

ГЛАВА ВТОРАЯ

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

Я встретил Брюса, когда тренировал футбольную команду своего сына. Я думаю, он узнал меня, потому что после игры он направился прямо ко мне. Брюс — эдакий герой реалити-шоу Jersey Shore*, только постаревший. Создавалось впечатление, что когда-то давно он был сильно накачанным парнем. «Я прочел “Стартап без бюджета” и гоняюсь за вами три года», — сказал он. (Не могу вам передать, насколько сильно я волнуюсь, когда встречаю тех, кто читал «Стартап без бюджета», и насколько я благодарен читателям, когда слышу, что книга им помогла. Я и волнуюсь, и стесняюсь одновременно, потому что это воплощение моего представления о цели жизни. И когда люди просят меня оставить автограф

* Jersey Shore — реалити-шоу, впервые показанное на канале MTV в 2009 году, о жизни восьми молодых американцев, в основном итальянского происхождения. Камеры сопровождали героев во время их летнего отдыха: в первом, третьем и пятом сезонах — в Сисайд-Хайтс, во втором — в Майами, в четвертом — во Флоренции. *Прим. перев.*

МЕТОД ТЫКВЫ

на их экземпляре книги (сейчас я практически порочу свою репутацию) — это момент, когда я чувствую себя рок-звездой, момент, о котором я мечтал с детства. Я не про запятнанную репутацию — я про автографы.)

Когда я поблагодарил Брюса, он сказал: «Вы мне нужны. Но я не знал, как вас найти, поэтому...»

УВЯЗНУТЬ В РАБОТЕ

Брюс объяснил, что несмотря на то, что его доход составляет 700 тысяч долларов в год, он находится на грани банкротства. Он занимается флористическим сопровождением свадеб и других мероприятий, а также сдает в аренду свадебное оборудование и управляет павильоном, который предоставляет помещения для продавцов свадебных товаров и услуг. Я договорился встретиться с ним в его павильоне.

В разговоре Брюс сказал мне, что дела его настолько плохи, что ему приходится брать деньги у родителей. (Чтобы было ясно, он не парень из колледжа, который откусил больше, чем мог прожевать. Он находился в таком состоянии на протяжении вот уже двадцати лет.) Я спросил его: «Из тех продавцов, которым вы даете место в павильоне, кто зарабатывает больше всех?» Выяснилось, что это фотограф. Арендуя крошечное помещение, он зарабатывает в десять раз больше, чем Брюс. И, верите или нет, Брюс обычно общается с клиентами фотографа за него самого... так как у того настолько много работы, что он не успевает показываться в павильоне.

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

Брюс выполняет слишком много функций, и он не просто разбит — он один оголенный нерв. В этом нет ничего удивительного: между размытым фокусом в делах и исчезающим банковским счетом всегда прямая зависимость.

Когда мы устроились на дорогой мебели в его павильоне, чтобы коротко поговорить о «следующих шагах», он говорил очень правильные вещи: «Ситуация должна измениться. Я не могу продолжать идти тем же путем. Я должен сосредоточиться». Но я знал, что он не готов. Он *думает*, что готов, потому что его жизнь — это терпящий крушение поезд, но на самом деле он просто доведен до отчаяния. Он чувствует, что зашел в тупик, но этого недостаточно для принятия жестких, смелых решений, которые помогли бы ему сохранить бизнес. Откуда я знал, что он не готов? Оттуда, что краем глаза я мог видеть его Cadillac Escalade*, припаркованный во дворе. Если бы я был на его месте, этот пылесос был бы продан уже давным-давно.

Когда бизнес находится в состоянии коллапса, предприниматели проходят три этапа. На первом этапе мы отрицаем, что терпим бедствие. Кто-то спрашивает у вас, как идут дела с бизнесом, а вы говорите: «Круто! Только что заполучил крупного клиента!» Но внутри вы чувствуете, что дела идут не так уж круто и деньги утекают в трубу, причем стремительно. Но вы боитесь признаться, что лезете из кожи вон, чтобы выжить, потому что люди могут подумать, что вы ни на что не способны. Вдруг потенциальные клиенты в будущем проигнорируют

* Cadillac Escalade — роскошный внедорожник класса люкс, выпускаемый подразделением Cadillac концерна General Motors. *Прим. ред.*

МЕТОД ТЫКВЫ

вас? Вдруг ваша команда начнет в вас сомневаться? На первом этапе коллапса предприниматели отказываются признать правду, потому что их эго не может с этим смириться.

Только когда в дверь нашего бизнеса стучит смерть, мы признаём, что находимся в бедственном положении. И тогда начинается этап второй. Для многих стресс на этом этапе становится частью их жизни. Они просыпаются в стрессе. Ложатся спать в стрессе. Видят стрессовые сны. Испытывают стресс из-за того, что они в стрессе. И все это по кругу. В каком-то извращенном состоянии вы начинаете гордиться тем, что находитесь в таком стрессе. «Вы думаете, у вас дела плохи? — говорите вы. — Ну хорошо, позвольте мне рассказать вам, как отвратительна моя жизнь». Но даже на этом этапе вы не предпринимаете никаких действий, потому что чувствуете временное облегчение, выпуская пар и пересказывая в деталях свои скорбные истории. Ваше эго опять ставит вам подножку. Да, это выглядит иначе, но это все то же эго.

На третьем этапе мы просто поднимаем руки вверх (опять это пораженчество!) и говорим: «Жизнь отвратительна», как будто судьба имеет к этому какое-то отношение (не имеет!), а наш успех или наша неудача — полностью не в наших руках (в наших!). Вам знаком этот этап, когда вы грозите кулаком в небо и кричите: «Почему я? Почему ты наказываешь меня? Почему я даже вздохнуть не могу?» Это этап, на котором большинство людей сдаются. Они перестают прикладывать усилия, но продолжают работать (из-под палки, как рабы) и мирятся с тем, что ситуация никогда не улучшится. Вся борьба сошла на нет.

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

Брюс был классическим примером человека на этапе «жизнь отвратительна», но его поведение не изменилось. Он не задумался о том, почему оказался в такой ситуации — отсюда и его вычурная тачка. Многие предприниматели продолжают в том же духе, год за годом, все время находясь в крайне затруднительном положении, в постоянном стрессе, совершая все те же ошибки, которые они делали с самого начала. Ничего не меняется. Ничего не идет по восходящей, кроме их давления... и долгов... и налогов.

Спустя несколько недель после нашей первой встречи я согласился встретиться с Брюсом — выпить пива и поговорить о вариантах развития его ситуации. Он сказал: «Я не могу позволить себе заплатить за твои услуги, но ты мне нужен». Я мог понять по его изможденному внешнему виду, что надвигающаяся смерть его бизнеса начала отбирать и его здоровье. Как правило, я редко занимаюсь бизнес-коучингом, и я никогда этого не делал бесплатно. Не знаю почему, но я согласился помочь Брюсу.

Я сказал: «Я никогда этим раньше не занимался и никогда больше не буду, но я помогу тебе, а ты заплатишь за эту кружку пива». (Все же должен был быть хоть какой-то обмен, даже если это всего лишь пиво.) Лицо Брюса просияло. Я продолжил: «Я проведу с тобой три урока. Я буду абсолютно прямо говорить о том, что ты должен сделать, чтобы сохранить свой бизнес, начиная с ликвидации всех расходов на ерунду и в том числе машину. Все ненужные расходы должны уйти вон. Все побочные проекты — вон. Все клиенты, которые на самом деле клиенты *других продавцов*, — вон».

МЕТОД ТЫКВЫ

Когда я разложил по полочкам, как мы будем применять Метод Тыквы к его бизнесу, выражение лица Брюса изменилось. Он выглядел взволнованным. Может, даже слегка испуганным. Я мог видеть, как в его мозгу крутятся мысли о расходах, которые ему «нужно» оставить, проектах, которые ему «нужно» сохранить, хаос, который ему «нужно» продолжать кормить. «Ты будешь мне сопротивляться, — сказал я. — Но если ты последуешь моему плану, ты спасешь свою компанию». Я хотел добавить: «И свою жизнь», но так как он и без того уже выглядел потрясенным, я решил, что не буду его добивать.

А потом он сказал слова, которые я слышу каждый день от предпринимателей по всему миру: «Но меня отделяет от успеха всего один клиент. Мне просто нужно заключить одну большую сделку».

Нет, Брюс не был готов. Он все еще думал, что все, что ему нужно, — это один крутой клиент, и тогда все его проблемы будут решены. Да вот только расстояние в одного клиента отделяло его от успеха уже на протяжении *двадцати лет!*

Не важно, насколько сильно Брюс *хотел*, чтобы эти слова *были* правдой, насколько сильно он в эти слова верил, но они были неправдой. И никогда не будут правдой. Никто никогда не находится от успеха на расстоянии одной сделки. Один платеж может спасти вас на этой неделе, но сделать вас успешным — нет. Чтобы действительно стать успешным, стать лидером индустрии, вам нужно солидное дело, с которого вы начнете. Вам нужны сильные корни, тщательно спланированная, эффективная инфраструктура и маниакальная сосредоточенность на деле, которое вы делаете очень-очень хорошо.

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

Вместо того чтобы налаживать то, что не работает, нужно это просто удалить, как раковую опухоль. А затем начать развивать то, что работает.

Люди, подобные Брюсу, не пытаются добиться настоящего успеха – они пытаются добиться успеха к следующему вторнику.

Но вот другой пример – Эрик. Пилот «Формулы-1», инженер и эксперт во всем, что связано с гонками, Эрик начал водить машину в совсем юном возрасте (едва ли это было легально) и упрямо продолжал строить свою карьеру в этой индустрии. За последние двадцать лет он построил довольно большой бизнес. Вы знаете двадцатичетырехчасовые гонки? Он выиграл их. Вы слышали о больших выставках, устраиваемых производителями роскошных автомобилей типа Porsche? Он помогает устраивать их. Вы знаете школы вождения, куда каждый день могут приходить тупицы (вроде меня) и учиться водить болиды «Формулы-1»? Он создает их. Будучи инженером, он также помогает пилотам выигрывать гонки. И он заключает сделки. Кучу сделок.

Единственная проблема заключается в том, что в бизнесе Эрика слишком много самого Эрика. Хотя он создает команды и руководит ими, а эти команды делают для него много черной работы, его бизнес – это все-таки театр одного актера. Видите ли, на заре карьеры у Эрика было прозрение. «Я осознал, что шансы стать пилотом-суперзвездой были такими же, как шансы стать кинозвездой, а еще я заметил, что люди, которые оставались лишь в одной, узкоспециализированной области гонок, редко зарабатывали деньги,

МЕТОД ТЫКВЫ

которые необходимы мне для обеспечения семьи, — сказал он мне. — Поэтому я научился делать все, что касается гонок, сам, и делать это очень-очень хорошо».

Когда мы разговаривали, я не мог не заметить, что Эрик постоянно повторял: «Все, что я делаю, я делаю для обеспечения своей семьи». А ведь любые рефрены — это защитная реакция. Что-то в его сердце диссонирует с тем, что он делает, поэтому его мозг старается защитить его. Эрик повторял это не для того, чтобы я поверил ему, он повторял это, потому что сам должен был в это поверить. Осознать, что на самом деле свои свободу и время, которые он мог бы провести с семьей, он приносил в жертву, было очень тяжело.

Эрик все время в работе, все время. И он первый человек, к которому обратятся по любому вопросу, связанному с «Формулой-1». Когда Эрик звонил мне из трейлера в Висконсине — и уже всего через два дня спешил в трейлер в Монреале, — он объяснил мне, почему люди нанимают его. «Я могу сказать вам точно, что сколько стоит: трейлер, шины, шатер, под которым мы стоим, зарплата каждого из этих парней — всё. Я могу рассказать вам детали спонсорского договора, готов ли пилот к гонкам, как тестировать машину, что нужно наладить и какой инженер лучше всего с этим справится. Я здесь не потому, что знаю *что-то одно* вдоль и поперек; я здесь потому, что знаю *абсолютно все* вдоль и поперек».

Когда я прошу Эрика назвать мне одну вещь, которая помогла ему стать финансово успешным, он говорит: «Когда я начал, я установил для себя одно правило: всегда бери телефонную трубку. Я платил по три тысячи долларов за телефонные

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

счета, соблюдая это правило. Звонит телефон посреди ночи — я отвечаю. Мои клиенты знают, что *в любой момент* могут ко мне обратиться, и это чрезвычайно помогло моему бизнесу».

Я могу понять это. Я понимаю это. Но я также знаю, что такая самоотдача поставила клиентов Эрика на главное место в его жизни. Он работает буквально до изнеможения, чтобы поддерживать в должном состоянии свои финансы, свои новые возможности, свой потенциал.

Эрик зарабатывает больше денег, чем большинство людей в его сфере, и он поддерживает свою карьеру в индустрии, где конкуренция невероятно высока, в индустрии, которую он обожает. И не было бы никаких проблем, если бы Эрик не работал вечно, не находя времени на свою семью, отвечая на звонки клиентов двадцать четыре часа семь дней в неделю. Он превратился в раба своего бизнеса, потому что этот бизнес на сто процентов от него зависит: зависит от его знаний, контактов, уникального подхода к гонкам. Эрик попал в другую ловушку: он продает время за деньги. Он достиг максимума. У него нет баланса, он стал больше машиной, чем человеком. Ирония судьбы.

Он увяз в работе, как и Брюс, только зарабатывает больше.

Когда я попросил Эрика оценить свой бизнес, он сказал: «Когда ты выяснишь это, дай мне знать». Как и многие люди, предпочитающие модель театра одного актера, Эрик считает, что его знаниям и набору умений нельзя научить, а если им нельзя научить, то их нельзя систематизировать. А если их нельзя систематизировать, то и вырастить себе замену нельзя. Но! Если вы зарабатываете хорошие деньги, делая то, что делаете, вы можете остановиться в своем развитии, увериться,

МЕТОД ТЫКВЫ

что вы единственный человек на планете, способный сделать то, что делаете вы. Вы не видите капкан, который сами себе и поставили.

Я рассказал вам историю Эрика, чтобы показать, что есть и другой способ увязнуть в работе. Может, у вас, как у Эрика, дела идут просто замечательно. Может, вы зарабатываете более чем достаточно, чтобы жить красивой жизнью. Может, у вас нет проблем с деньгами. Может, вы чрезвычайно востребованы в своей индустрии. Может, вы любите то, чем занимаетесь. Но если ваш бизнес зависит от вас, если вы сами делаете всю работу или даже большую ее часть, вы никогда не вырастите гигантскую тыкву. Вспомните, какое определение Фрэнк дал понятию «предприниматель»: *Предприниматель определяет проблемы, находит возможности и затем строит процессы, позволяющие другим людям выполнять работу.*

Как и у вас, у Брюса и Эрика были мечты, когда они начинали работать. Я не знаю точно, как выглядела мечта Брюса, но его Escalade вполне может натолкнуть на некоторые мысли. Возможно, он хотел «создать большое дело» и «наслаждаться жизнью» со всеми атрибутами успеха, которые это подразумевает. А Эрик... Ну, я знаю, чего он хотел, потому что он сам сказал мне об этом: «Я занялся этим, потому что я просто люблю гонки». Эрик занимается этим, потому что получает от этого истинное наслаждение, потому что «возбуждается» от этого, потому что он любит соревноваться, потому что он рожден побеждать.

Не важно, сводите ли вы едва-едва концы с концами или серьезно ищете выход, но вы, возможно, думаете, что некогда

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

многообещающая мечта предпринимателя – это просто фантазия, доступная только редким счастливым. Даже если бы это было возможным для вас – доминировать в своей индустрии и загребать деньги лопатой, вы, возможно, умерли бы в попытках. У кого есть время? У вас, конечно, нет. Вы уже работаете по двадцать пять часов в день восемь дней в неделю. Вы редко видите свою семью, а если и находите время, чтобы посетить выступление вашей дочери-танцовщицы или пропустить по бокальчику в баре со своими друзьями, вы не здесь. Не по-настоящему. Мысленно вы в своих проблемах и попытках найти их решение.

Вы тратите каждую секунду своего бодрствования, пытаетесь выяснить, как удержать на плаву свой неоперившийся бизнес. Вы беспокоитесь о зарплатах сотрудников и о том, хватит ли вашего пособия на «Доширак», когда вы уйдете на пенсию. И о каких же мечтах может идти речь, если у вас едва хватает времени и денег на то, чтобы пообедать?

Вы вообще можете вспомнить, о чем мечтали?

Позвольте мне освежить вашу память.

Вы хотите свободы, которая позволит вам жить, работать и выражать себя так, как вы того хотите. Вы хотите власти, чтобы влиять на рынок, на жизнь вокруг вас, на ваше сообщество. Вы хотите отличаться от других. Вы хотите вырастить что-то удивительное из ничего, что-то, чего люди хотят, что они любят, чем они бредят. Вы хотите успеха в самом истинном понимании этого слова.

И если все это значит для вас зарабатывать деньги снова и снова, тем лучше.

МЕТОД ТЫКВЫ

Но вместо этого вы раб своего бизнеса. Это он владеет вами, это он диктует вам свои условия. И если быть по-настоящему честным: даже если все в мире считают вас влиятельным предпринимателем, иногда кажется, что ваш бизнес — это болото, вы увязаете прямо посреди него, а поблизости нет ни одной веточки, за которую можно было бы ухватиться.

Каждый день в прессе или блоге я читаю о том, что предприниматели готовы к прыжку — готовы взорвать мировую экономику. На самом деле многие предприниматели скорее готовы к прыжку с моста. Если вы пропустили новости последних нескольких лет (что, принимая во внимание ваше расписание, вполне возможно), каждый год, по данным министерства труда США, американцы открывают один миллион новых бизнесов, однако почти восемьдесят процентов этих бизнесов разваливаются в течение первых пяти лет. Восемьдесят процентов!

Проблема в том, что предприниматели выдыхаются. Брюс увяз, потому что он раб денег (потому что их у него нет), а Эрик увяз, потому что он раб времени (потому что у него его нет в достаточном количестве). Вы увязли, потому что... ну ладно, скажите мне сами.

Вы не уверены в том, что увязли? Давайте разберемся.

Если вы говорите себе: «Как только я найду еще одного клиента (или запущу проект, или закрою сделку, или осуществлю продажу), я наконец-то добьюсь успеха»; или если ваш бизнес зависит от того, *сделаете ли вы работу*; или если вы думаете, что ваша мечта — это только мечта, то вы в ловушке. Но я знаю выход. Выход для Брюса. Для Эрика. И для вас.

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

Уверен, вы не захотите делать многое из того, о чем я говорю в этой книге. Как и Брюс, вы будете сопротивляться моим советам. Как Эрик, вы будете уверять меня, что это невозможно сделать в вашей индустрии, «потому что она уникальна». Вы будете выбирать, какие из предложенных мной шагов пропустить, а каким следовать. Вы будете себя так вести потому, что слишком многое из того, что я говорю, идет вразрез с вашими природными инстинктами. Мои советы могут давить на ваше эго, ставить под сомнение ваше самовосприятие. Не исключено, что они даже немного выведут вас из равновесия.

Поэтому, если вы не уверены в том, что должны продолжать, задайте себе один вопрос:

Вы хотите, чтобы ваш бизнес умер медленной, мучительной смертью?

Предполагаю, что вы ответили «нет». Я не пытаюсь быть жестким, но важно, чтобы вы понимали — пока вы не будете лучшим, пока вы не будете доминировать в своей индустрии, пока вы не будете задыхаться под весом счетов и ожиданий, ваши шансы закончить жизнь, как старик с одним орехом, чрезвычайно высоки. А мне правда — правда! — не хочется, чтобы с вами это произошло. Я ненавижу того старика.

Работаем по плану

1. Мысленно вернитесь к своей мечте.

Когда-то у вас была мечта и вы точно знали, какой будет ваша жизнь, знали, что у вас точно будет куча денег и как вы будете себя чувствовать, когда добьетесь этого. Возможно, в последнее

МЕТОД ТЫКВЫ

время вы можете думать только о том, чем платить зарплату на следующей неделе, но все равно у вас есть мечта. И именно она не позволяет вам сдаться. И сейчас она нужна вам больше, чем когда бы то ни было. Поэтому прямо сейчас вспомните о том, ради чего вы создавали свою компанию. Сформулируйте свою мечту, запишите ее и храните под рукой, чтобы периодически смотреть на нее, потому что мы собираемся ее осуществить.

2. Это всё.

Да, это всё. Просто уделите какое-то время – тридцать минут или больше, – чтобы серьезно подумать о мечте, которую вы рисовали в своем воображении для себя, своей семьи, своего бизнеса, когда начинали дело.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ТЫКВЫ ДЛЯ РАБОТЫ В ВАШЕЙ ИНДУСТРИИ — ОНЛАЙН-ПРОЕКТЫ

Давайте представим, что вы занимаетесь розничными онлайн-продажами – продаете бижутерию. Оторвите глаза от статистики, отложите в сторону коробочки и давайте составим Метод Тыквы для вашего бизнеса!

У вас приятный маленький бизнес, вы продаете оригинальные украшения онлайн. У вас гибкий график, вы работаете из дома, что означает, что вы проводите больше времени со своими детьми, и вам это очень нравится. Но вы и близко не зарабатываете той суммы, которую, как вы *думали*, будете

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

зарабатывать. И вот, в очередной раз до трех часов ночи упакывая свои коробочки, вы начинаете задумываться, зачем оно вам надо. Эта бессмысленная суeta съедает вашу прибыль — и ваше время.

И вот вы заполняете оценочную таблицу, отмечая своих лучших клиентов и своих не-таких-хороших клиентов. Поскольку вы занимаетесь онлайн-продажами и у вас много «одноразовых» клиентов, вам на самом деле не нужно «увольнять» никого из «больных» клиентов. Вместо этого вы фокусируетесь на том, чтобы получить список пожеланий пяти ваших лучших клиентов. Потому что, как это ни странно, даже среди лучших клиентов, которые продолжают делать у вас покупки, уровень возврата товаров все еще высок, особенно если они покупают ваши новинки.

Поэтому вы берете телефон и звоните этим пятерым. Они удивляются, узнав, что за бизнесом стоит «живой человек», и им льстит, что звонит сам реальный владелец компании.

Во время беседы вы узнаете, что трое из ваших пяти клиентов управляют магазинами винтажной одежды и продают много бижутерии для невест. Все эти люди боятся, что однажды они не смогут предложить подходящие украшения для невест и их подружек. А бижутерия из онлайн-магазина — это почти всегда риск для них: новая вещь может классно выглядеть на картинке, но в реальности оказывается, что это украшение не подходит к платью — отсюда высокий процент возвратов. Вы спрашиваете: «Если бы у нас была линия украшений для невест и их подружек, вы бы стали продавать их у себя в магазине?» Все ваши лучшие клиенты ответили энергичным «да!».

МЕТОД ТЫКВЫ

Итак, вы проводите небольшое исследование и понимаете, что подобным никто не занимается. Никто. Вы звоните своим лучшим дизайнерам/производителям и рассказываете им о своей идее – разработать специальную линию для невест. Вы договариваетесь, что ваш онлайн-магазин будет эксклюзивным дистрибьютором этой линии, а затем вы возвращаетесь к своим лучшим клиентам, чтобы получить у них больше идей, и советуется с ними до тех пор, пока не будете абсолютно уверены в том, что вы точно знаете, что им нужно.

Вы проводите ребрендинг своего онлайн-магазина, чтобы настроить его специально под свадебные бутики и розничных продавцов. В первую очередь вы пишете список своих лучших клиентов, чтобы доставить товар в их магазины. Им нужно по одному-два образца каждой модели, чтобы было что показать множеству невест, ежедневно проходящих через их магазины. И если невесте нравится украшение, то владелец магазина заказывает его онлайн. Это работает превосходно. Пора расширяться!

Вы начинаете с людьми, которых знаете, – с теми, кто управляет маленькими магазинчиками и салонами винтажной одежды, – и показываетесь везде, где они могут быть. Вы присутствуете на всех «правильных» торговых выставках, фестивалях, мероприятиях. Вы размещаете рекламу в нескольких специализированных изданиях и новостных рассылках, а также в блогах, связанных со свадебной темой. И вы появляетесь на всех закрытых и открытых модных показах новых дизайнеров.

Вскоре множество розничных продавцов продают вашу линию. А поскольку вы вращаетесь в концентрических кругах

МЕДЛЕННАЯ, МУЧИТЕЛЬНАЯ СМЕРТЬ

своей индустрии, у вас также появляются новые знакомые дизайнеры, которые предлагают вам сотрудничество — дизайн новой линии специально для их свадебного наряда. О вашей компании пишут журналы и главные блоги, посвященные свадебной тематике, и вскоре невесты со всей страны покупают украшения непосредственно на вашем сайте. А поскольку вы продаете сразу всю коллекцию целиком (ожерелье, серьги, кольца), вместо того чтобы продавать каждую вещь по отдельности, вы можете генерировать большую прибыль от продажи, уж не говоря о том, что вы затрачиваете меньше ресурсов (время, доставка и прочее) на их реализацию.

Что более важно, вы изменили нормативы мира бижутерии и создали свои, специфичные для ниши нормативы внутри свадебной индустрии. И даже несмотря на то, что у вас есть конкуренты, вы доминирующий игрок, потому что: а) вы были первым; б) вы знаете индустрию вдоль и поперек; в) у вас прекраснейшие отношения с дизайнерами и розничными продавцами, потому что вы *слушали* и *реагировали* на их жалобы и пожелания.

Теперь ваш бизнес — гигант в своей индустрии, а вы каждую ночь спите столько, сколько захотите. Жизнь прекрасна.