

# Терри Дин

## **Ваша увлеченность и Ваши заработки - Часть 3**

Итак, задания, которые я давал Вам в предыдущей и в первой части данной статьи, успешно выполнены, и мы можем двигаться дальше, верно?

Чудесно! Этим и займемся.

Как известно, в кругах тренеров успеха и преподавателей предпринимательских наук популярна поговорка: «Делай то, что тебе больше всего нравится – и деньги сами потекут к тебе рекой». Я с огромным удовольствием присоединился бы к сторонникам и проповедникам этой бизнес-мудрости, но к моему глубочайшему сожалению не могу этого сделать.

Ибо эта поговорка, конечно же, правдива... но, увы, далеко не на сто процентов.

Что я имею в виду? Одну простую вещь – когда Вы создаете собственный бизнес на базе своего хобби или увлечения, имейте в виду – Ваше хобби станет хребтом Вашего бизнеса, основной его частью...

Понимаете?

Частью Вашего бизнеса, но не его целым.

Поэтому, даже если Вы в совершенстве умеете делать то, чем увлекаетесь – автоматического успеха в бизнесе это Вам не гарантирует.

Мне очень жаль, но это правда.

И Вам следует об этом знать.

А поскольку Ваше хобби – это лишь часть Вашего бизнеса, существуют и другие части, из которых он состоит. А эти *другие* части, в отличие от Вашего хобби, могут быть для Вас вовсе не так приятны в исполнении. Но реалии жизни таковы: чтобы успешно создать, развить и поддерживать Ваш бизнес, Вам придется ими заниматься – если только Вы не станете делегировать их выполнение другим людям.

И чтобы Ваш бизнес появился на свет и стал успешным, Вам придется найти оптимальный баланс между всеми его сторонами – как теми, которые Вас увлекают, так и теми, с наличием и исполнением которых Вам приходится мириться (повторюсь – как правило, поначалу, потом Вы сможете делегировать то, что Вам не по душе, наемным сотрудникам). Дело это достаточно нелегкое, но интересное и от удачности его разрешения зависит весь Ваш будущий успех.

Для нахождения оптимального баланса я советую Вам дать честные, искренние и обдуманые ответы на перечисленные далее вопросы:

- соответствует ли Ваше предпринимательское начинание типу Вашей предпринимательской личности?
- интересует ли Вас тема, вокруг которой будет сформирован Ваш коммерческий проект и увлекает ли она Вас до самозабвения?
- можете ли Вы дать миру что-то уникальное в данной сфере?
- зарабатывает ли кто-нибудь в данной сфере деньги на сегодняшний момент?

Как следует обдумайте все эти вопросы и ответы на них – еще раз подчеркну, ответы должны быть искренними, взвешенными и обдуманными – здесь именно тот случай, когда сиюминутность катастрофически вредна. Необдуманные ответы, выданные споряча, под влиянием эмоций, Ваших домыслов и того, что Вам «показалось», погубят все Ваше начинание в самом зародыше!

Поэтому потрудитесь поработать над этими ответами максимально вдумчиво, усидчиво и добросовестно. От этого очень многое зависит.

Итак, были озвучены четыре вопроса. И Вы, выполнив практическое задание, дали ответы на каждый из них. Теперь давайте интерпретировать эти ответы.

Если Вы на каждый из вопросов ответили утвердительно (то есть, дали положительный ответ на все четыре вопроса) – значит, баланс между всеми гранями Вашего бизнеса будет обеспечен. Если же хотя бы на один из этих вопросов Вы не можете, положив руку на сердце и честно ответить «да», если хотя бы на один из вопросов Вы дали отрицательный ответ – балансу между нужными гранями не бывать.

Приведу пример для наглядности изложения.

Допустим, Вы очень любите рисовать и считаете себя «неплохим художником». Но при этом на самом деле у Вас нет ровным счетом никакого таланта в этом деле, и все Ваши рисунки никому кроме Вас не по душе, в том числе и тем, кто хорошо разбирается в живописи и рисовании. Можно, конечно, долго дискутировать на тему о том, что подобные оценки сугубо субъективны, но давайте в качестве мерил использовать продаваемость Ваших работ – ведь мы говорим о бизнесе и коммерческом продукте, не забыли?

В этом случае несмотря на то, что Вы занимаетесь любимым делом (рисуете), вряд ли возможно обрести серьезный коммерческий успех, занимаясь рисованием, ибо Вы не даете миру ничего ценного в данной сфере (потому что у Вас нет никакого таланта и созданные Вами картины абсолютно ничего собой не представляют и никто не хочет их покупать).

Понимаете, о чем я?

В данной ситуации отсутствует необходимый баланс между всеми требуемыми составляющими успешного предпринимательского проекта. Нарушено очень важное условие – обеспечение миру ценности в выбранной Вами сфере – и соответственно ничего хорошего из такого начинания не выйдет.

Соответственно, бизнес-мудрость под названием «делай то, что любишь делать – и деньги поплывут к тебе сами» в данном случае справедливой не будет. Баланс жизненно необходим для обеспечения успешности любого подобного проекта.

Теперь давайте продолжим рассмотрение данного примера.

Итак, Вы любите рисовать (хотя и совершенно не умеете), но, допустим, терпеть не можете заниматься маркетинговой работой и работой по раскрутке. Но маркетинг и раскрутка – необходимые компоненты любого успешного бизнеса и, нравится Вам это или нет, хотите ли Вы этого или нет, но маркетингом и раскруткой заниматься придется.

Понимаете, к чему я?

Посмотрим в лицо очевидным фактам: чтобы обрести коммерческий успех и зарабатывать нужные и желаемые деньги, Вам придется заниматься не только тем, чем Вы любите заниматься, но и некоторыми из тех вещей, которые Вы, весьма вероятно, терпеть не можете. Некоторые из подобных направлений работы могут быть делегированы с самого начала существования Вашего проекта (например, работа по созданию сайта, по написанию продающего текста, бухгалтерская работа и пр.). Но самые важные направления – такие как маркетинг и раскрутка Вашего онлайн-бизнеса – потребуют Вашего личного участия, по крайней мере на первых порах, пока Ваше начинание не окрепнет и не встанет на твердые ноги.

Еще раз повторяю – Ваше хобби (увлечение) – это часть Вашего бизнеса, а не весь Ваш бизнес. Непонимание этого очевидного факта губит огромное количество великолепных задумок. Даже в том случае, когда, казалось бы, все условия описываемого баланса соблюдены.

Еще один пример – допустим, прекрасный фотограф устал работать на кого-то постороннего и решил открыть собственный бизнес в любимой и обожаемой им сфере – фотографии. Он – потрясающий специалист в данной области, соответственно, у него просто не может не получиться великолепный коммерческий проект, не правда ли?

Как говорил дядюшка Мокус – увы, неправда.

Потому что для создания успешного бизнеса в данном случае совершенно не достаточно быть отличным фотографом. Ведь бизнес необходимо администрировать, нужно вести бухгалтерский учет, заключать соглашения с партнерами, вести переговоры, создавать свой сайт, заниматься его раскруткой и пр. – аспектов много. Пропустите хотя бы один из них – и никакого успеха нашему фотографу не видать как своих ушей.

Ибо искусство фотографии – это часть данного бизнеса, часть очень важная, но не единственная. Улавливаете мою мысль?

Как видите, недостаточно иметь хобби и хорошо в нем разбираться, чтобы создать успешный и прибыльный бизнес. Масса профессионалов в той или иной сфере, затевающих в ней свое предпринимательское начинание, из-за непонимания (а порой и открытого игнорирования) этой непреложной прописной истины обрекают себя на неудачу по вполне понятным причинам.

Мне бы очень не хотелось, чтобы подобное случилось с Вами – именно поэтому я и написал для Вас этот цикл статей про Ваши увлечения и Ваши заработки.

Еще раз подчеркну – когда Ваш проект основывается на Вашем любимом занятии – Вы справитесь с любыми проблемами и сметете с пути любые препятствия – это лишь вопрос времени и Вашей настойчивости. Но если же Вы решите заниматься чем-то только для того, чтобы получать за это деньги –

все направления Вашей работы в конечном итоге окажутся ненавистными, и Вы очень быстро выйдете из игры, даже не начав играть по-крупному.

Надеюсь, Вы твердо это усвоили.

Что ж, давайте двигаться дальше. С увлеченностью мы разобрались, теперь давайте перейдем непосредственно к вопросу о прибыльности.

Я никогда не был первопроходцем на том или ином онлайн-рынке. Я никогда не искал «свободных и пустующих» ниш онлайн-рынка (сулящих, по мнению абсолютного большинства «специалистов» баснословные прибыли для первооткрывателей), и категорически не советую Вам этим заниматься.

И на это есть масса веских причин, главная из которых состоит в том, что сегодня – не те дни, когда абсолютное большинство ниш в онлайн-до сих пор не заняты (в чем нас пытаются уверить «авторитетные спецы», точнее, те, кто сами себя таковыми называют).

Что я имею в виду?

На самом деле совершенно элементарную вещь.

В свое время я сам млеял от удовольствия, когда при исследовании спроса на задуманный мной информационный товар, наткнулся на сегмент онлайн-информационного рынка, в котором не было совершенно никакой конкуренции. Совершенно никакой. Ни контекстных рекламных объявлений. Ни продающихся товаров, похожих на те, которые я задумывал.

Ничего.

Рынок, казалось бы, был открыт и свободен – занимай нишу, завоевывай клиентов и обеспечивай огромное количество продаж собственных товаров – благо, нет никаких конкурентов, никто не мешает и не отбирает покупателей и прибыли.

Но, будучи бизнесменом-практиком, я быстро понял, что к чему.

Я выяснил, что существует одна очень веская причина отсутствия какой бы то ни было конкуренции в той или иной онлайн-информационной нише, и эта причина заключается вовсе не в том, что Вы один такой умный и идея подобного проекта в такой нише кроме Вас никому не приходила в голову.

На самом же деле ситуация намного проще.

Если в той или иной нише онлайн-рынка сегодня ничего не продается и не покупается – это, как правило, означает лишь тот факт, что пользователи, составляющие предположительную целевую аудиторию, не станут ничего покупать. Они не будут подписываться на рассылки, а если и подпишутся – не станут их читать.

Соответственно, любая попытка организации и ведения коммерческой деятельности на таком рынке, будет представлять собой пустую трату времени, сил и денег. Именно по этой причине в такой нише никто не работает и не пытается составить Вам конкуренцию. Именно по этой причине.

Ни по какой другой! Поверьте моему опыту.

Именно поэтому я постоянно твержу, твердил и буду твердить, что прежде чем разрабатывать какой-либо проект и создавать информационные товары, нужно достоверно выяснить, есть ли платежеспособный спрос на ту информацию, которую Вы собираетесь предложить определенному кругу пользователей Всемирной Паутины. Сделать это можно (и нужно) различными способами, но начать следует с анализа того, что уже сегодня продается и покупается в намеченной Вами рыночной нише.

Рассмотрим гипотетический пример для того, чтобы Вы окончательно и бесповоротно поняли для чего все это нужно и как оно работает на практике.

Допустим, что Вы решили заняться написанием и продажей небольших специальных докладов на какую-нибудь тему (например, о выращивании овощей на подоконнике собственной квартиры). Не важно, по какой причине Вы приняли именно такое решение – может быть, Вы обожаете заниматься написанием публикаций на данную тему, черпая информацию из своего богатого практического опыта.

Это сейчас для нас совершенно не важно.

Зато критично-важно следующее.

Предположим, что Вы просмотрели сайты популярных книжных онлайн-магазинов, сайты основных «контентных магнатов» в этой или смежных нишах и пришли к выводу о том, что по избранной Вами теме никакой информации не продается и не покупается. Более того – Вам не попало ни одного контекстного рекламного объявления по данной теме, ни одного баннера и ни одной серьезной рассылки.

Абсолютное большинство наших с Вами коллег тут же начнут с азартом потирать руки, утверждая, что наткнулись на неразработанную золотую жилу, и стоит им начать в ней трудиться – сказочные богатства гарантированы по умолчанию.

Но мы-то с Вами прекрасно понимаем, что все обстоит как раз наоборот.

Перечисленные выше признаки с очень большой вероятностью свидетельствуют о том, что Вы вступили в область очень сильного коммерческого риска – проще говоря, с вероятностью в 95 % (а по моему твердому убеждению – гораздо более высокой!) проект прогорит.

Существует, конечно, и вероятность того, что Вы набрали на подлинно неразработанную высокодоходную нишу – но вероятность эта – менее 5 %.

Итак, что же нам следует делать в первую очередь для того, чтобы наш коммерческий проект был обречен на успех с удовлетворяющей нас вероятностью?

Об этом мы и поговорим в продолжении настоящей статьи, которую я в очень скором времени для Вас подготовлю.

А пока постарайтесь сделать так, чтобы в Вашем коммерческом проекте, над созданием которого Вы сейчас работаете, был бы обеспечен идеальный баланс по всем четырем показателям, о которых мы сегодня говорили.

**Источник:** <http://www.terrydean.org>

**Перевод на русский язык** – Павел Берестнев, <http://www.biz-webinar.com>