

Вступ

Чому важливо бути першим

Можливо, комусь ідея «перший або останній» здасться несправедливою або нерозумною, можливо, з нею буде непросто погодитися, і тим не менш в реальному світі важливо лише перше місце, хоч би якими були ваша кар'єра чи ваша справа. Якщо ви на першому місці, вам не страшна ніяка негода, ви будете привертати більше уваги і конкуренти будуть гнатися за вами — а не навпаки. Давайте поглянемо правді в обличчя: якщо не йти на жодні поступки, якщо не знижувати планку, то, звичайно ж, ви віддасте перевагу першому місцю перед всім іншими, чи не так? Якщо є вибір між першим і будь-яким іншим місцем, то всі ми знаємо, що краще.

При деяких політичних режимах і в деяких культурах людей нагороджують лише за те, що вони в чомусь брали участь, і не звертають уваги на їхні зусилля, здібності та навіть на рахунок у грі. Але в світі бізнесу в кінцевому підсумку є тільки одне місце, яке варто займати, і саме воно приносить найбажаніші медалі і нагороди — перше місце, звичайно ж. Якщо не ви ведете свій сектор ринку, то ви піддаєте себе небезпеці. Коли економіка процвітає, коли великий попит і достаток клієнтів, то у компанії-лідера кількість покупців буде постійно зростати і вона буде продовжувати розширюватися і ставати все більш впливовою — в той же час більш слабким гравцям

доведеться десь знаходити видобуток, але його буде все менше, а врятує їх тільки те, що на ринку достаток. Потім, коли добрі часи змінюються на гірші, найкраща компанія користується тим, що саме вона на першому місці, і відхоплює частку ринку у всіх конкурентів, у той час як вони розплачуються за те, що не є першими.

Тлумачний словник Єфремової говорить нам, що слово «перший» означає «найбільш ранній» або ж «найзначніший, першість або головний». Бути на ринку раніше за всіх не так важливо, як бути першим у своїй категорії; для того, щоб покупці думали в першу чергу саме про вас, не обов'язково, щоб саме ви познайомили людей з певним товаром. Ваше місце і значимість набагато важливіші в даному випадку, ніж те, коли ви з'явилися на ринку. Також є величезна різниця між тим, щоб бути на першому місці в пошуку на Гуглі або на третьому. Візьмемо приклад двох компаній з виробництва електроніки: Intel, яка на першому місці в пошуковій системі, і Advanced Micro, яка на другому. За час свого існування до грудня 2009 року компанія Intel заробила в загальній сумі 32,7 мільярда доларів, і в обороті в неї на той момент було 13 мільярдів, а компанія Advanced Micro заробила 4,92 мільярда, і у неї в обороті було 2,5 мільярда. А тепер порівняйте кандидатів у президенти США 2008 року: Барака Обаму і Джона Маккейна. Їх розділяли лише кілька балів, але тільки один з них увійшов в історію. Дивіться, Барак був не першим на політичному «ринку» — взагалі-то він з'явився на тридцять років пізніше свого суперника, і досвіду у нього було набагато менше. І тим не менше він не просто зайняв перше місце на виборах, але заодно зайняв посаду, якій немає в світі рівних по владі та могутності.

Так вистачить уже йти на поступки, вистачить бути «розсудливим». Пора в бій — боріться кожен день і кожную секунду за перше місце в своїй сфері. Коли на ринку все прекрасно, варто бути на самому верху, а коли не все так вдало, потрібно відрізати у суперників їхню ринкову частку.

Перипетії в економіці

Бізнесмени, продавці, керівники, підприємці та директори бояться економічних спадів, що й зрозуміло. Вони вважають (і правильно), що, коли економіка сильно скорочується, клієнти та покупці притримують і обмежують проекти, знижують витрати і, що найгірше, поступаються якістю в пошуках найбільш недорогих постачальників і продавців. Стає важче знаходити фінансування, укладати угоди і вірно прогнозувати майбутнє, в той час як ці прогнози впливають на планування у всій компанії. Людей наповнюють сумніви і невпевненість, і це заважає їм приймати рішення. Буває, що при таких важливих змінах і в такі переломні часи потрібно перекроїти і свої навички — особливо після тривалого підйому економіки. Часто трапляється, що ланка керівників компанії, команда продавців або самі співробітники не готові до нових економічних поворотів і не «оснащені» як слід для змін.

Досить легко помітити, коли у людей у період тривалого підйому економіки страждає мотивація та деякі навички «іржавіють». Це дуже нагадує ситуацію, в якій професійний боксер або борець легко виграє низку матчів і втрачає свою іскру, свою перевагу, свою силу — і навіть іноді втрачає ази бою на додачу. Найчастіше люди починають залежати від достатку можливостей, від легкодоступних і «дешевих» кредитів (з низьким відсотком), та й взагалі у них виробляється непрактичний настрій, якщо справи йдуть

добре і дме попутний вітер. Але потім хід справ на ринку змінюється і доводиться затягнути ремені — ось тоді вітер вже не попутний, а дме вам прямо в обличчя. У важкий час кожне слабе місце в компанії дуже сильно роздувається і стає помітнішим. Помилки починають обходитися дорожче, важлива кожна угода і кожна операція, і невдача стає більш вірогідною для тих людей і тих компаній, яким не вдається перебувати разом з економікою.

Коли я почав писати цю книгу, світ наближався до найбільш серйозного економічного спаду з часів Великої депресії. У подібні часи економічних перипетій людей негайно ж охоплюють страх, замішання, збентеження, почуття пригніченості, злість і безнадія, бо вони не знають, що робити, і не впевнені в тому, чи можна ще що-небудь зробити. Саме в такі часи людина раптом розуміє, що його компанія, дохід і майбутнє в небезпеці. Здається, ніби світ б'є на сполох і кричить нам: «Прокинься! Ти в небезпеці! Ти взагалі можеш зникнути!»

По правді кажучи, якщо ви не перший у своїй сфері, то ви ризикуєте і перебуваєте під загрозою. Не так вже й важливо, на якому ви місці в «забігу», — якщо ви не перший, то вам доведеться туго. Саме в таку пору ми розуміємо, наскільки ж небезпечно бути прив'язаним до економіки і залежати від неї. Насправді ж варто бути на такій висоті та таким сильним у своїй області, що ви зможете скористатися будь-якою ситуацією собі на користь.

Це книга про те, як наблизитися до своїх кар'єрних цілей, як підійти ближче до того, щоб виконати свою професійну місію, і про те, як не тільки завоювати ринок, але і продовжувати на ньому панувати. Яким би не був ваш товар, якою б не була послуга або ідея і як би не кульгала економіка,

все одно ви можете бути першим, і до цього завжди і потрібно прагнути. У своїй компанії, у своїй кар'єрі потрібно зайняти ту посаду і досягти такої висоти, де вам вже не страшні будуть економічні спади; пора думати про те, щоб створити свою власну фінансову структуру. Я не хочу, щоб ви коли-небудь мирилися з тим, щоб просто зводити кінці з кінцями або щоб вам довелося турбуватися про ваш грошовий стан. Як на мене, так до біса цю економіку! Я завжди вибираю такий шлях: рости, завойовувати і процвітати, і я зроблю все, що в моїх силах, щоб бути першим. Ця книга навчить вас, що саме потрібно робити, щоб бути успішним, і як по праву посісти перше місце — положення могутності. Ви точно дізнаєтеся, які дії потрібно виконати, щоб просувати себе, свою компанію та свої ідеї і при цьому завжди виходити з гри переможцем.

Від простих часів — до складних

Коли в економіці настають зміни і коли на зміну часам, повним надії та радості (а саме — розширення), приходять важкі та сірі роки (занепад економіки), люди реагують по-різному. Ці реакції чимось схожі на ті, що трапляються з нами, коли ми втрачаємо коханих людей. Спершу ми не хочемо вірити в те, що сталося, потім ми сердимося, обурюємося, а хтось із нас впадає в апатію перед тим, як прийти в себе врешті-решт. Ті, хто процвітають, у той час як економіка не на жарт скорочується, знаходять у таких труднощах натхнення; для них такі часи — це поштовх до нових рішень і привід творчо підійти до справи.

Запевняю вас, що економічна ситуація не безнадійна, не варто вішати носа; існують точні кроки, які незмінно

приведуть вас до перемоги! Для тих, хто хоче грати на новому рівні, хто хоче «налаштувати свій настрій» і підняти рівень відповідальності, це як раз чудова нагода. Протягом останніх двадцяти п'яти років я жив місією — допомагати тим людям, які прагнуть до самовдосконалення і покращень, і допомагати їм успішно. Найбільш захоплююче в моїй роботі — співпрацювати з неабиякими підприємцями, які хочуть бути першими і головувати на ринку.

Я багато чому навчився у роботі з цими клієнтами і сам пройшов через пригоди і негаразди. Ці уроки і описані в книзі з метою показати вам, що ж необхідно буде робити, щоб домогтися успіху — що б не відбувалося з економікою. Я поясню вам, як розширюватися, незважаючи на труднощі, як долати перешкоди і навіть використовувати їх, щоб досягти свого ідеального рівня. У книзі ви прочитаєте про прості, практичні та конкретно описані дії, які допоможуть процвітати і вам, і вашій компанії; також ви дізнаєтеся, що саме потрібно робити, щоб відібрати у конкурентів частку ринку. Вам стане ясно, які конкретні дії потрібні щодня, щоб панувати на ринку і домогтися такого успіху, щоб жоден економічний спад, жодне падіння цін або попиту не пошкодили вам. Ваш успіх чи ваша невдача вже не залежатимуть від оточуючих вас економічних обставин. Вивчивши цю книгу, ви зможете скористатися скороченням економіки і відняти ринкову частку у менш успішних, не настільки ошчасливлених прибутком конкурентів; ви дізнаєтеся, як скористатися спадом, щоб створити для себе, своєї компанії, своєї родини такі фінанси, до яких ви прагнете, — незалежно від стану місцевої, національної або світової економіки. Насправді, в період спадів і скорочень є свої суттєві переваги, і коли ви навчитеся користуватися

Зміст

Вступ	3
Чому важливо бути першим.....	3
Від простих часів — до складних.....	7
Слово про книги.....	9
І нудно, і сумно?.. – Розширитися потрібно!	11
Глава 1 Чотири відгуки на спади в економіці	14
Відгук «ура, ура!».....	15
Відгук старовіра.....	19
Відгук невдахи	23
Відгук «в атаку, за перемогу!».....	24
Як вижити під час рецесії.....	27
Глава 2. Група підтримки: запуск.....	34
Дзвінок другу	38
Глава 3. Колишні клієнти: перезапуск	42
Глава 4. Заклик до перемоги і найкраща атака	52
Глава 5. Повертаємо в «віру» тих, хто не купив	61
Глава 6. Таблиця примноження клієнтів.....	72
Глава 7. Обслуговування «на ура»	80
Глава 8. Чи важлива ціна?.....	86
Глава 9. Вторинні продажі = більше прибутку	91
Глава 10. Унікальність вашого товару	95
Глава 11. Голодний як вовк.....	100

Глава 12. Розширимо коло клієнтів.....	106
Глава 13. Ефективний маркетинг.....	110
Глава 14. Нова презентація — більше прибутку.....	117
Глава 15. Розклад героя: як нападати і перемагати.....	125
Глава 16. Ваш настрій: в атаку, за перемогу!.....	137
Глава 17. Ваш план фінансової свободи.....	148
Глава 18. Найважливіша зброя для нападу та перемоги.....	155
Глава 19. Нерозсудливість.....	167
Висновок.....	174
Як забезпечити собі місце на ринку.....	174
Післямова.....	178
Глосарій.....	181