

Александр Воробьёв

НАЙДИ СВОИ АЛМАЗНЫЕ ЗАЛЕЖИ

Как стать владельцем
несметных сокровищ,
которые будут обеспечивать
тебя всю жизнь



Александр Воробьёв

**Найди свои алмазные залежи.
Как стать владельцем несметных
сокровищ, которые будут
обеспечивать тебя всю жизнь**

«Издательские решения»

Воробьёв А.

Найди свои алмазные залежи. Как стать владельцем несметных сокровищ, которые будут обеспечивать тебя всю жизнь /

А. Воробьёв — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-532478-8

Это первая книга из серии «7 ключей, чтобы открыть бизнес». В серии идёт речь об основных этапах, которые нужно пройти предпринимателю, начинающему своё первое дело. Книга «Найди свои алмазные залежи» о поиске и создании идей для бизнеса. Наличие хорошей идеи — вот что является движущей силой для любого бизнеса. В книге раскрываются методы поиска и техники генерации свежих идей. Рассказывается, в чём ценность идеи и что сделать, чтобы идеи стали действительно сокровищем для обладателя.

ISBN 978-5-00-532478-8

© Воробьёв А.

© Издательские решения

Содержание

Кто не идёт стопами Сантьяго	7
Переворот торговли	8
Всё началось с маленького кусочка шоколадки	9
Конкуренция не помеха	10
Где искать сокровища?	11
Монетизировать собственное хобби	12
Бизнес книголюба	12
Из геймеров – во владельца агентства	13
Реализовать то, чего не хватает самому или друзьям, знакомым	14
Первый компьютерный словарь	14
Как началась «уберизация» планеты	15
Улучшить то, что кто-то делает плохо или недостаточно хорошо	16
Драгоценные гриллы	16
Совершенный Google	17
Позаимствовать идею у других	18
Мой опыт	18
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Найди свои алмазные залежи Как стать владельцем несметных сокровищ, которые будут обеспечивать тебя всю жизнь

Александр Воробьев

Дизайнер обложки Александр Воробьев

Редактор Наталья Попова

© Александр Воробьев, 2021

© Александр Воробьев, дизайн обложки, 2021

ISBN 978-5-0053-2478-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

* * *

Одним из самых приятных и распространенных мечтаний, которым люди предаются издавна, является обнаружение спрятанного кем-то когда-то клада с несметными сокровищами.

Клады обычно достаются совершенно случайным людям, которые обнаруживают нечто ценное, копая колодец, траншею или вспахивая землю. Те же, кто целенаправленно ищет спрятанные сокровища, чаще всего остаются ни с чем. Хотя есть и такие, кто сделал кладоискательство своей профессией и при этом немало преуспел, но таких людей совсем немного.

В поисках сокровищ люди отправляются за тридевять земель, затрачивают немалые деньги, ресурсы, время, но редко бывает, когда найденное может окупить все затраты на поиски.



Кто не идёт стопами Сантьяго

Между тем, если вы хотите разбогатеть, совсем не обязательно отправляться за тысячи километров. Нужно лишь ещё раз вспомнить пастуха Сантьяго – героя П. Коэльо из «Алхимика», который, совершив долгое и далёкое путешествие, нашёл сокровища в конце концов у себя на родине. Вы также можете найти несметные сокровища рядом, иногда даже в буквальном смысле «под ногами».

Но речь пойдёт не о золоте и бриллиантах, сундуках, древних картах или старинных монетах. Есть что-то, что может принести гораздо большее богатство и быть не менее увлекательным, чем поиск клада.

Мы будем говорить об алмазных залежах идей и мыслей, которые есть у каждого в голове и о том, как их превратить из чего-то абстрактного и неосязаемого в реальные несметные сокровища.

Идея – это самое ценное, что может быть, если человек хочет начать свой свое дело. Это то, на чём можно сколотить баснословный капитал. Идея создания продукта или услуги является исходной точкой в предпринимательстве.

Даже вполне обычная идея может озолотить человека, превратив его небольшое предприятие в огромную компанию. С идеи начинались очень многие миллиардеры и гиганты бизнеса, которые сейчас у всех на слуху.

Переворот торговли



Заикающийся с детства и застенчивый Фрэнк Вулворт с трудом устроился работать продавцом в небольшой магазин одежды. Это было в конце XIX века, а тогда продавцы еще не указывали цены на товарах, их всех необходимо было помнить.

Кроме этого продавец сам мог оценить качество и количество товара на глаз, платёжеспособность покупателя и сказать свою цену. Покупатель мог торговаться и, если ему не подходила цена, он просто уходил. А Фрэнк стеснялся, боялся торговаться либо расхваливать свой товар.

Однажды владелец оставил его одного в магазине на целый день и сказал, что если не будет выручки, то уволит Фрэнка.

Парню же пришла в голову идея прикрепить на все товары бумажки с минимальными ценами, что он и сделал перед открытием магазина. Кроме того, весь товар, который залежался на складе, Фрэнк выложил прямо на стол, и поставил возле него табличку с надписью «Все по 5 центов». А сам стол разместил у окна, чтобы люди могли видеть эту надпись прямо с улицы.

К удивлению владельца практически весь товар был раскуплен в течение трех часов, а выручка за весь день была практически такая же, как за неделю. Покупатели, не торгуясь, отдавали те суммы, которые были написаны на ценниках.

Фрэнк понял, что после такого решения он и сам может стать неплохим предпринимателем. Он открыл собственный магазин. Затем ещё один, затем ещё. В 1919 году Фрэнк был владельцем уже тысячи магазинов, а его состояние составило около 65 миллионов. У Вулворта, первого в торговле, возникли идеи скидок и распродаж. В его магазинах впервые были внедрены выкладки на прилавок и самообслуживание покупателей. Сегодня «Woolworth» – мировая сеть элитных супермаркетов.

Всё началось с маленького кусочка шоколадки



Сейчас нам привычно покупать шоколад и шоколадные конфеты. Но мало кто знает, что ещё в 20-е годы шоколад продавался только на развес. Это было очень неудобно, особенно летом. Шоколад быстро таял и дети, как бы аккуратно не ели его, все равно пачкались.

Другому Фрэнку – Фрэнку Марсу, занимавшемуся вместе с женой домашним бизнесом по продаже конфет, пришла в голову идея заворачивать кусочки шоколада в фольгу. Идея имела большой успех и за несколько дней принесла семье Марса ощутимый доход.

Теперь корпорация «Mars» – мировой кондитерский гигант и лидер индустрии.

Конкуренция не помеха



В начале 2000-х годов социальные сети были уже популярны повсюду. Всё более распространёнными становились мобильные приложения. Над одним из таких приложений для социальной сети и работали программисты Майкл Кригер и Кевин Систрем.

В ходе работы у них возникла идея создать собственный продукт – специализированную социальную сеть для обмена исключительно фотографиями.

Что такое «Instagram» сегодня уже никому объяснять не нужно. Продуктивная идея принесла молодым людям успех и многомиллионные состояния.

* * *

Ещё множество фирм и предприятий можно привести в пример, когда хорошая идея привела к успеху бизнеса.

Идея – вот один из самых важных ключей, который поможет не просто открыть и начать новый бизнес. Наличие уникальной идеи может сделать ваш бизнес вне конкуренции на долгое время.

Идея – это начало всей работы. У предпринимателя может ещё не быть точных целей, сформированных бизнес-процессов, налаженной системы управления и ценностного предложения, но если идея сильна, сотрудники объединятся для достижения результата и направят энергию в правильное русло. У многих развивающихся бизнесов или стартапов, находящихся в начале пути, идея сама подсказывает основателю, что делать и какие решения принимать.

Идея создания нового продукта или услуги – это исходная точка для начала предпринимательства. По данным недавнего исследования Google, 59% предпринимателей начали заниматься своим делом не для того, чтобы заработать, а потому, что у них появилась подходящая идея для бизнеса.

Где искать сокровища?

Однако, в наш век обилия информации и высокой конкуренции не так-то просто найти подходящую, тем более прибыльную идею, чтобы начать свой выгодный бизнес. Кажется, что всё уже придумано и трудно будет найти что-то новое. Но это не так. Вспомните, хотя бы, пример с появлением Instagram.

К тому же идею не обязательно искать или ждать, когда она сама собой появится из ниоткуда или, например, приснится во сне. Наоборот, находит тот, кто ищет, а не бездействует.

Идею можно найти или придумать, если этим целенаправленно заниматься. И дальше я приведу ряд методов и способов, как генерировать идеи.



Монетизировать собственное хобби

Многие люди превращают свои увлечения в бизнес – возможно, и вы увлекаетесь чем-то интересным и потенциально очень востребованным. Особенно, если вы слышите от своих знакомых «Ой, и я это хочу!» или поступают уже просьбы что-то сделать для друзей или родственников. Это явный сигнал превратить дело для души в дело, в том числе, и для дохода.

В *Приложении 1* приведены адреса вебсайтов в интернете, где другие люди уже реализуют свои задумки. Возможно, вы увидите что-то, что и не предполагали, что на этом можно заработать.

Но это примеры, связанные в основном с изготовлением ручных поделок. Увлечения у людей же могут быть самые разнообразные. Возможно, вы любите животных – можете создать гостиницу для чьих-то питомцев на время отъезда хозяев. Нравится возиться с детьми – подумайте о частном детском саде или о детском образовательном центре. Подойдите к решению такого вопроса творчески.

Бизнес книголюба

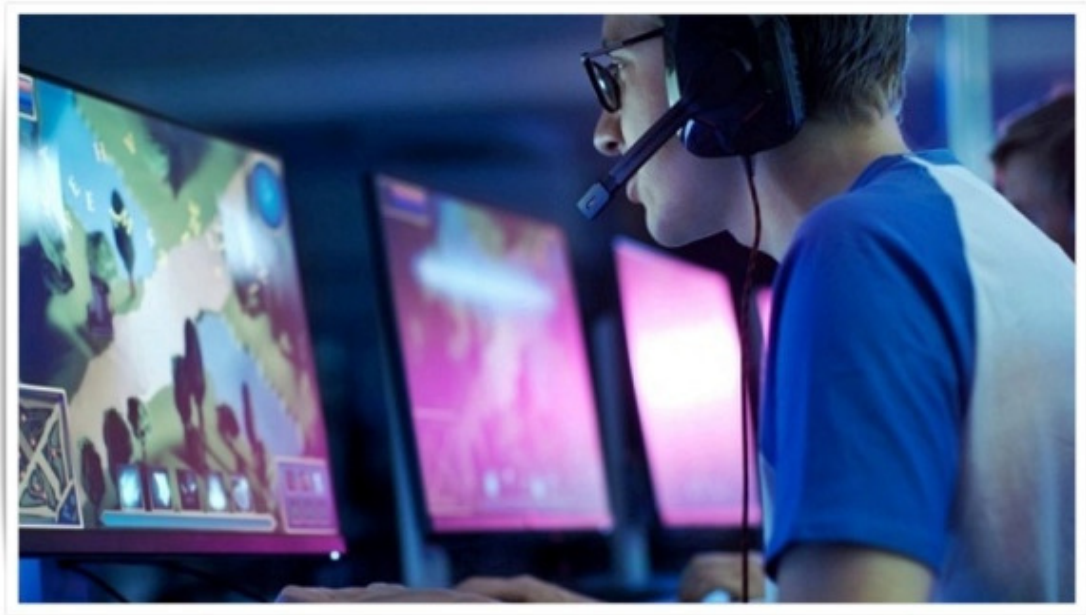


*Не все знают, что империя **Amazon** началась с личного хобби Джеффа Безоса – он любил читать. Настолько, что в 30 лет будущий миллиардер бросил высокооплачиваемую работу на Уолл-стрит, чтобы торговать книгами.*

В 1994 году он основал компанию Амазон для продажи книг разных дистрибьюторов из своего гаража, а в июле 1995 года запустил интернет-магазин.

Через три дня после запуска сайта Безос получил письмо от Джерри Янга, одного из основателей Yahoo с предложением разместить ссылку на сайт в поисковике. Yahoo поставила сайт в список, и Амазон захлестнул поток заказов.

Из геймеров – во владельца агентства



Николас Коул в 17 лет занимался тем, что играл в компьютерные игры и читал публикации в интернете на эту тему. Постепенно он пришёл к мысли, что, чтобы стать профессиональным игроком, нужно самому писать об этом.

*Так он начал вести собственный блог на тему гейминга. Его публикации заметили и стали заказывать статьи. Работы стало так много, что через пол года он с напарником основали собственное агентство **Digital Press**. Ещё через 12 месяцев агентство уже нанимало десятки сотрудников и привлекло инвестиции из силиконовой долины.*

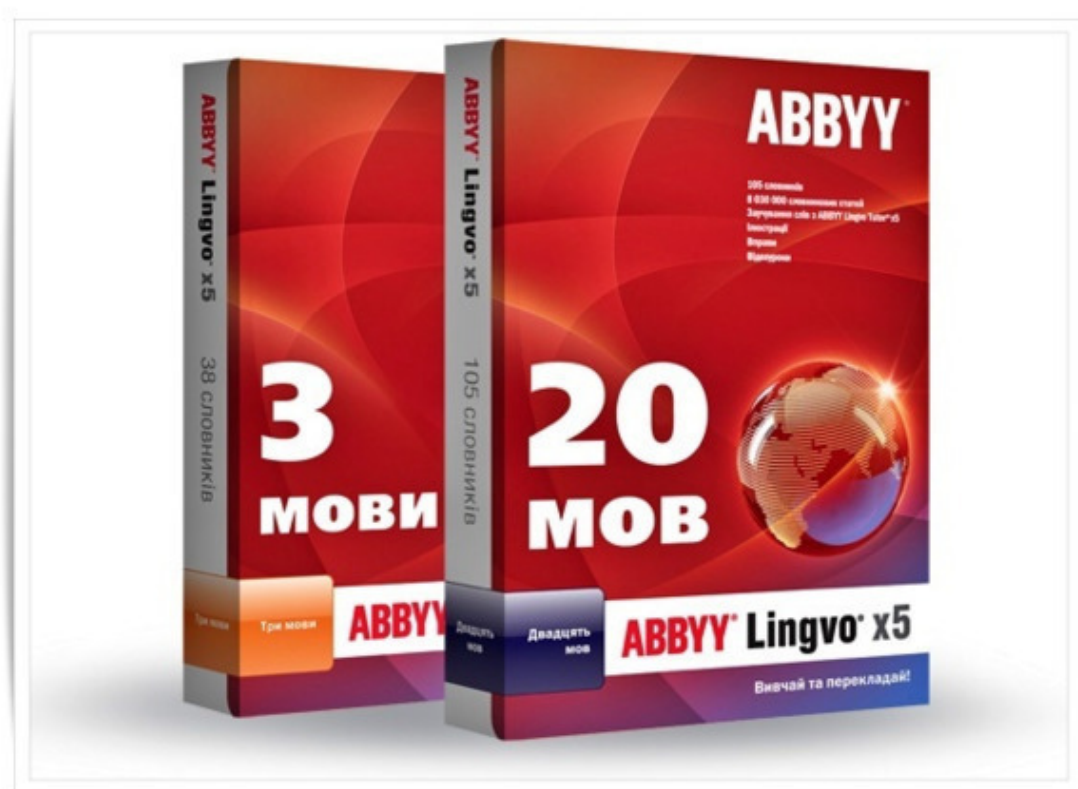
Реализовать то, чего не хватает самому или друзьям, знакомым

Подумайте, чего не хватает вам самим.

Практика показывает, что все самые лучшие бизнес-идеи родились, когда предприниматель хотел решить свою проблему. Проанализируйте – возможно, это не только ваша потребность, а также нужно и многим другим людям. Удовлетворить потребность людей, ведь это важнейшее правило успеха в бизнесе.

Если вы не смогли найти того, чего не хватает лично вам, вспомните, на нехватку чего всё время жалуются ваши друзья и близкие, чем недовольны соседи или пассажиры в маршрутке, бабушки у подъезда и т.д.? Будьте предельно внимательны, и непременно поймаете идею для собственного дела.

Первый компьютерный словарь



Будучи студентом, Давид Ян понял, что он тратит очень много времени, переводя тексты со словарём. А это был 1989 год, когда только начали внедряться персональные компьютеры. У него возникла идея создать компьютерный словарь.

*Студент нашёл программистов, которые помогли ему в реализации идеи. Теперь это целое семейство популярных словарей **ABBYY Lingvo**, в том числе и для смартфонов, с платными и бесплатными версиями.*

Так идея компьютерной программы сделала Давида не только успешным, но и богатым человеком.

Как началась «уберизация» планеты



*Из собственной потребности Трэвиса Каланика и Гаррета Кэмпбелла появился **Uber**, изменивший сам принцип работы легкового такси во всём мире.*

Идея создать сервис такси появилась у них из-за того, что однажды пришлось долго ждать такси.

В декабре 2008 год они находились в Париже на конференции. Из-за сильного мороза и снегопада в тот день большинство местных таксистов просто разъехались по домам. Двое друзей больше часа искали свободное такси, находясь почти в центре города. Тогда и возникла оригинальная идея сервиса, который помогал бы туристам и горожанам подбирать себе такси.

Улучшить то, что кто-то делает плохо или недостаточно хорошо

Очень часто бывает так, что, когда вы получаете какую-то услугу, вы недовольны качеством её оказания или вы видите, как это же можно было бы сделать лучше. У вас возникает мысль «Вот, если бы я делал это...»

Особенно это характерно для маленьких городов. Местные предприниматели обычно в таких местах думают, что из-за малочисленности населения конкуренцию им вряд ли кто составит и не особо заботятся о качестве бизнеса. Используйте это, чтобы начать своё дело.

Или просто посмотрите, чем занимаются другие и подумайте, чего не хватает их проектам, как можно улучшить уже работающее чьё-то дело.

Драгоценные гриллы



Брайан Робертс подслушал на концерте разговор людей, обсуждавших возможную покупку гриллов (зубы с бижутерией, которые носят многие рэперы).

Люди жаловались, что для этого требовались большие деньги, а сам процесс покупки был медленным – большинство онлайн-сервисов по продаже гриллов запрашивали слепки зубов покупателей, чтобы отправить их ювелирам, и затем покупателям приходилось ждать по несколько недель, прежде чем они получали готовое изделие.

Робертс создал собственный сервис и сосредоточился на том, чтобы сделать его более быстрым, дешевым и эффективным. Его бизнес по продаже драгоценностей с хип-хоп тематикой успешно просуществовал несколько лет.

Совершенный Google



Студенты Стэнфорда Ларри Пейдж и Сергей Брин трудились над научной работой по созданию цифровой библиотеки. В ходе исследований они обратили внимание на неудовлетворительные результаты работы существовавших на то время поисковых систем.

Поисковики на заре популярности и распространённости интернета были, мягко говоря, не идеальны. Результаты поиска выдавались чаще всего не о том, о чем запрашивали.

*Поэтому Пейдж и Брин изобрели собственный алгоритм поиска и ранжирования интернет страниц. Алгоритм назвали PageRank, а систему, работающую с этим алгоритмом – **Google**.*

Позаимствовать идею у других

Аналогично предыдущему пункту, только очень часто можно подсмотреть какие-то идеи не у другого бизнеса, а просто в другом регионе. Например, инновации уже есть в Москве, Санкт-Петербурге, а до вашего региона ещё не дошли.

Ещё более интересные подсказки можно найти, если вам удалось побывать за границей. Там многие новинки появляются раньше и можно «импортировать» их себе.

Тут могу привести примеры из собственного опыта, пусть и не всегда успешные.

Мой опыт

В 2003 году я переехал жить из Латвии в Россию. В то время Латвия давно уже была самостоятельным европейским государством. Я увидел, что очень много сервисов и идей можно было внедрить по месту моего нового жительства, что я и попытался сделать.

Например, в Латвии тогда уже в каждом даже маленьком магазине покупателям предлагали подарочные карты, а в городе, где я стал жить, такого сервиса ещё не было. В то время мне приходилось трудиться в рекламной фирме, я предложил идею руководству и меня отправили внедрять свою идею. Особого успеха достичь в небольшом городе не удалось, а через некоторое время карты стали появляться в магазинах под названием «подарочные сертификаты»

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.