

ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ: ДОРОГА В ОДИН КОНЕЦ!



КАРЛЕН ВАРОСЯН

Карлен Варосян
Интернет-предприниматель:
Дорога в один конец!

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=71140735

ISBN 9785006462434

Аннотация

Интернет-магазин – это возможность увеличить свой доход и перейти на сторону бизнеса онлайн. Однако одних только желания и настойчивости недостаточно для достижения успеха: для уверенного движения к стабильной прибыли необходимо понимать алгоритмы создания интернет-магазина и стратегии развития бизнеса, чтобы последовательно идти к цели. Эта книга поможет вам правильно организовать работу, избегая распространенных ошибок начинающих предпринимателей.

Содержание

Об авторе	5
Предисловие	6
Введение	9
Дисциплина – шаг первый	28
Выбор ниши	40
Конец ознакомительного фрагмента.	41

**Интернет-
предприниматель:
Дорога в один конец!**

Карлен Варосян

© Карлен Варосян, 2024

ISBN 978-5-0064-6243-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Об авторе

Варосян Карлен – опытный предприниматель и эксперт в сфере интернет-торговли с опытом более 10 лет. Ведущий представитель рынка интернет-торговли мебелью среди индивидуальных предпринимателей.

Член Московской ассоциации предпринимателей. Автор ряда научных статей в журналах ВАК, таких как Human Progress, «Финансовый бизнес», «Финансовая экономика», «Путеводитель предпринимателя», «Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии». Основатель интернет-магазина офисной мебели «ОК Мебель».

Предисловие

Открытие бизнеса... Наверное, каждый, или почти каждый, мечтает об этом. Но что, если я скажу: такая идея не должна ограничиваться мечтами. Поверите ли вы мне? Наверное, начнутся отговорки: нет средств, нет предпринимательского таланта, нет умений. Это все здорово, но что, если я скажу: главное – интерес, начинание и активная работа. Все равно не верите? Тогда читайте далее!

Если вкратце, настоящая книга посвящена теме открытия интернет-магазина, что позволит вам как читателю зарабатывать как минимум вдвое больше средней заработной платы в вашем городе. Это не космические цифры. Это реальный факт. Однако не буду давать пустых обещаний. Ведь для того, чтобы столько зарабатывать, придется, как показывает практика, хорошо поработать.

Эта книга является отражением накопленных колоссальных знаний и опыта, полученных за долгие годы активной работы, результаты которой я постараюсь разложить от и до по полочкам. В книге будут четко обозначены советы, связанные с тем, каким образом работать в сфере интернет-торговли, с кем не стоит вести сотрудничество, кого выбрать в качестве партнера, как стать финансово грамотным и что выбрать: работу в офисе, работу из дома или вовсе собственный бизнес?

В этой книге я представлю и множество прочих советов, которые позволят встать на путь саморазвития, как минимум обеспечат вас базовыми знаниями при работе на рынке интернет-торговли.

На первый взгляд может показаться, что это типичная книга с простыми бизнес-советами, по типу «купи тут дешевле, продай там дороже». Всех тех, кто так считает, могу с уверенностью расстроить – мы постараемся полностью уйти от ненужной информации и вместо этого предоставить практические рекомендации от владельца успешного и небезызвестного интернет-магазина. Кроме того, в приложении книги вы найдете для себя много полезных материалов.

Достигнете ли вы успеха? Зависит исключительно от вас. Но я буду рад сопровождать вас на этом пути, и, кто знает, может быть, в будущем вы скажете, что именно советы из этой книги позволили вам стать чуточку лучше или вовсе открыть собственный интернет-магазин, который положит начало отраслевому господству. Все ведь с чего-то начинали.

Оговорюсь, что это руководство не подойдет каждому и не сможет сделать в один миг вас уникальным специалистом в своей сфере. Отнюдь, для этого потребуются годы и долгая изнурительная практика. Однако настоящая книга как минимум станет хорошим примером, как стоит (или не стоит) поступать при работе в интернет-торговле. Вместе с тем, в книге будет представлено пошаговое руковод-

ство, как нужно делать, чтобы прийти хоть к какому-нибудь результату. Это хорошо поможет начинающим, но помните, что конечный результат зависит только от вас!

Введение

Пожалуй, начну свой рассказ с личной истории, небольшой, но очень поучительной и показательной. Когда я говорю, что я открыл собственный бизнес с нуля, я действительно говорю про откровенный «ноль». Хотя, может быть, в этом есть доля лукавства.

До того момента, когда я пришел в отрасль интернет-торговли в качестве предпринимателя, я прошел достаточно длительный путь, сменил множество мест работы.

Также отмечу, что я имел хороший опыт работы в сфере торговли, поскольку с раннего возраста оказывал помощь своим родителям. У них был собственный магазинчик по продаже костюмов в городе Кимры (Россия, Тверская область), в котором я выполнял мелкие задачи. Кстати говоря, впоследствии именно в этом городе я начал активную деятельность в сфере интернет-торговли. Это позволило мне увидеть «внутренний мир» торговли, посмотреть на все процессы с кухни, побывать прямо на передовой позиции.

Но не только это повлияло на мое будущее. Если говорить об истории становления меня как специалиста и эксперта в области интернет-торговли и о моем опыте работы, я бы выделил несколько важных этапов. Эти этапы, на мой личный взгляд, сыграли главную роль в том, какая истина будет изложена в этой книге.

Этап первый. Опыт первого трудоустройства и первого обмана. Был это 2004 год, мне было 14 лет. Тогда я впервые задумался о самостоятельном заработке, хотел всеми силами помочь своим родителям, показать, какой я взрослый и самостоятельный. Посему устроился я работать на местное подвальное производство, нацеленное на такую нишу, как летние тапочки. Казалось бы, стандартная подростковая работа, но есть одно «но». По итогу этой работы меня обманули и заплатили около 15\$ за полтора месяца. Это было намного меньше обещанного, с учетом, что я практически жил на производстве тапочек. Какой урок я из этого извлек? Всегда нужно стремиться предугадывать действия окружающих.

Этап второй. Продавец, ответственный за все. Примерно через год после первого опыта работы я благополучно вновь устроился на работу. На этот раз в магазин электроники. Я торговал видеокассетами, дисками, наушниками, флеш-картами – это была обычная работа, которая позволила мне освоить азы в роли продавца. Ведь зарабатывал я по большей мере от процента с продаж. И именно на этой работе мне удалось продемонстрировать свой талант к продажам.

Этап третий. Простая работа – тяжелая работа. В 16 лет я устроился вместе с друзьями работать в трикотажную фабрику. И работали мы грузчиками, перекладывая буквально с этажа на этаж ткани, тряпки и готовые изделия. Именно тогда я понял, что точно не вижу себя на физически

тяжелой работе.

Этап четвертый. Первая официальная работа. Устроился я тогда работать в «Желтый магазин с телефонами», мне буквально только вот исполнилось 17 лет. На этой работе я провел полтора года, и не сказать бы, что был счастлив от нее, но и не был недоволен. Обычный продавец обычного магазина. Только вот пришлось эту работу благополучно покинуть – декан поставил передо мной выбор: либо работа, либо университет. Очевидно, выбрал я именно обучение. Этот этап моей жизни научил меня расставлять приоритеты, и, как оказалось, очень даже верные.

Этап пятый. Мальчик на побегушках. Было мне 18 лет, и в тот момент я работал в магазине своей тети по продаже мужской одежды, заменяя ее в выходные дни. Этот этап принес мне осознание, что нужно двигаться в собственном направлении, хотелось иметь что-то свое и не зависеть ни от кого.

Этап шестой. «Творческий». В 20 лет я имел честь работать аниматором ночного клуба. И эта работа стала хорошей сменой обстановки, позволила пересмотреть личные взгляды на многие вещи из моей жизни.

Этап седьмой. Учеба-работа-дом. Продолжая учебу в университете, в 22 года я активно работал в графике «2 через 2» кредитным специалистом в одном банке. Каждый раз мне было жаль людей, которые оформляли «вынужденно» кредиты под настолько высокие проценты, например, на но-

утбук за 75% годовых; или шубу под 1,5% в месяц. Этот этап дал мне осознание, чего я точно не хочу и буду стараться избегать всю свою жизнь – быстрых возвратных денег.

Этап восьмой. Временная интеграция в сферу услуг. В 22 года мой товарищ заманил меня работать помощником официанта, на хорошие чаевые. В результате, как только меня попросили выучить все меню, я тут же попросил уволить меня по собственному желанию. Это поставило крест на моей карьере успешного официанта.

Этап девятый. Переломный. После окончания университета я решил (как и 80% молодежи в нашем городе) отправиться покорять Москву! И тут начинается самое интересное. Нахожу я потенциальную работу в сфере торговли. Но есть одно очень маленькое «но». Чтобы начать продавать, мне предварительно рекомендуют пройти «тренинг с психологом» – мастером продаж. После двух недель обучения подходит ко мне «психолог» и говорит: «К сожалению, мы не можем вас принять! Подумайте, может, продажи это не ваше?» Парадокс... Оглядываясь на то время, иногда думаю, возможно, именно ему нужно сказать спасибо? Возможно, все долгие годы в продажах я доказываю ему обратное? Или нет?..

Какой я могу сказать работе спасибо, так это работе в интернет-магазине, в который я благополучно устроился на работу и отработал ровно полтора года на разных должностях, прямо после тренинга. Я продавал в интернете и иногда вы-

езжал на встречи к ключевым клиентам. Спустя полтора года благополучно попросили освободить рабочее место. Считаю, правильно сделали, так как на тот момент я не очень добросовестно работал.

Этап десятый. В поисках себя. После увольнения я съездил еще на пару собеседований в Москву, но либо работа была не интересна, либо я был не интересен. Кроме того, я хотел сменить вид деятельности. Но спустя три месяца поисков работы решил заняться собственным делом и открыть интернет-магазин мебели... и это тот этап, который определил становление меня, того, кто будет вести повествование в этой книге.

Что ж, обычно предприниматели стараются рассказать в своих трудах, насколько они классные, трудолюбивые и раскрепасные, работоспособные спецы, прямо-таки гуру, которые чудесным образом справляются с наисложнейшими задачами, легко преодолевают любые трудности, полагаясь только на себя и свой опыт. Огорчу вас вновь, если вы ждали именно этого.

Нет, я не буду обманывать вас, читателей. Не стану вводить в заблуждение или рассказывать сказки. Мне этого попросту не нужно. Мы будем ориентироваться на правду, и это будет первым правилом, которое мы ставим за основу развития себя-предпринимателя: говорить только правду. Честность, я считаю, – это одно из тех ключевых качеств, которым должен обладать истинный предприниматель!

А начал Карлен свой путь с открытия ИП, что стало первой его ошибкой. Так как за первые полгода получил он «ноль» заказов и ноль заявок...

Интернет-магазин, что ты такое?

Интернет-магазин (англ. online store или e-shop) – это веб-сайт, предлагающий продукты или услуги посредством сети Интернет. Интернет-магазин позволяет приобретать потребителю товары или услуги без привязки к месту или времени, получая нужный результат с веб-сайта прямиком в дом. Интернет-магазины оснащаются специальным функционалом для поиска товаров, включают фильтры для подбора нужных категорий, оснащаются корзиной, возможностями отслеживания стоимости и многими другими фишками, которые, признайтесь, всех нас привлекают. Главная ценность интернет-магазина – упрощение процесса покупки, при этом с обеспечением максимального комфорта и удобства сервиса.

Сегодня, как вы могли заметить, интернет-магазины становятся все популярнее и популярнее. Для предпринимателя интернет-магазин – это потенциальная золотая жила, благодаря которой можно продавать собственные товары или услуги, несмотря на территориальные или иные ограничения.

Вы планируете открыть собственный интернет-магазин?

Что ж, скажу по опыту, дело это совсем не простое. Потребуется уйма времени и сил, но если действовать по верному алгоритму, то интернет-магазин станет прибыльным делом всей вашей жизни.

Для начала мы рассмотрим основные шаги, которые потребуются вам для открытия собственного интернет-магазина. Мы не будем останавливаться на каждом пункте подробнее – рассмотрим лишь самое необходимое, всю суть.

Первое, что вы должны сделать, – это *определиться с нишей*. Чтобы вы хотели продавать? Конечно, это может быть что угодно, хоть украшения ручной работы, хоть винтажная одежда или неосязаемый цифровой продукт – все это можно продавать. Выставить на продажу можно все, но вот действительно продавать и делать это успешно – уже звучит сложнее. Определение вашей ниши поможет вам сконцентрировать собственные усилия и нацелиться на нужных клиентов, фокусироваться на том продукте, который приведет вас к большому успеху. Этой части мы посвятим отдельную главу далее, не будем останавливаться подробнее, чтобы исключить повторение.

Следующий этап (второй) – *проработка концепции собственного бренда*, желательно уникальной. Зачем это нужно? Причина первая – ваш интернет-магазин должен хоть чем-то отличаться от горы существующих интернет-магази-

нов. Иначе зачем покупателю обращаться к вам?

Чтобы создать уникальный бренд для интернет-магазина, вам потребуется произвести неизгладимое впечатление на покупателей, а как минимум:

– выбрать название вашему магазину – это может быть простое название, но я склонен рекомендовать что-то запоминающееся и необычное. Попробуйте использовать каламбур, игру слов, звуков или букв, что увеличит шансы выделиться из толпы других существующих наименований. Например, магазин, который продает экологически чистые товары, может называться «Зеленые товары», что одновременно будет вызывать нужные ассоциации и позволит использовать соответствующие цветовые решения;

– выбрать логотип. Как известно, логотип – это лицо бренда, ведь клиент, смотря на логотип, представляет вашу компанию. Логотип нужно делать простым и в то же время запоминающимся, чтобы он четко отражал ценности и философию вашей компании, перекликался с брендом и названием. В качестве базового совета, подчеркну, что можно рассмотреть возможность использования изображений или символов, которые имеют отношение к вашим продуктам или услугам;

– поработайте с цветовыми решениями. Выбирайте цвета, которые в полной мере отразят ваш бренд и вызовут те эмоции, которые вы бы хотели заложить в опыт клиента. Причем интерпретация цвета также требует учета культурного кон-

текста – если в одной стране красный цвет рассматривается как агрессия, то в другой он будет символом любви и жизни. Обязательно принимайте это во внимание;

– выбор шрифта. Первое требование к шрифту – он должен легко читаться и восприниматься, отражать тон вашего бренда. Если вы серьезный интернет-магазин, который нацелен на работу с юридическими лицами, используйте строгие и доступные шрифты. Если вы специализируетесь на специфичных товарах, вы можете отойти от этого правила и использовать соответствующий вашим товарам необычный шрифт.

Работая с брендом, помните, что нужно учитывать потребности своей целевой аудитории, создавать тот бренд, который будет востребован в ее кругах. Иначе для чего вам нужен бренд? Верно – он позволит продвигать товары среди целевой аудитории. А сделать это возможно только в том случае, если вы попадете «в яблочко», а точнее, «в сердце» вашей целевой аудитории.

Только уникальный и запоминающийся бренд способен обеспечить успех вашего интернет-магазина, но на перспективу бренд будет иметь, скорее, вторичный эффект. Главное правило – не относитесь к этому вопросу со всей строгостью, позвольте себе испытать удовольствие от процесса, но обязательно учитывайте, испытает ли удовольствие от вашего бренда и ваша целевая аудитория.

Третьим шагом на пути к запуску своего интернет-магазина становится *создание и настройка страницы товаров*. Опустим момент, когда вы подготовили свой сайт. Или вы хотели продавать в интернете без собственного сайта? Ошибка.

Простейшей настройки, само собой, будет недостаточно. Как минимум, потребуется функционально, гармонично и красиво оформить страницы с размещенными товарами. Презентуйте свой продукт так, чтобы клиент хотел купить его. Что для этого нужно? Сейчас расскажу:

– разместите подробные описания, но не прибегайте к технике захваливания. Наверняка вам попадались огромные описания товаров, которые расхваливают товар, но не содержат в себе ни капли реальной сути. Так вот, никогда не делайте себе такие описания, поставьте это за правило. Сделайте описания такими, чтобы целевая аудитория, прочитав их, могла взвесить все за и против и впоследствии принять верное решение о покупке. Помните, ваша задача – предоставить клиенту всю исчерпывающую информацию о товаре: от размеров, материалов и особых характеристик до способов ухода за товаром. Нужно ни больше, ни меньше;

– разместите на странице с товаром фотографии высокого разрешения, отражающие реальный внешний вид товара. Ни одна тысяча слов не заменит зрительное восприятие изображения товара, а в случае интернет-магазина именно изображение товара является визитной карточкой к успеху в про-

дажах. Это ваш единственный шанс продемонстрировать товар, и поэтому вам необходимо максимально использовать его. Начните с освещения: хорошее ли освещение на фотографии? Видно ли форм-фактор? Отражается ли реальный внешний вид товара? Присутствуют ли фотографии с разными ракурсами? Все это позволит вашим клиентам рассмотреть товар так, как им нужно, обратить внимание на детали, ведь для части клиентов это самое важное. Проявите внимание к мелочам, ведь так клиент почувствует хоть капельку заботы о себе, и постарайтесь, чтобы ваши фотографии отличались от тысячи других, пусть это и сложно, но вполне реализуемо без огромных затрат;

– размещайте всю необходимую информацию о стоимости товара. Клиент должен знать актуальную цену товара, за которую он сможет его приобрести. Иначе клиент не примет решение о покупке, а возможно, не станет рассматривать товар и вовсе. Информация о ценах должна быть как минимум легко читаемой и просматриваемой, а как максимум – отражать различные варианты ценообразования, способы оплаты и многие другие составляющие, значительно упрощающие процесс приобретения товара; например, представьте выгоду при покупке нескольких товаров одновременно или заложите возможность получения скидки при повторной покупке. Возможно, это увеличит шансы на успешную продажу;

– раскройте множество вариантов доставки, чтобы клиент мог выбрать самый подходящий из них для себя. Если

клиенту удобен предложенный формат, он с большей вероятностью согласится на доставку товара именно из вашего магазина. Из существующих вариантов вы можете предложить экспресс-доставку, самовывоз, традиционную доставку, привоз к определенной дате и времени и многие другие варианты. Важно! Указывайте правильную цену за каждый из вариантов, а также те сроки, которые сможете выдержать.

В комплексе представленные шаги по настройке страницы с товарами обеспечат привлечение клиентов и маломальские продажи. Мой совет – не бойтесь также добавить каплю юмора, чтобы заинтересовать клиентов. Но не стоит и перебарщивать с юмором.

Проводите аналогии или презентуйте товар в шуточной форме. Это работает. Особенно тогда, когда товар типовой и клиент хочет получить уникальные впечатления.

Так что мой вам совет – дерзайте и проявляйте свое творчество, не ограничивайтесь стандартными рамками, предложите что-то новое, и тогда, может быть, к вам будет проявлен особенный интерес со стороны клиентов.

Продвижение магазина – не менее значимый шаг (четвертый) в вопросах повышения продаж и дальнейшего развития. Запомните, продажи – ваше все. Не имея продаж, вы не продержитесь на рынке, поскольку вам элементарно нечем будет оплачивать счета за электричество, налоги и содержание интернет-магазина.

Создали интернет-магазин – не теряйте время и скорее прибегайте к лучшим методам продвижения. Все это позволит вам не только охватить целевую аудиторию, но и продвинуть продукт в массы. Более того, не бойтесь вкладывать ресурсы в рекламу; главное – отслеживайте свои траты и выбирайте наиболее результативные каналы продаж. Иначе успеха вам не ждать.

Открыть магазин не равно привлечь клиентов. Нужна огласка, которая и определит с первых пор то, каких усилий будет стоить привлечение клиентов.

Конечно, сегодня, в эпоху перенасыщения рынка, продвижение интернет-магазина может показаться поистине непосильным. Однако не все так сложно и не так страшно.

Начните с простого – социальных сетей. Зарегистрируйте аккаунты в популярных социальных сетях и начинайте свою активность, добавляйтесь в друзья, приглашайте в группы, размещайте на странице в социальной сети уникальные предложения или акции, что позволит привлекать новых клиентов. Делитесь ссылками на свой интернет-магазин, размещайте изображения своих товаров, проводите побольше времени за общением со своими клиентами. Предложите им выгоду от социальной сети, чтобы удержать и привлечь их внимание.

Следующим этапом, так сказать, по накатанной, становится маркетинг по электронной почте. Иначе говоря, рассылка. Это ваш приоритет, поскольку, имея рабочий адрес элек-

тронной почты, вы можете предлагать специальные предложения клиентам, рассылать горячие предложения или уникальные скидки, увеличивающие ваш оборот.

Но для этого вам понадобятся две вещи.

Во-первых, сами адреса электронной почты, заполучить которые не так-то уж и просто.

Во-вторых, нужно понять, как подойти к вашему клиенту с рассылкой, иначе он будет игнорировать ее.

Что делать, чтобы рассылка не затерялась в тысячах других схожих сообщений? Как минимум, старайтесь включать не только рекламу, но и полезную информацию или сообщения о вашем магазине. Постепенно переходите к инструментам маркетинга влияния, чтобы расширять целевую аудиторию. Изначально ориентируйтесь на долгосрочные отношения, что позволит удерживать клиента (в особенности если это возможно в вашей нише).

Самый сложный для предпринимателя, но настолько же важный шаг – это инвестиции в рекламу. Это может быть Google AdWords, Яндекс. Директ, нативная реклама у блогеров, таргетированная реклама в социальных сетях или что-то иное.

Ваша цель в таком случае – сгенерировать (а точнее, направить) как можно больше живого трафика в интернет-магазин, увеличить просмотры и подогреть интерес «публики». Здесь важно не перестараться и не растратить все свои сбережения на рекламу. Установите бюджет, контролируйте его

и держите баланс между расходами и эффективностью.

Продвижение, определенно, потребует от вас значимых усилий и времени, но, несомненно, если делать все верно и планомерно, приведет к необходимому результату. Выше-названные советы, хотя и являются базовыми, очень помогут начинающим разобраться с инструментами рекламы и продвижения, хотя бы сформируют представления о том, каким образом работает реклама и продвижение интернет-магазина в принципе.

В продолжение системы шагов, наконец, выделим пятый шаг – *управляйте развитием*. Это, пожалуй, один из самых обширных и в то же время абстрактных шагов, связанных с созданием и развитием собственного интернет-магазина. Почему? Все очень просто – управлять не есть смотреть и принимать важные решения. Управлять – это боль, связанная с планированием, бюджетированием, контролем.

Помните, в бизнесе есть только вы и ваш интерес. Больше никому и ничего не нужно. Ни одному партнеру или поставщику не нужен ваш интернет-магазин. Поэтому полагайтесь только на себя, держите все под четким контролем, что особенно необходимо на начальных этапах открытия интернет-магазина, когда требуется нащупать почву, на которой вы и возведете свой успешный интернет-магазин.

С управлением вроде бы разобрались. Но что дальше?

А дальше снова управление... Продолжайте управлять.

Вы думали, контроль бюджета да планирование, и все? Нет. Вы должны отслеживать буквально все!

Следите за своими заказами, графиками доставки, социальными сетями, рекламой и, самое главное, финансами. Подумайте об использовании таких инструментов, облегчающих жизнь предпринимателю, как CRM-система или что-то похожее на нее. Иначе потеряете, забудете и запутаетесь. Не бойтесь изучать и применять новые программы, ведь это даст вам дополнительные преимущества как сейчас, так увеличит ценность на перспективу.

Кажется, я знаю удачный пример всему тому, что было перечислено. Предлагаю отойти от книги и сделать одну простую вещь.

Возьмите несколько некрупных шариков.

Взяли?.. Теперь жонглируйте ими.

Выходит? Нет?.. Именно так и будет на первых порах управления собственным интернет-магазином. Хотеться будет многого. А вот «можется» не так много, как «хотеться».

В управлении вам нужно убедиться, что все идет настолько гладко, чтобы вы, словно жонглируя, не уронили мяч и не устроили хаос в своем бизнесе.

Словно жонглеру, вам придется постоянно держать себя в ежовых рукавицах, при этом не забывая двигаться вперед, в ногу со временем, пытаясь быть в курсе всех трендов, событий или изменений. И в первую очередь это касается вашего интернет-магазина.

Если говорить об управлении интернет-магазином более организованно, отмечу, что можно выделить несколько ключевых составляющих управления интернет-магазином:

– управление заказами; первое, что вам нужно сделать, это убедиться, что у вас все под контролем, буквально. Должна быть сформирована система отслеживания заказов от оформления до конца осуществления продажи. Если этого не будет, существуют все риски потерять клиента. Как показывает практика, достаточно хороший вариант в этом плане – это CRM-система, которая позволяет не только отслеживать заказы и данные о клиентах, но и расширяет прочие возможности, основанные на функционале системы (зависит от конкретного разработчика и программы);

– управление графиками поставок; далее, отслеживайте поставки товаров, а именно, их доставку «до двери» клиента. Клиент должен всегда знать, когда ему стоит ждать свой товар, причем заранее, а не когда последний стоит уже перед входной дверью и ожидает ее открытия. Постарайтесь как можно более заблаговременно сообщать об изменениях, воссоздайте прозрачную систему, что будет ценить каждый ваш покупатель, и будьте честны с клиентами (ведь вы не забыли первое правило, верно?);

– управление финансами; отслеживание финансов и денежного потока – это самая сложная задача. Я бы поставил ее на первое место в общих задачах управления бизнесом. Вам нужно не просто создать систему отслеживания финан-

сов и их движения, но и обеспечить учет доходов, расходов, высчитывать налоги, вести всю бухгалтерию. И желательно для этого воспользоваться простейшими версиями программ бухгалтерского учета, что позволит как минимум держать всю информацию о финансах и денежных потоках в одном месте, а как максимум – избавит вас от возможных проблем с налоговой в случае проверок;

– управление интернет-магазином; используйте специфические техники управления интернет-магазином. Поставьте реалистичные показатели роста, выделите систему прогнозов по развитию, текущие, среднесрочные и долгосрочные цели. Всегда следуйте правилу организации (первично, организуя себя), а затем двигайтесь к улучшению ситуации. Принимайте во внимание тренды и изменения, чтобы оперативно корректировать собственные планы, в соответствии с действующей повесткой и задачами.

Отмечу, что на этом весь спектр прелестей не заканчивается, ведь рассмотреть управление можно настолько узко, насколько вы себе и не представляете. В особенности если у вас нет опыта в этом сложном деле. Буквально на каждую мелочь можно уделять колоссальное время в управлении. На первых порах так и будет происходить, пока вы не научитесь расставлять правильно приоритеты во всех имеющихся бизнес-задачах.

Таким образом, краткий экскурс в вопросы открытия интернет-магазина может стать хорошим начинанием в ваших

раздумьях «а надо ли оно мне?»).

Если вы все еще готовы терпеть все те задачи, что были названы здесь, уточню еще одну малую вещь. Этих задач будет намного больше, и придут они с опытом. Чем дальше – тем больше. У вас обязательно, в случае роста, появится головная боль, связанная с сотрудниками, распределением обязанностей, еще большим усилением контроля... Эта тема настолько обширна, что не хватит и нескольких книг, чтобы в полной мере затронуть все базовые аспекты.

Так или иначе, надеюсь, что вы осознали главную суть и посыл этой главы – при наличии правильных инструментов и четкого плана у вас разворачиваются все шансы на успешное открытие интернет-магазина. Возможно, это будет непростой шаг в вашей жизни, но, если вы сделаете все правильно, шансы на успех значительно возрастут.

Просто не забудьте сосредоточиться на собственной нише, создайте уникальный бренд и его концепцию, продумайте дизайн, настройте страницу интернет-магазина и потихоньку, маленькими шажками, начинайте продвигать свой магазин, поддерживать порядок. Возможно, это повысит ваши шансы, но многое зависит от опыта, вашего личного таланта и не меньше от удачи.

Дисциплина – шаг первый

Дисциплина и бизнес – это практически синонимы. Дисциплина существует и без бизнеса. Но вот существует ли бизнес без нее? Попробуем разобраться.

Если говорить строго формально, то дисциплина в контексте бизнеса относится к своеобразной практике соблюдения набора правил, процедур и процессов, которые разработаны таким образом, чтобы создать условия планомерного достижения конкретно поставленных целей и задач.

В этом вопросе она достаточно схожа с управлением, поскольку также предполагает управление временем, постановку целей, организацию и принятие решений. Но ее отличие в то же время проявляется в том, что она свойственна именно человеку и определяется его качествами – дисциплинированностью.

А дело в том, что дисциплина отражает сущностную сторону управления, ведь без нее не может существовать не только бизнес, но и управление.

Возникает вопрос: но кто он такой, дисциплинированный предприниматель?

Думаю, это тот, кто умело и в верной для развития своего бизнеса последовательности расставляет приоритеты в рабочем процессе, обеспечивая управляемость личных ресурсов. При этом дисциплинированный предприниматель не теряет

бдительности, всегда держит фокус на намеченный результат и старается, несмотря ни на что, ни на проблемы, ни на возникающие барьеры или кризис, двигаться только вперед.

Развитая дисциплина способствует формированию четкой структуры разделения бизнеса (работы), личной жизни и хобби, обеспечивая продуктивность, действенность и достижение запланированного успеха в каждом из представленных направлений.

Она является значимым компонентом личности, определяющим степень успешности человека в любых его начинаниях. Это связано с тем, что дисциплина определяет возможность аккумулировать собственный потенциал и использовать его для достижения необходимого результата. Например, определяет фактически умение поставить и достичь ранее поставленные цели, а также объективно принимать необходимость переориентации с одних целей на другие.

Причем развитие данного качества является значимым для каждого человека, вне зависимости от его профессии. Не обязательно быть предпринимателем, чтобы дисциплина была востребована в вашей жизни.

Хотите улучшить собственную жизнь? Начните с дисциплины. И тогда вы научитесь ставить четкие и достижимые цели, последовательно двигаясь от одной цели к другой, для прихода к запланированному результату. Причем это значимо, первоочередно, на уровне развития вас как личности, а не как предпринимателя.

Обозначенное качество решает многое в движении вас в выбранном векторе развития, поскольку определяет точки прироста внутреннего потенциала и соответствие действий существующим желаниям, стремлениям и целям.

Так, фокусируясь на бизнес-аспектах, остановимся более подробно именно на целеполагании, с которого традиционно начинается любой процесс в бизнесе.

Дисциплина неразрывно связана с целеполаганием, поскольку при воспроизводстве способствует сохранению сосредоточенности и мотивированности. При ее отсутствии человек может столкнуться с проблемой быстрой сменяемости интересов в деятельности. Отвлекающие факторы затягивают недисциплинированного человека и переводят его в неверно выбранное русло, прямо-таки забирая внутренние ресурсы, распыляя их между множеством дел. А итог у этого один – вы делаете все и сразу и ни к чему стоящему не приходите.

Напротив, дисциплинированный человек не поддается подобным провокациям, сохраняя самообладание за счет внутреннего стержня. Скажу больше – когда в вас будут эти качества, вы с легкостью и большой уверенностью начнете двигаться вперед. Начнете видеть собственные цели, которые приобретут четкую «окантовку», с постепенным формированием личностно-профессиональной траектории роста. И дисциплина одновременно с этим будет подогревать ваш интерес и мотивацию, увеличивая желание преодолеть воз-

никающие на пути препятствия.

Расстановка приоритетов в дисциплине также становится значимым аспектом вас и вашего целеполагания. Без приоритетов вы не сможете правильно расставлять собственное время и реализовывать энергию. И, напротив, имея четкое видение того, каким образом и чего вы хотите достичь, вы начнете формировать план – набор конкретных действий к достижению запланированного (желаемого) результата.

План же послужит своеобразным ключом к запуску деятельности, поскольку позволит распределить свою энергию пропорционально количеству тех шагов, которые необходимо совершить для достижения целей.

Имея на руках план, вы сможете выделить время, необходимое на его реализацию, сегментировать это время в соответствии с существующими задачами, постепенно двигаясь к первоначально заданному, единому ориентиру. Этот же план позволит вам отказаться от второстепенных и незначимых задач. Но не забывайте, что любой план оправдан только тогда, когда его составление не превышает всех тех усилий, которые потребуются приложить, чтобы его выполнить. Иначе в этом плане нет и малейшего смысла. Проще будет сразу сделать, чем планировать дела.

Другой не менее значимой чертой является ориентированность на преодоление проблем прокрастинации. Дисциплинированный человек стремится доводить начатое до конца, не уходит из дела на полпути и уж тем более эффективно

реагирует на возникающие в ходе этого пути трудности.

Поставив четкую цель, человек начинает постепенно двигаться к ней, у него возникают дополнительные стремления и желания. И вот наконец он обнаружит, что цель практически полностью реализована.

Наличие цели не позволит вам откладывать существующие задачи в долгий ящик, ведь без этих задач вы не сможете двигаться к другим возможным целям собственной деятельности.

Не менее значимо при развитой дисциплине – не просто подготавливать планы и идти по ним, но и с особым энтузиазмом и рвением приступать к сложнейшим задачам. Сложные задачи часто отталкивают нас, и, как оказывается впоследствии, именно начинание сложной задачи становится самым поистине трудным этапом ее выполнения. Постепенно вы привыкнете к трудностям на своем пути и начнете их преодолевать так, будто всегда сосуществовали с ними. И это как раз отражает развитие того «стержня» и дисциплинированности в вас.

Немаловажно и то, что дисциплина, связанная с постановкой целей, позволяет вам постепенно увеличивать скорость продвижения к недавно поставленным целям. В то же время нельзя ставить все цели за один раз, в этом вопросе нужно поступать тактично, иначе вы вновь быстро выгорите по отношению к этим целям. Взвалив на себя огромную, непосильную ношу, не думайте, что это сделает вас более мотиви-

рованными к достижению заданных целей. Скорее, напротив, напротив избавит от желания приступить к запланированным задачам.

От вас требуется постепенное увеличение темпов, но только таким образом, чтобы эти темпы приносили необходимый прогресс. Опять же, четко взвешивайте собственный потенциал, имеющиеся личностные ресурсы, а также объективную потребность в выбранном темпе деятельности. В ином случае все еще присутствует риск значительного выгорания, с сомнительной «перспективой» полной утраты интереса к деятельности.

С того момента, как вы начнете строить планы, вы не заметите, как вы уже на автоматизме расставляете мелкие планы для текущего дня, предпринимаете последовательные и четко согласованные с целью шаги, двигаясь в заданном направлении. И все это постепенно будет подстегивать вас к еще большим достижениям, поскольку вы начнете чувствовать влияние дисциплины на вас и ваш распорядок дня.

Как можно заметить, значение дисциплины невозможно недооценить. Она в первую очередь играет важную роль в планировании, постановке целей, а как итог, и в их достижении. Поскольку любой процесс, инициация начинается именно с нее.

Переходя от слов к реальному делу, отметим, что дисциплина в практике предпринимателя неразрывно связана с тайм-менеджментом, или управлением временем.

Они поддерживают не только друг друга, но и предпринимателя, способствуя его успешности в личной и профессиональной деятельности. Любой опытный предприниматель с уверенностью вам скажет, что больше всего он ценит собственное время, поскольку именно от времени и его распределения зависят денежные поступления. Как говорится, время – деньги.

Чем это обусловлено? Банально – тем, что время лежит в основе исполнения бизнес-процессов. Нарушите один бизнес-процесс по времени, за ним «поедет» вся последующая иерархическая цепочка бизнес-процессов. И порой устранить потери времени невозможно, а ущерб, наносимый ими, может исчисляться масштабами годовых оборотов компании.

Время для предпринимателя – это не менее значимый товар, эффективное использование которого основано на эффективном управлении. И это управление будет определять успех на пути к максимизации производительности.

Дисциплина обеспечивает, как отмечалось ранее, расстановку приоритетов в той последовательности, при которой первоначально будут реализовываться критически значимые задачи, а затем и все остальные. Только распоряжаясь собственным временем, вы способны гарантировать себе, что сможете получать максимальную отдачу не только от каждого дня, но, учитывая динамику современного мира, и от каждого часа, а возможно, и каждой минуты.

Она сфокусирует вас на значимых задачах, позволит перевести энергию на значимые действия и в этом вопросе определит расстановку приоритетов таким образом, чтобы реализовывать только значимые на пути к достижению цели действия.

Это, в свою очередь, обеспечивает значительное ускорение оборотов движения к цели. Более того, видя собственную динамику и постепенное продвижение в намеченном векторе, вы начнете чувствовать удовлетворение, будете не просто довольны собой, но и стремительны в вопросах собственного дела. На перспективу такой ритм жизни определяет баланс между личной жизнью и бизнесом.

В структуре тайм-менеджмента дисциплина способствует значительному приросту вероятности не просто правильно поставить цель, но и прийти к ней. Это потребует от вас выделения четких целей, которые позволят в корне видеть требующиеся для их достижения приоритеты, в соответствии с которыми будет распределяться ваше время.

Она неразрывно связана с распорядком и собственным расписанием. Например, вы можете выделить часы своей работы, время перерывов, а в оставшуюся часть своего дня выполнять собственные задачи, влияющие на ваше благоприятное самочувствие.

И, хотя очень часто подобный подход к самоорганизации рассматривается как рутинная, именно за этой рутинной скрывается перспектива максимизации уровня собственной про-

изводительности, достижения высокого баланса между работой (бизнесом), личной жизнью и расставленными приоритетами. И это является вашей персональной формулой счастья – расставьте приоритеты в личных делах и поддерживайте их гармонизацию. Кто знает, может быть, это сделает вас успешным в нескольких направлениях.

Другим результативным способом сделать вас эффективным является управление полезными привычками. Полезные привычки связаны с регулярными действиями, выполнение которых, возможно, не занимает много времени, но при этом значительно сокращает риски и увеличивает возможности в дальнейшем продвижении. Полезной привычкой может быть, например, проверка электронных писем с определенной интервальностью. Регулярный ответ на эти письма во избежание их накопления и сокращения в последующем времени, которое требуется на выполнение этой, казалось бы, до жути простой задачи.

Аналогичным образом за счет развития собственной дисциплинированности вы получаете возможность организовать себя, исключить проявления беспорядка в рабочем пространстве, повысить эффективность и собственную производительность.

В заключение настоящей, достаточно краткой, но одновременно с этим важной и мотивирующей главы, подчеркнем, что дисциплина, наряду с честностью, становятся двумя столпами личной формулы успеха. Она обеспечивает под-

держку предпринимателя, помогая расставлять приоритеты в задачах, повышая уровень мотивации к выполнению заданных задач, а также сосредоточению на заданных параметрах. Только будучи дисциплинированным предприниматель поистине способен реализовывать запланированные виды деятельности, сохраняя баланс между личным и рабочим временем, тем самым спасая себя от эмоционального выгорания или иных проблем.

Перед тем как мы перейдем к следующему разделу настоящей книги, отметим, что развитие дисциплины потребует от вас некоторых хитростей:

– устанавливайте ясные цели и приоритеты. Знание, в каком направлении вы двигаетесь, поможет оставаться фокусированным на выполнении данного приоритета. Причем приоритеты в таком случае можно разделить на своеобразную систему: от краткосрочных, до средне- и долгосрочных;

– формируйте для себя планы и расписание, действуйте согласно им. Это поможет вам не только организовать собственное время, но и позволит установить своего рода соглашение с самим собой. При этом важно, если не удастся следовать плану или намеченному расписанию, не нужно на этом фокусироваться. Научитесь понимать, какие задачи и сколько потребуют времени. На перспективу вы научитесь более точно определять трудоемкость вашей работы;

– используйте специальные техники управления временем (подходы к тайм-менеджменту). На тайм-менеджменте

мы остановимся несколько позднее, в следующих главах;

– умеете отказывать, причем как себе, так и окружающим.

Иногда этот важный навык позволит избежать излишне повышенной нагрузки, удерживать контроль над собственным временем и силами;

– подкрепляйте успех малым вознаграждением. Удалось соблюсти план или выполнить сложную задачу? Наградите себя, чтобы впоследствии иметь больше мотивации для повторения подобного поведения, его закрепления;

– стремитесь развивать собственные привычки, разделяйте их не только на полезные, но и на вредные и нейтральные. Соответственно, попытайтесь максимизировать первые, и минимизировать последующие. Дисциплина неразрывно связана с готовностью к многократному повторению рутинных действий, в связи с чем полезные привычки будут хорошо стимулировать дисциплину;

– сохраняйте собственный позитивный настрой. Ошибки периодически случаются, и не всегда это зависит от ваших усилий, дисциплины или удачи. Необходимо учиться на ошибках, причем как на собственных, так и чужих, придавать им поучительное, а не уничижительное влияние.

На самом деле, перечень этих советов может продолжаться еще очень долго. Главный посыл – старайтесь понимать себя и осознавать собственные потребности, и, скорее всего, за счет этого вам удастся достичь запланированных целей и результатов, получить желаемое. Конечно, не без прикла-

дывания определенных усилий – иначе попросту не бывает.

Выбор ниши

Ранее я обещал, что мы остановимся на вопросах выбора ниши более подробно. Отмечу, что выбор ниши – это задача, требующая от вас четкого понимания, в каком направлении и почему именно в нем вы собираетесь двигаться.

От ниши также зависит успех вашего интернет-магазина, что связано с влиянием ее, ниши, на всю деятельность: от философии бизнеса до конкретного набора компонентов бизнес-модели, структуры бизнес-процессов и, наконец, условий реализации вашей управленческой практики (того, как вы будете управлять собственным бизнесом).

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.