человека и его промоутера. Когда они общаются, реализующий передает обратную связь от клиента, а творящий вносит коррективы в свое творчество. Из этого следует еще одно правило.

**ПРАВИЛО №2. БУДЬТЕ НА СВОЕМ МЕСТЕ и ДЕЛАЙТЕ ТОЛЬКО ТО, ЧТО У ВАС ПОЛУЧАЕТСЯ НАИЛУЧШИМ ОБРАЗОМ или ЧЕГО ВЫ СТРАСТНО ЖЕЛАЕТЕ!**

Вот тогда Вы обречены на успех. Не ломайте себя, не стоит. Прогрессируйте и совершенствуйтесь в той деятельности, где находится Ваше сердце, тогда вы достигнете вершин.



Я этого долго не могла понять. И хваталась за все. Я думала, что должна быть специалистом во всех направлениях. Отчасти в этом есть резон. Став владельцем магазина, ты обязан разбираться, пусть поверхностно, во многих аспектах. Должны быть знания основ юридической и бухгалтерской деятельности, нужно уметь организовать работу наемных сотрудников, знать основы логистики, конечно, разбираться в товарном ассортименте торговой точки, уметь анализировать продажи, рассчитывать рентабельность и многое-многое другое. Или второй вариант – найти управляющего Вашим бизнесом. И поставить ему четкую задачу: мой бизнес должен приносить мне такой-то доход ежемесячно.

А теперь ВНИМАНИЕ! Готовы ли Вы услышать это? Любой директор (управляющий) салоном, магазином, торговой точкой, по сути, менеджер. Это человек, который может идеально организовать работу бизнеса, нанимать сотрудников, общаться с контролирующими органами, докладывать Вам обстановку относительно финансового состояния Вашей деятельности. И суметь этого организовать таким образом, чтобы Ваша деятельность была прибыльной. И если вы не собираетесь овладеть необходимой квалификацией менеджера, Вам нужно найти такого и нанять на работу. Иначе придется всю эту рутину делать самостоятельно. Но Вы же не этого хотели, Вы же хотели творить...

Вот где чаще кроется проблема. Основная масса желаю-

щих начать бизнес, связанный с предметами декора, декорированием, реализацией подарков и флористики, а также другими смежными направлениями, мало себе представляют, как это работает на самом деле. Вспомнился мне пример из жизни. Когда-то я пришла к своему парикмахеру, специалисту с 20-летним стажем, и задала ей вопрос: «Почему Вы, такой опытный специалист, не открываете свой салон?». Ответ был прост: «Я же тогда не буду заниматься именно парикмахерскими услугами». Верно. Она наработала себе клиентуру, которая ее кормит, и если она взвалит на себя все обязанности по работе салона, естественно, она потеряет половину клиентов, т. к. не будет успевать удовлетворить их пожелания. А именно это она любит больше всего.

Подумайте над этим. Чего Вы на самом деле хотите? Если Вы по жизни человек организованный, с креативной жилкой, легко вступающий в диалог, жаждущий новых знаний, коммуникабельный и желающий реализовать себя, умеющий считать, для Вас салон-магазин – то, что нужно. Для решения текущих вопросов Вам просто необходим администратор или помощник. Но если Вы творческая натура, которая не представляет себя в роли продавца или менеджера, Вам нужно планировать все совсем иначе.

*Всем творческим людям, умеющим делать что-либо руками, я бы порекомендовала не сосредотачиваться на том, как открыть свою точку продаж. Это требует совершенно других усилий и иного подхода. Нужно продолжать тво-*

*ритель и создавать, но при этом найти уже существующие точки реализации. Заключить необходимые соглашения, договориться на взаимовыгодных условиях реализации, провести ликбез с продавцами о Вашей продукции (важная составляющая!) и ждать. Через время у Вас будет результат.*

Варианты полученных результатов могут быть таковы:

Самый обнадеживающий – если Ваша продукция пришлась по вкусу покупателю, хорошо продается, тогда точки продажи сами начнут Вам названивать и просить еще.

Реализация есть, но она очень мала. Возможно, Вы нашли точки продажи, где «не обитает» Ваш клиент, возможно, малый ассортимент, он не привлекает внимания среди разнообразия продукции. Может, прошло еще мало времени. Обычно существует понятие привыкания к товару, необходимо выждать пару месяцев.

# 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.