



#obr2018
#web2win

Нужны ли Вам
технологии в бизнесе?

Антон Галушко, Мастер Марио

www.mastermario.ru

Некоторые владельцы малого и среднего бизнеса получают гарантированный результат в виде чистой прибыли БЕЗ использования каких-либо особых технологий.

Возникает вопрос: а действительно ли нужны в бизнесе технологии?

1. Стратегия и замысел компании
2. Управление Закупками
3. Маркетинг / Лидогенерация
4. Продажи
5. Логистика
6. Финансовый учет
7. Бизнес-образование

1. СТРАТЕГИЯ И ЗАМЫСЕЛ КОМПАНИИ

Результаты интервью с собственниками малого бизнеса:

Мой бизнес нужен для того, чтобы:

- Заработать больше денег, чтобы купить себе машину, квартиру, загородный дом, айфон, ...
- Победить всех основных конкурентов
- Сделать больше оборота за следующий год
- Стать №1 в нашей нише

Собственники на 100% достигают этих целей

1. СТРАТЕГИЯ И ЗАМЫСЕЛ КОМПАНИИ

Результаты изучения бизнес-технологий, литературы и личного опыта:

Бизнес существует для того, чтобы:

- Предприниматель жил своей мечтой, реализовал свое предназначение
- Вносить позитивные изменения в мир, давать пользу внешнему миру
- Развивать сотрудников компании, давать им ресурсы для личных целей
- Создавать экономически устойчивое предприятие
- Постоянно увеличивать ценность для клиентов, сотрудников и акционеров компании

Миссия / Замысел компании:

- **Миссия** — конечная сверхцель создания и существования организации, которая работает ради приумножения общего блага

ИКЕА: «Изменить к лучшему повседневную жизнь простых людей»

Walmart: «Мы экономим людям деньги, чтобы они могли жить лучше».

Google: «Организовать информацию мира и сделать ее повсеместно доступной и полезной».

Facebook: «Дать людям возможность общаться и сделать мир более открытым и единым»

1. СТРАТЕГИЯ И ЗАМЫСЕЛ КОМПАНИИ

Миссия / Замысел компании:

1. Определяет стратегические цели и долгосрочные перспективы компании
2. Вдохновляет и сплачивает людей
3. Обеспечивает ментальную синергетику сотрудников
4. Помогает в планировании и расстановке приоритетов
5. Позволяет выгодно отличаться от других компаний на рынке
6. Поддерживает внутреннюю стабильность компании
7. Обеспечивает потенциально лидирующие позиции

1. СТРАТЕГИЯ И ЗАМЫСЕЛ КОМПАНИИ

Разработка Миссии / Замысла — достаточно трудоемкий процесс, поэтому предприниматели говорят:

1. Миссия / Замысел очень абстрактны и непонятно, как их применять
2. На их разработку уходит много времен и сил
3. Далеко не каждый сотрудник видит так далеко, как собственник компании и для него Миссия — это просто слова на бумаге
4. У меня нет времени на “всякую ерунду”, пойду лучше повышу продажи

1. СТРАТЕГИЯ И ЗАМЫСЕЛ КОМПАНИИ

Если вы хотите разработать Вашу Миссию, то:

1. Оцифруйте свою личность, поймите в чем Ваше личное предназначение
2. Посетите тренинг “Коучинг Жизненного Пути” (Андрей Плигин, Москва)
3. Выполните упражнения по книгам:
 - a. “Путь Лидера” (Плигин),
 - b. “Стратегии и качества людей высоких достижений” (Плигин)
 - c. “Обязанности владельца компании” (А.Высоцкий)
 - d. Next Generation Entrepreneurs / Success Factor Modeling (Robert Brian Dilts)
4. Проводите Сессии Стратегического Планирования

2. УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ

Многие торговые компании подходят к управлению ассортиментом следующим образом:

1. Ищем сайты торговых компаний в интернете
2. Смотрим, какие товары они продают
3. Изучаем сезонность спроса товаров по Яндекс.Вордстату
4. Находим поставщиков
5. Размещаем как можно больше товаров
6. Запускаем рекламу
7. Продаем все, что спрашивают

Почему Вы выбрали именно этот ассортимент?

1. С этого товара можно хорошо заработать
2. Этот товар хорошо спрашивают в интернете, будет много “лидов”
3. У нас по этому товару хорошие условия от поставщиков
4. "Возьмем на склад, будет разлетаться, как пирожки"
5. Наши поставщики имеют это на складе, вот мы и продаем по модели "дропшипинг"

...

В целом, такой подход действительно позволяет компании заработать...

Технология категорийного менеджмента предполагает следующие процессы и действия:

1. Решение о товарной специфике магазина / основано на Миссии
2. Выбор конкурентной стратегии (анализ рынка, клиентов, конкурентов)
3. Организационное построение (ИТ-система, бизнес-процессы, орг.схема)
4. Структуризация ассортимента (разработка классификатора занимает несколько лет)
5. Стратегия ценообразования (основана на стратегии компании, требует регулярного финансового планирования)
6. Регулярный Анализ и Корректировка (требует компетентных категорийных менеджеров и собственных технологий)

Необходима ли эта технология для заработка?

- Для того, чтобы просто продавать товар, достаточно найти закупщика, кто умеет "отжимать" цены с поставщиков и все!
- Далее просто запустить рекламу и продавать товар
- Если Вы продаете товары "дропшипингом" или у Вас **есть самая низкая цена**, то можно обойтись и закупщиком
- Или если у вас в ассортименте всего несколько тысяч товаров
- Вам уже НЕ нужна ИТ-система, а достаточно просто вручную обновлять цены на сайте / или не обновлять, как это делают множество компаний

Если Вы решили внедрять категорийный менеджмент, то:

1. Обязательно разработайте Миссию / Замысел компании
2. Учитесь у лучших в России
 - a. Екатерина Бузукова / <https://www.assorts.ru>
 - b. Сергей Илюха / <https://www.retail.ru>
3. Готовьтесь вкладывать крупные суммы в ИТ-системы
4. Формируйте штат компетентных кат.менеджеров во главе с коммерческим директором

P.S. Категорийный менеджмент — это просто инструмент для того, чтобы Вы быстрее достигали поставленных целей, а не “волшебная таблетка”

Многие собственники бизнеса, исходя из интервью:

1. Разбираются в технологиях рекламы на уровне “новичка”
2. НЕ слышали про классический “Коттлеровский” маркетинг
3. Измеряют результат от рекламы в виде позиций в поисковиках, кликов, заявок в отдел продаж (а не в ROI, например)
4. Делегируют “маркетинг” сторонним агентствам
5. Используют контекст + SEO + маркетплейсы / иногда таргетированную рекламу в соц.сетях
6. При исследовании рынка изучают только цены конкурентов и их акции на сайтах

Эталонное агентство для меня — <https://www.complete.ru>

1. Основываются на классическом маркетинге
2. Используют инструменты системно
3. Опираются на “путь клиента”, а не на запросы в “Я.Вордстате”
4. Сегментируют клиентов
5. Разрабатывают классическую маркетинговую стратегию (4p / 4c) с использованием онлайн-инструментов для продвижения
6. ...

P.S. Сами не пользуемся их услугами, а учимся у них :)

Пример №1:

- Компания продает какой-то из товаров / услуг и рекламирует их в контекстной рекламе
- При этом компания НЕ изучила путь клиента, что он делает задолго до поиска их продукта / услуги
- В итоге компания конкурирует со всеми, кто хочет идти таким-же простым способом
- Если ROI рекламы положителен, то в целом это уже результат
- Некоторые компании НЕ следят за свои рекламным бюджетом и просто выкидывают деньги на ветер...
- Хотя их общий результат бизнеса вполне достойный

Пример №2:

- Проведя маркетинговое исследование (часть отчетов мы купили, часть исследовали сами)
- Мы поняли, что продукт А в интернете ищут лишь 20% целевых клиентов
- Остальные 80% приобретают его на рынках, в оффлайн магазинах, либо через строителей
- Собственно, пока конкуренты "соревнуются" в Яндекс.Директе, мы выбираем другие каналы продвижения, чтобы выйти на целевых покупателей
- Продвигаясь через "Я.Директ" сложно выйти на 80% оставшихся клиентов

Нужен ли Вам классический / системный маркетинг?

- Придется вкладывать много времени и сил на изучение “матчасти”
- Исследования стоят денег
- Само по себе исследование ничего не дает, нужны аналитические способности / компетентный “классический” маркетолог
- Разработка маркетинговой стратегии — весьма трудоемкий процесс

В целом, опрошенные предприниматели делают деньги и БЕЗ классического маркетинга... достаточно иметь:

Продукт по хорошей цене + Лэндинг + Я. Директ

Исходя из опросов + личного анализа конкурентов сделал выводы:

- Даже самые “сильные” из наших конкурентов только-только начинают внедрять у себя CRM
- Отсутствие CRM НЕ мешает им зарабатывать
- Примерно 2 из 30 компаний используют скрипты, остальные говорят “Ало...”
- Редко слышу, когда сотрудники отделов продаж проходят тренинги по продажам :)

*Лично я делаю выбор в пользу той или иной компании ДО обращения.
Менеджер нужен лишь для оформления счета и договора.*

Какие технологии призваны увеличить продажи?

1. Мощная и функциональная CRM-система
2. План продаж по отделам / продуктам / менеджерам
3. Грамотный РОП, который постоянно тренирует весь отдел продаж
4. Скрипты / Алгоритмы продаж под каждый продукт
5. Система записи и анализа разговоров, работа над ошибками
6. Регулярные тренинги в отделе продаж, возможно штатный тренер
7. Настроенная система рекрутинга
8. Собственнику самому регулярно проходить обучение по курсам продаж

Из активных инфо-тренингов: Радмило Лукич, Константин Бакшт, Екатерина Уколова, “Бойлерная”, “Бизнес-Молодость” и другие...

Но нужны ли Вам эти технологии?

- РОП и CRM — это дополнительные расходы (а для кого-то инвестиции)
- Разработка хороших продающих скриптов и накопление опыта — трудоемкий процесс
- В целом, малый бизнес достаточно хорошо зарабатывает и БЕЗ использования технологий в отделе продаж
- Если закупщик нашел товар по самой низкой цене, этого достаточно, чтобы клиенты сами хотели у вас купить товар
- Если у Вас полноценный ИНТЕРНЕТ-магазин, то зачем также технологии в отделе продаж, когда все автоматизировано?

Наблюдения за малым бизнесом в отношении логистики:

- Функцию логиста выполняет менеджер по продажам
- Он самостоятельно договаривается с водителями о доставке, сам отправляет товар ТК или почтой РФ
- Компания работает с наемными водителями
- Доставка осуществляется в основном по методу “склад - покупатель” без использования сборных грузов
- Контроль доставки осуществляется БЕЗ использования ИТ-системы
- Логистика может быть отдана на “OutSource”, как не основной процесс (хотя как-раз в торговле — это основной бизнес-процесс)

Какие технологии можно использовать в логистике:

- Магистральная логистика с транзитного склада (E96.RU)
- ИТ-системы от AXELOT, которые специализируется на складской и транспортной логистике
- Автоматизация доставки сборных грузов, курирования автомобилей в пути и многих других функций
- Организация сквозного бизнес-процесса, когда менеджер только продает, а отгрузками занимаются другие специалисты
- Кейсы Магнит, Ozon.ru, Amazon.com и других “гигантов”

Нужны ли Вам технологии в логистике?

- Если менеджер мотивирован на валовую прибыль с заказа, он сам найдет наиболее выгодный (недорогой) вариант доставить товар
- Т.к. менеджер сам отгружает свои заказы и от получает за них з/п, то он более детально прорабатывает вопрос доставки
- Бизнес-процесс завязан на одном сотруднике... информация о доставке НЕ искажается во время ее выполнения
- В целом, клиент получает более качественное обслуживание, работая с одним менеджером от начала и до конца сделки

Как некоторые предприниматели в малом бизнесе относятся к деньгам?

- “Главные” показатели — чистая прибыль / валовая прибыль, расходы и оборот
- Кто-то редко следит за своими финансами, они просто видят, что “деньги есть” и когда необходимо — берут себе на карманные расходы
- О том, что такое управленческий учет — знают лишь единицы

Отсутствие финансовой грамотности НЕ мешает предпринимателям покупать себе машины, квартиры, загородные дома :)

Какие технологии можно внедрить в бизнесе в отношении финансов:

- Управленческий учет (БДР, БДДС, Баланс)
- Ориентироваться на **эффективность бизнеса**, например показатель прибыли на X (прибыль на м², прибыль на сотрудника, прибыль на...)
- Считать $ROE = \text{чистая прибыль} / \text{собственный капитал бизнеса}$ (возможно стоит вложить деньги в более прибыльное дело)
- Планировать бюджет доходов и расходов
- И т.д.

Подробнее в книге: Святослав Бирюлин, «Как все испортить и разорить бизнес. 13 мифов об управлении бизнесом в России»

Нужно ли Вам управление финансами? Тогда необходимо:

- Разбираться в Упр.учете и Экселе :)
- Финансовый аналитик / Экономист (от 50 000 руб./ мес)
- ИТ-система для четкого учета
- Составлять бюджет расходов и доходов и строго придерживаться правил

Т.к. Мало кто из предпринимателей ИНВЕСТИРУЮТ заработанные деньги (а просто “вынимают” из бизнеса, не имеет смысла считать расходы будущих периодов... все расходы идут на текущий период “здесь и сейчас”

Частые ответы от владельцев малого бизнеса по поводу образования:

- У меня свой уникальный опыт
- Это все теория... реальный бизнес делается не так, как в книгах
- Мне некогда обучаться, нужно деньги делать
- Все бизнес-тренеры — шарлатаны
- Зачем нам такие сложные знания?

*Большая часть из тех, кто обучается — посещает курсы “БМ”, “Like” и др.
Мало кто готов учиться у того-же Александра Фридмана, который обучает
крупнейшие компании в России*

Чему “должен” обучаться собственник компании?

1. Личностный рост (НЛП, Целеполагание, Коучинг, Терапия, ...)
2. Духовный рост (спорт, медитации, осознанность)
3. Личная эффективность (тайм-менеджмент, логическое, системное мышление, ...)
4. Бизнес-стратегия (конкурентное преимущество, классический маркетинг и т.д.)
5. Регулярный менеджмент, управление персоналом, HR
6. Бизнес-процессы
7. Лидогенерация (принципы работы рекламных систем)
8. Технологии продаж

Примеры годовых “нормативов” для владельца бизнеса:

- 3-4 бизнес-тренинга с обязательным внедрением полученных знаний
- 10-15 консультаций с коучем / экспертом
- 10-15 бизнес-книг об истории успеха мировых компаний
- 10-15 книг о профильных технологиях (маркетинг, стратегия, ...)
- 5-10 онлайн-курсов
- Раз в неделю “свидание с самим собой” для рефлексии опыта

В среднем, необходимо по 1-2 часа в день на регулярной основе повышать свои компетенции :) А еще внедрять на ПРАКТИКЕ полученные знания, чтобы превратить их в опыт!

НО это лишние деньги / время...

- Многие бизнесмены БЕЗ дополнительного обучения делают устойчивый финансовый результат (на связях, “чуйке” и “харизме”)
- Занимаясь ежедневной рутинной, предприниматели делают свой “главный” результат — деньги на личные покупки
- Их знаний и навыков уже хватает для этого

Например, владелец компании-конкурента лишь недавно прошел курс “БМ” для новичков и это НЕ мешало ему заработать за 8 лет работы себе на квартиру, машину и многие другие крупные покупки без кредита :)

Сравнивая “результат в виде чистой прибыли” могу сказать:

1. Для достижения результатов в виде машин, квартир, загородных домов и денег на карманные расходы **использовать технологии НЕ обязательно**
2. Скорее всего, всегда будут такие сегменты рынка, где денежный результат можно будет получать по-наитию
3. Использовать технологии или нет — выбор каждого предпринимателя
4. Вопрос в том, на какие перспективы Вы рассчитываете...

P.S. Лично я делаю “ставку” на бизнес-технологии, как инструмент долгосрочных инвестиций для создания действительно полезного и успешного бизнеса :)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Антон Галушко

Совладелец и директор по развитию “Мастер Марио” (стройматериалы, окна, потолки, аренда спецтехники, интернет-магазин детских товаров)

- +7 (919) 365-35-35
- ap@mastermario.ru
- <https://vk.com/boarderpro>
- <https://www.facebook.com/boarderpro>

***Приглашаю вступить в клуб
“Бизнес-Пятница 13”, где более 100 предпринимателей
регулярно встречаются для обмена опытом. Участие
бесплатно. Пишите!***

