

ЗМІСТ

<i>27-денний план</i>	7
<i>Способи підробітку</i>	13
<i>Тиждень перший. Створіть арсенал ідей</i>	25
<i>Тиждень другий. Оберіть найкращу ідею</i>	63
<i>Тиждень третій. Підготуйтеся до старту</i>	99
<i>Тиждень четвертий. Запропонуйте свою ідею правильним людям</i>	145
<i>Тиждень п'ятий. Шліфуйте і корегуйте</i>	187
<i>Додаткова амуніція</i>	219

27-ДЕННИЙ ПЛАН

ТИЖДЕНЬ ПЕРШИЙ: СТВОРІТЬ АРСЕНАЛ ІДЕЙ

Підробіток має безліч переваг, але починається все з правильної ідеї. Тож на першому тижні ви оволодієте мистецтвом генерування прибуткових і практичних ідей.

День 1. ЗАЗИРНІТЬ У МАЙБУТНЄ

Шлях від ідеї до прибутку починається з відповіді на важливе запитання: що зміниться у вашому житті за 27 днів?

День 2. ПОВІРТЕ, ЩО ГРОШІ ТАКИ РОСТУТЬ НА ДЕРЕВАХ

Деякі ідеї підробітку кращі за інші. Дізнайтеся про три обов'язкові атрибути чудової ідеї й навчіться визначати її потенціал.

День 3. ВИГАДУЙТЕ, ПОЗИЧАЙТЕ, КРАДІТЬ

Спираючись на все, що ви вивчили про ідеї з великим потенціалом, запозичте, вкрадіть чи придумайте самі три способи підробітку.

День 4. ЗВАЖТЕ ПЕРЕШКОДИ Й МОЖЛИВОСТІ КОЖНОЇ ІДЕЇ

Тепер у вас є кілька робочих ідей: ретельно їх проаналізуйте, щоб знайти переваги і недоліки.

День 5. Запишіть фінансові прогнози на серветці

Аби спрогнозувати потенційний прибуток, зовсім необов'язково мати диплом фінансиста чи калькулятор для наукових розрахунків. Потрібні лише серветка, ручка і спостережливість.

ТИЖДЕНЬ ДРУГИЙ: ОБЕРІТЬ НАЙКРАЩУ ІДЕЮ

У вас уже є кілька ідей — тепер потрібно обрати лише найкращі. Навчіться миттєво оцінювати й порівнювати ідеї, щоб не сумніватись і рухатися далі з максимальними шансами на успіх.

День 6. Застосуйте принцип відбору ідеї

Мозок народжує ідеї підробітку одну за одною? Принцип відбору навчить вас, як поцілити в яблучко й обрати найкращу.

День 7. Спробуйте себе у ролі детектива

Розвиваючи обрану ідею, спостерігайте за тим, як це роблять інші. А потім зробіть краще — чи по-іншому.

День 8. Випийте уявної кави з ідеальним клієнтом

Десь на світі є та людина, що на сто відсотків відповідає вашому уявленню про ідеального клієнта. Яку пораду вона може дати?

День 9. Перетворіть ідею на пропозицію

Щойно ви визначилися з геніальною ідеєю та ідеальною аудиторією, треба перетворити цю ідею на пропозицію. Пропозиція складається з обіцянки, принади й ціни.

День 10. Створіть легенду про походження

Як і кожному супергерою з коміксів, вашому задуму потрібна легенда. Однак не треба сухих фактів. Краще розкажіть історію.

Способи підробітку

Якось один власник будівельної компанії з Британії настрочив кілька статей про акваріуми на маловідомому сайті. Наприкінці кожного відгуку чоловік додав кілька посилань із відповідними товарами на Amazon — за кожен клік за таким посиланням, що увінчається покупкою, йому би крапали крихітні комісійні. Однак чоловік був настільки зайнятий роботою, що геть забув про ті статті. Два тижні потому йому на імейл прийшов чек... на 350 доларів. Дружина відмовлялася вірити, що гроші реальні, аж поки чоловік не зводив її на них у пристойний ресторан.

Тоді британець навіть не здогадувався, що ця невеличка халтурка, видумана на вихідних, і надалі приноситиме йому сотні доларів. І що навіть *кілька років потому* ті самі відгуки даватимуть прибуток у 700 доларів на місяць без жодного втручання. Так, це не пенсія, але таки приємно.

Аналогічна історія трапилась і з держслужбовцем із Сан-Дієго, який запропонував друзям пофотографувати їхнє весілля. Хто ж знав, що ця пропозиція вилетиться у додаткових 3500 доларів щомісяця? Чоловікові не кортіло працювати фотографом на повну ставку, однак можливість час від часу знімати весілля у зручний час — це гарант працевлаштування і вагомі заощадження. Він обирає лише ті замовлення, які

узгоджуються з його розкладом, і досі отримує стабільну зарплату на основній роботі.

Коли торгова представниця з Пенсильванії почала публікувати світлини на Pinterest, вона не мала ані слави, ані «моделі доходу». Крім основної роботи, вона виховувала дітей, викладала йогу і вела активну роботу в місцевій спільноті — геть щільний графік. Однак уже за місяць жінка, на превеликий і досить приємний подив, заробила понад тисячу доларів. За три роки ця сума перевалила за 40 тисяч, хоча вона лише постила фотографії у вільний від роботи і домашніх клопотів час.

Ці реальні історії демонструють способи підробітку — прибуткового проекту на додачу до основної роботи. Іншими словами, це шанс підзаробити без ризиків, які зазвичай виникають при роботі на себе. Тут ви не йдете ва-банк.

Звісно, декого вабить ідея звільнитися з основної роботи і вирушити у вільне плавання. Однак на більшість людей ці думки наводять жах. І байдуже, годуєте ви родину чи виплачуєте кредит: піти з роботи, яка приносить стабільну копійку й медичне страхування, складно (чи майже неможливо).

А що як ви отримаєте шанс реалізувати прибуткову ідею з мінімальними затратами часу, грошей і сил, *не звільняючись* із постійної роботи? Саме таку перспективу відкриває перед вами ця книжка. В руках ви тримаєте покроковий посібник, що супроводить вас від зародження ідеї до її втілення — лише за 27 днів. Інструкцію для зайнятих і нетерплячих. Детальну карту, що дозволить визначитися, стартувати і заробити гроші менш як за місяць.

Однак підробіток — це не лише додаткова копійка у скарбничку. В сучасному світі, де ідея відданості компаній робітникам щезла без сліду, підробіток — це новий гарант стабільності. Можливість вирішувати самому. Якщо ви отримуєте гроші з різних джерел, то більше не повинні ходити на пальцях перед роботодавцем.

Більше варіантів доходу дорівнює більшому вибору. Більше вибору дорівнює більшій свободі.

День 1

ЗАЗИРНІТЬ У МАЙБУТНЄ

Підробіток має безліч переваг і жодних недоліків. Усе починається з відповіді на важливе питання: що зміниться у вашому житті за 27 днів?

Перш ніж приступитися до роботи, варто дещо прояснити. Підробіток — це не лише додаткові гроші на картці, хоча й вони не завадять. Підробіток здатен змінити життя. Створити щось для себе, навіть поряд з основною роботою, означає стати сильнішим. Додати собі впевненості. Ви гарантуєте собі стабільність — як цими додатковими грошима, так і перспективами.

Тож починайте думати про майбутнє вже на початку шляху. Уявіть, що підробіток таки вигорить. Що це означатиме для вас? Як це змінить ваше життя? Прогляньте три цілі, які найчастіше ставлять перед собою підробітчани. Яка з них вам до душі?

Ціль №1: Заробити додаткових грошей з конкретною метою, наприклад, виплатити кредит, придбати щось дороге, поїхати у відпустку чи просто відкласти на чорний день.

Ціль №2: Створити стабільне і постійне джерело доходу, яке якісно вплине на життя.

Ціль №3: Отримати альтернативу поточній роботі з зарплатнею на рівні або вище.

Зверніть увагу, серед цілей немає кращих чи гірших. Усе залежить від пріоритетів і стилю життя: хтозна, можливо, для

вас буде кращим варіантом обрати ціль №1 замість двох наступних. Навіть якщо ви вже мали підробіток, ще раз усе добряче проаналізуйте: за кілька років ваша ціль могла змінитися. Життя не стоїть на місці. Підробітчани — люди гнучкі і здатні брати на себе різні ролі в різні часи.

Може, у виборі цілі вам допоможуть історії людей, що так само їх собі ставили:

Ціль №1: Ніку потрібно було виплатити 2500 доларів кредиту. Борг не такий уже й великий, але хлопцю він докучав. Уже за кілька тижнів після того, як він почав перепродавати класичні відеоігри, у Ніка боргів не було.

Ціль №2: Боб і Барб, немолода пара з Філадельфії, вирішили разом виробляти светри на замовлення. Тепер це перетворилося на стабільний бізнес, який приносить реальний прибуток щомісяця (і прибуток той зростає), але вони не вважають цей підробіток основним джерелом прибутку.

Ціль №3: Майкл пропрацював у школі 10 років, але йому захотілося змінити кар'єру вчителя на підприємництво. Чоловіку вже набридли високі ціни на кабельне телебачення, тож у нього виникла ідея підробітку, що дозволить людям суттєво зменшити розміри платежів. Щодня він вставав о четвертій ранку і працював над проектом, поки не починалися заняття. Його жертви не були марними: вже за рік Майкл підняв бізнес, який дозволив кинути вчителювання і вирушити у вільне плавання.

Такими є основні напрями, однак деякі підробітчани мають і більш виняткові чи особисті цілі: оплатити власну подорож, закласти фундамент проекту, до якого вони повернуться в майбутньому, підтримати благодійний фонд тощо. Варіантів безліч.

Підробіток — це як хобі, але з однією значною відмінністю: хобі зазвичай коштують грошей, а підробіток їх *приносить*. Це як гра у підприємництво, в якій вам платять за експерименти, нові враження і корисні навички.

маркетингового контенту. Дізнатися, дивиться аудиторія реклами чи ні, як довго дивиться і що робить опісля. Тепер маркетологи можуть відстежити, хто саме купує їхній продукт чи послугу, а отже, ефективніше шукати потенційних клієнтів. Тобто в маркетологів з'явилася можливість і потреба тісніше працювати із продавцями. У найближче десятиліття функції маркетолога можуть перевернутися догори дригом і зруйнувати вщент старі стереотипи.

Певен, маркетологи знайомі з цим переходом у загальних рисах, але перебудувати маркетинговий відділ у власній компанії надто довго і складно. Непогано було б мати якесь керівництво, щоб вивчити цю трансформацію під лупою. Дізнатися, що працює, а що — ні. І, бажано, в межах однієї компанії, яка зважилася на шлях до змін. Хоча авторка й наводить приклади інших провідних організацій у трансформаційний період, загалом книга присвячена дослідженню маркетингового перетворення в єдиній компанії — SAS. Так читач може детально вивчити контекст, який супроводжує основні зміни в маркетинговому відділі. Наприклад, як отримати підтримку від керівництва? Чи необхідні нові ролі й структурні підрозділи? Як це вплине на маркетинговий бюджет? Яких змін культура маркетингу зазнає з часом? Усі ці теми детально розглянуто на сторінках книги, формуючи своєрідний шаблон, за яким до трансформацій можуть долучитися й інші компанії.

Хоча й SAS — продавець аналітичного програмного забезпечення, це ніяк не впливає на трансформацію маркетингу, тож будь-яка інша компанія здатна повторити успіх. Так, SAS дійсно розробляє деякі програми, описані в книзі (зокрема, для професійних користувачів), але далеко не всі. Не варто плутати цю працю із рекламою продукції SAS — суть тут у принципах використання даних і аналітики задля створення нового виду маркетингу, за різної технічної спроможності.

SAS — розробник програмного забезпечення, однак це не дає компанії фору в плані перетворень, про які я говорив. Деякі аспекти маркетингової трансформації навіть проблемніші в компаніях на зразок SAS. Наприклад, з огляду на те, що SAS працює загалом із компаніями, клієнтська аналітика є набагато складнішою