

# КАК ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА СЕГОДНЯ





**МИНИСТЕРСТВО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РОССИИ)**

Пресненская наб., д. 10, стр. 2, Москва, 125039  
Тел. (495) 870-86-39, Факс (495) 870-70-06  
E-mail: [mineconom@economy.gov.ru](mailto:mineconom@economy.gov.ru)  
<http://www.economy.gov.ru>  
ОКПО 00083204, ОГРН 1027700575385,  
ИНН/КПП 7710349494/771001001

**РЕКОМЕНДАЦИЯ  
МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ  
РОССИИ**

Высшим органам исполнительной  
власти субъектов Российской  
Федерации  
(по списку)

Приложение № 1 к письму Минэкономразвития России

(перечень программ №1 продолжительностью 16 и более часов)

| №<br>пп | Наименование программы и/или<br>курса                                 | Ак.<br>часы | Телефон           | E-mail                                                       | Сайт организации                                           | Организация, предоставившая информацию о<br>программе |
|---------|-----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 74      | Как создать эффективный бизнес:<br>секреты успеха и «подводные камни» | 16          | 8 (918) 555-56-68 | <a href="mailto:mail@germankrash.ru">mail@germankrash.ru</a> | <a href="http://www.germankrash.ru">www.germankrash.ru</a> | ИП Крашенинников Герман Анатольевич                   |

Приложение № 2 к письму Минэкономразвития России

(перечень программ №2 продолжительностью менее 16 часов)

| №<br>пп | Наименование программы и/или<br>курса                                          | Ак.<br>часы | Телефон           | E-mail                                                       | Сайт организации                                           | Организация, предоставившая информацию о<br>программе |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 19      | Как грамотно подготовить<br>инвестпроект и привлечь для него<br>финансирование | 4           | 8 (918) 555-56-68 | <a href="mailto:mail@germankrash.ru">mail@germankrash.ru</a> | <a href="http://www.germankrash.ru">www.germankrash.ru</a> | ИП Крашенинников Герман Анатольевич                   |

**Кто я и почему  
меня стоит слушать?**

**ГЕРМАН КРАШЕНИННИКОВ**

# Служба офицером

в Вооружённых силах РФ (ГРУ, ВВС)

**1987 – 1998**



# ГЕРМАН КРАШЕНИННИКОВ

- 1987 – 1998**    Офицер Вооружённых сил РФ (ГРУ, ВВС)
- 1998 – 2002**    Учредитель концертных агентств «КОМИЛЬФО» и «ВИЗАВИ»
- 2002 – 2010**    Генеральный директор девелоперской компании ADM GROUP
- 2011 – 2017**    Заместитель директора Представительства Государственной  
корпорации ВНЕШЭКОНОМБАНК

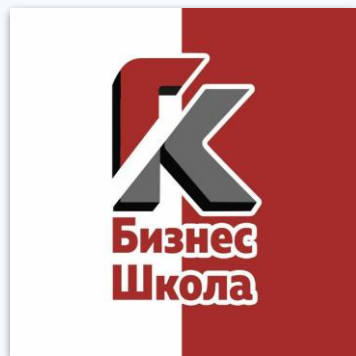


БАНК  
РАЗВИТИЯ

2017 – н/в

## **Предприниматель, спикер-эксперт и бизнес-консультант по вопросам:**

- подготовки и реализации инвестиционных проектов
- практики применения ГЧП и Концессионных соглашений
- создания и управления коммерческой недвижимостью
- организации проектного финансирования
- цифровизации и эффективности бизнеса



# Личные достижения

## ЛИЧНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ

22 000 м<sup>2</sup>

\$30 000 000

- от идеи до реализации,  
сдачи в эксплуатацию и управления
- лауреат конкурса ГУД РФ  
«Лучший девелоперский проект»  
в номинации «Торговая недвижимость»
- победитель CRE Federal Awards  
в номинации «Малый Торговый центр России»

ГАЛЕРЕЯ  
**АСТОР**



**CRE**  
Commercial Real Estate  
**AWARDS**



## ЛИЧНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ

80 000 м2

\$100 000 000

- от идеи до реализации  
и сдачи в эксплуатацию
- победитель федеральной премии  
**RCSC Federal Awards** в номинации  
«Большой Торговый центр России»



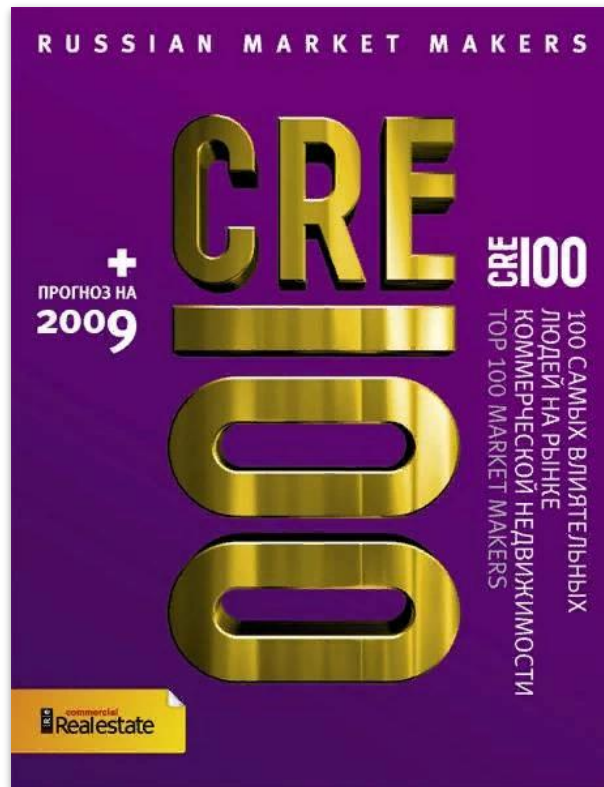
ЗОЛОТОЙ  
ВАВИЛОН



**RCSC**  
**Awards**

# ЛИЧНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ

Неоднократно входил в престижный  
профессиональный рейтинг  
**«100 самых влиятельных персон  
коммерческой недвижимости России»**  
по версии Commercial Real Estate



## ЛИЧНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ

Разработал совместно со специалистами  
мирового уровня федеральный бренд

**«КАЛИНКА-МАЛИНКА»**

для крупноформатных Торгово-  
развлекательных комплексов





**5 СЫНОВЕЙ**

# Компетенции эксперта

# КОМПЕТЕНЦИИ ЭКСПЕРТА

- Предприниматель
- Топ-менеджер
- Инициатор инвестпроектов
- Банковский служащий
- Сотрудник госкорпорации
- Представитель института развития
- **Спикер, умеющий говорить по существу**





# СИТУАЦИЯ НА СЕГОДНЯ

- **Национальный проект «МСП»**
- Всего субъектов МСП – **6,1 млн**
- Доля МСП в ВВП страны ~ **22%**
- ЦЕЛЬ – довести долю МСП в ВВП **до 50%**
- Ежегодно закрывается больше бизнесов, чем открывается новых
- **9 из 10** бизнесов закрывается в 1-й год работы



# ТОП-7

причин проблем  
предпринимателей

## 1 ПРИЧИНА

# Недостаточная

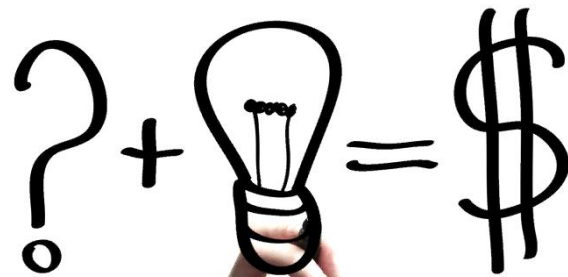
подготовка предпринимателей



## 2 ПРИЧИНА

# Бизнес-идеи

не проверяются на реальность



3 ПРИЧИНА

# Ошибки найма

персонала



4 ПРИЧИНА

# Незнание

«подводных камней»  
ведения бизнеса



## 5 ПРИЧИНА

# Ошибки в расчётах

сколько нужно денег



## 6 ПРИЧИНА

**Раннее делегирование**  
и отсутствие вовлечённости

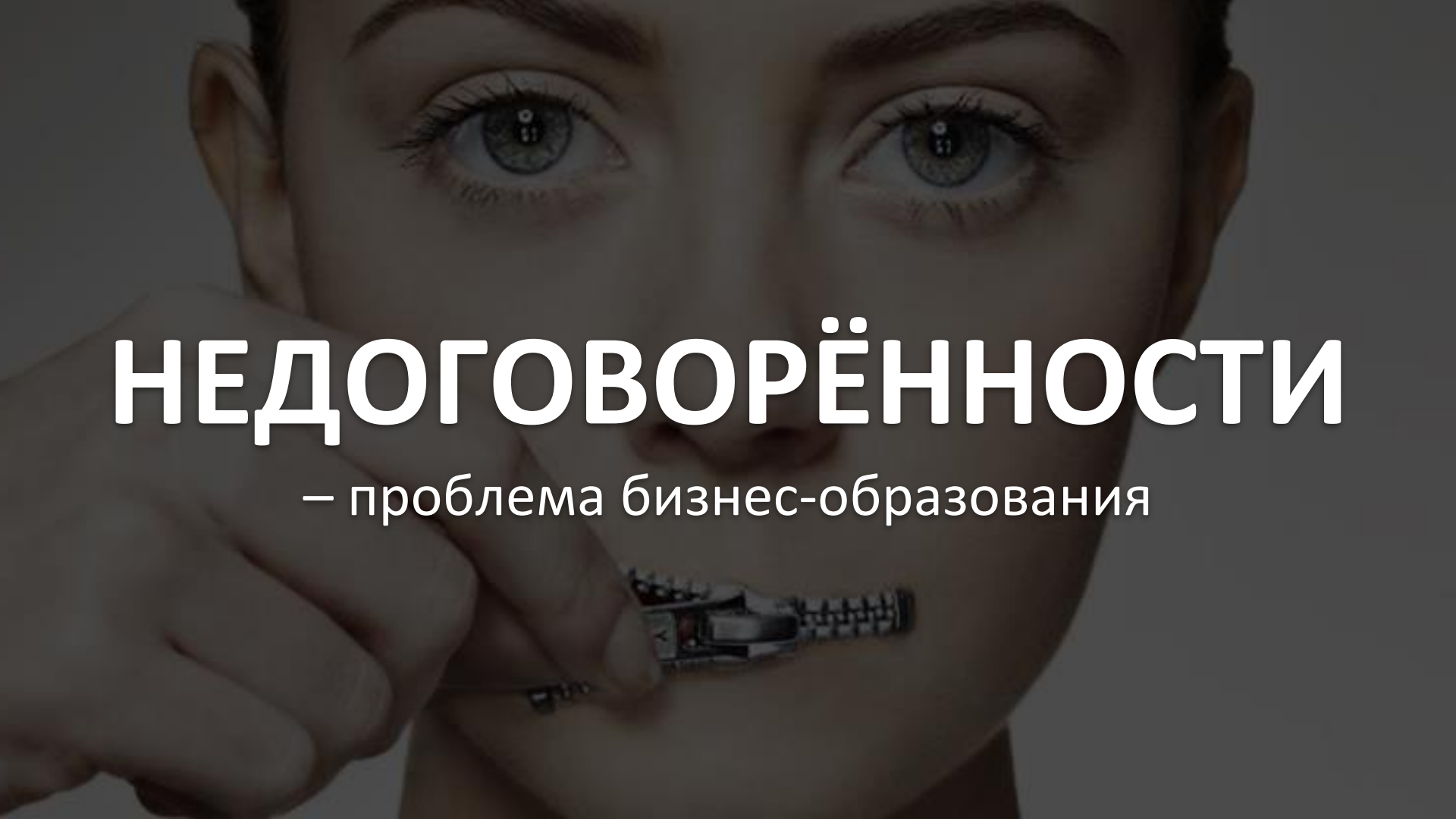


## 7 ПРИЧИНА

### Бизнес «для своих»

«со своими» и по факту



A close-up, dark-toned photograph of a woman's face. Her eyes are wide and looking directly at the camera. Her mouth is replaced by a silver metal zipper, which is partially unzipped. Her hand is visible, holding the zipper pull. The overall mood is mysterious and suggests a theme of hidden information or silence.

# НЕДОГОВОРЁННОСТИ

– проблема бизнес-образования

# ЧЕМУ НУЖНО УЧИТЬСЯ

- Основы психологии и педагогики
- Ораторское искусство
- Актёрское мастерство
- Управление персоналом
- Ведение переговоров
- Практика, практика и практика



# ВАЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ

## Крайне необходимо:

- постоянно заниматься саморазвитием
- оперативно реагировать и принимать решения
- быть гибким, искать разумные компромиссы
- аргументировано отстаивать свою позицию
- ставить задачи в терминах результата

**Кому предприниматель  
ставит задачи?**

# **Кому предприниматель ставит задачи?**

– Сотрудникам, подрядчикам и партнёрам

## ОСОБЕННОСТИ ПОСТАНОВКИ ЗАДАЧ

### Сотрудникам

- по инструкции
- по результату
- по проблеме



## ОСОБЕННОСТИ ПОСТАНОВКИ ЗАДАЧ

# Подрядчикам грамотное формирование Технических Заданий

ДОГОВОР ПОДРЯДА № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_» (Свидетельство о допуске к определенному виду работ № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_ г.), именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_ с одной стороны и \_\_\_\_\_, именуемый в дальнейшем «Заказчик», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_ с другой стороны, именуемые в дальнейшем «Стороны», заключили настоящий договор о нижеследующем:

**1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА**

Исполнитель обязуется по заданию Заказчика выполнить работы на основании настоящего задания (предусмотренного Приложением №1 к Договору) \_\_\_\_\_, расположенного \_\_\_\_\_, а Заказчик обязан принять и оплатить выполненные работы по настоящему договору. Исполнитель несет ответственность за качество выполненных работ перед Заказчиком.

Стороны договорились, что передача/прием документов производится со следующими условиями:

## ОСОБЕННОСТИ ПОСТАНОВКИ ЗАДАЧ

# Партнёрам

В СООТВЕТСТВИИ  
с распределением ролей



# Стратегическое планирование

# СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

- **Направляет на достижение**  
определённых целей
- **Изучает альтернативные способы**  
достижения целей
- **Предоставляет оценку**  
необходимых ресурсов
- **Обеспечивает контрольный показатель**  
для измерения того, что было сделано



# СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Для выбора стратегии обязателен **SWOT-анализ**

**S**

## СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (STRONG)

- Конкурентные преимущества
- Почему ваш товар покупают

**W**

## СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (WEAK)

- Недостатки вашего продукта
- Почему ваш товар не покупают

**O**

## ВОЗМОЖНОСТИ (OPPORTUNITY)

- Какие условия могут способствовать увеличению продаж

**T**

## УГРОЗЫ (THREAT)

- Что может привести к падению продаж

# СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

- **Выбор**  
стратегии
- **Реализация**  
стратегии
- **Оценка**  
результатов



## ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ

# Правильность поставленных целей

проверяется методами SMART, они должны:

- ✓ быть точно определены и описаны
- ✓ быть измеримы и поддаваться оценке
- ✓ быть приняты теми, кто их должен достигать
- ✓ быть реализуемы (достижимы)
- ✓ относиться к конкретным временным рамкам



## Основные задачи:

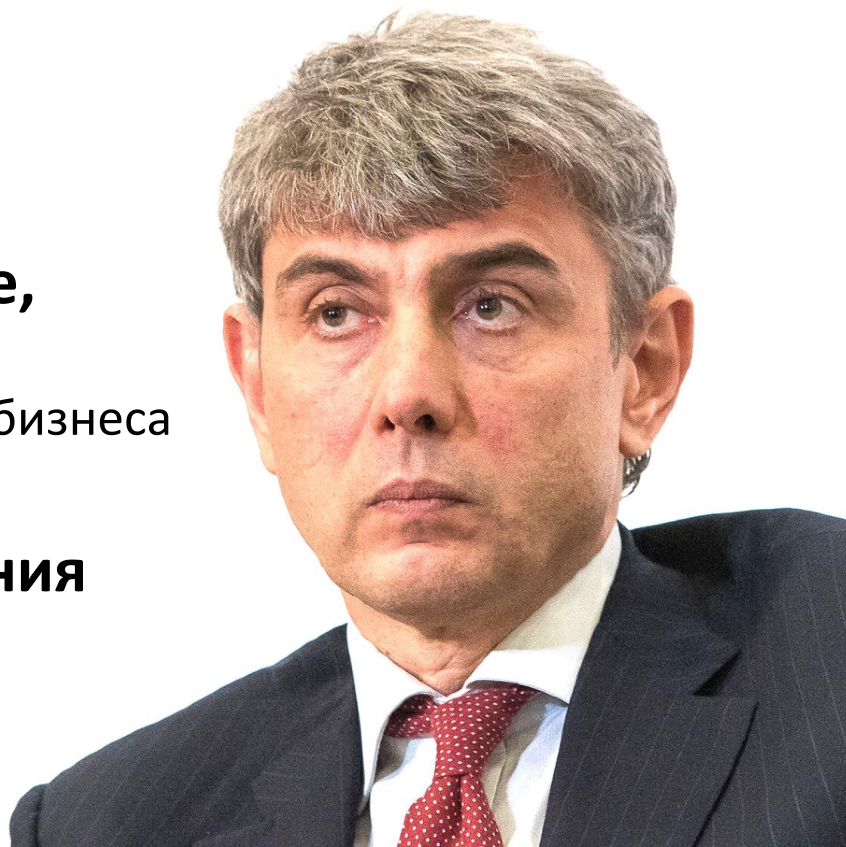
- Уточнение миссии
- Определение целей
- Разработка стратегии развития
- Обеспечение структуры портфеля
- Формирование УТП



# Деловое общение

# СОВРЕМЕННОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

- **Деловой мир**  
требуется цельной личности
- **Нужно разбираться в политике,**  
экономике, правовой сфере, экологии,  
социальной жизни и в области своего бизнеса
- **Возрастает потребность общения**  
с зарубежными коллегами



# ЭФФЕКТИВНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

- **Сосредоточиться**  
на собеседнике
- **Слушать, слышать**  
и вникать
- **Понимать потребности**  
и интересы собеседника
- **Убедиться, что вас точно**  
правильно поняли



## **КАТЕГОРИИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

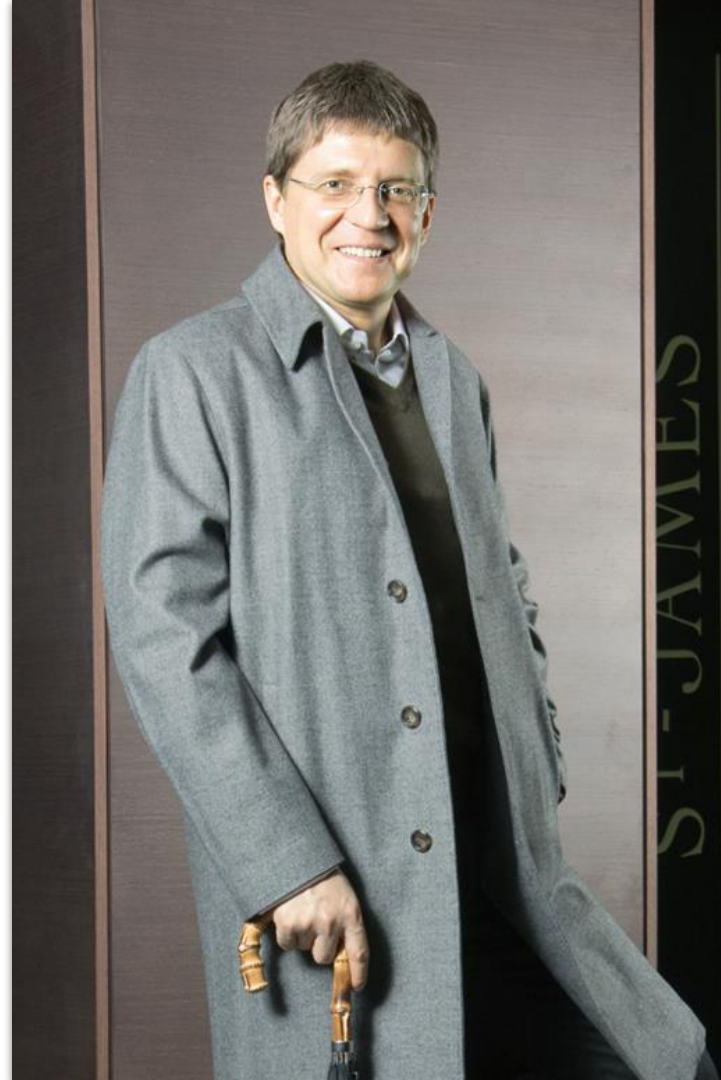
**НАЧАЛЬНИК – ПОДЧИНЁННЫЙ**  
**«СВЕРХУ ВНИЗ»**

**ПОДЧИНЁННЫЙ – НАЧАЛЬНИК**  
**«СНИЗУ ВВЕРХ»**

**СОТРУДНИК – СОТРУДНИК**  
**«ПО ГОРИЗОНТАЛИ»**

## НАЧАЛЬНИК – ПОДЧИНЕННЫЙ

- Самодисциплина, умение управлять собой
- **Не должно быть фамильярности, опозданий, откладываний «на потом»**
- Укрепление заслуженного авторитета
- **Завоевание расположения сотрудников**
- Строгость и справедливость
- **Изучение своих подчинённых**



# ПОДЧИНЁННЫЙ - НАЧАЛЬНИК

- **Не должен пытаться**  
управлять своим руководителем
- **Корректно высказать своё мнение,**  
но не указывать руководителю
- **Необязательно всегда соглашаться,**  
но и постоянно спорить не стоит
- **Не рекомендуется**  
быть категоричным
- **Субординация, честность и доверие**



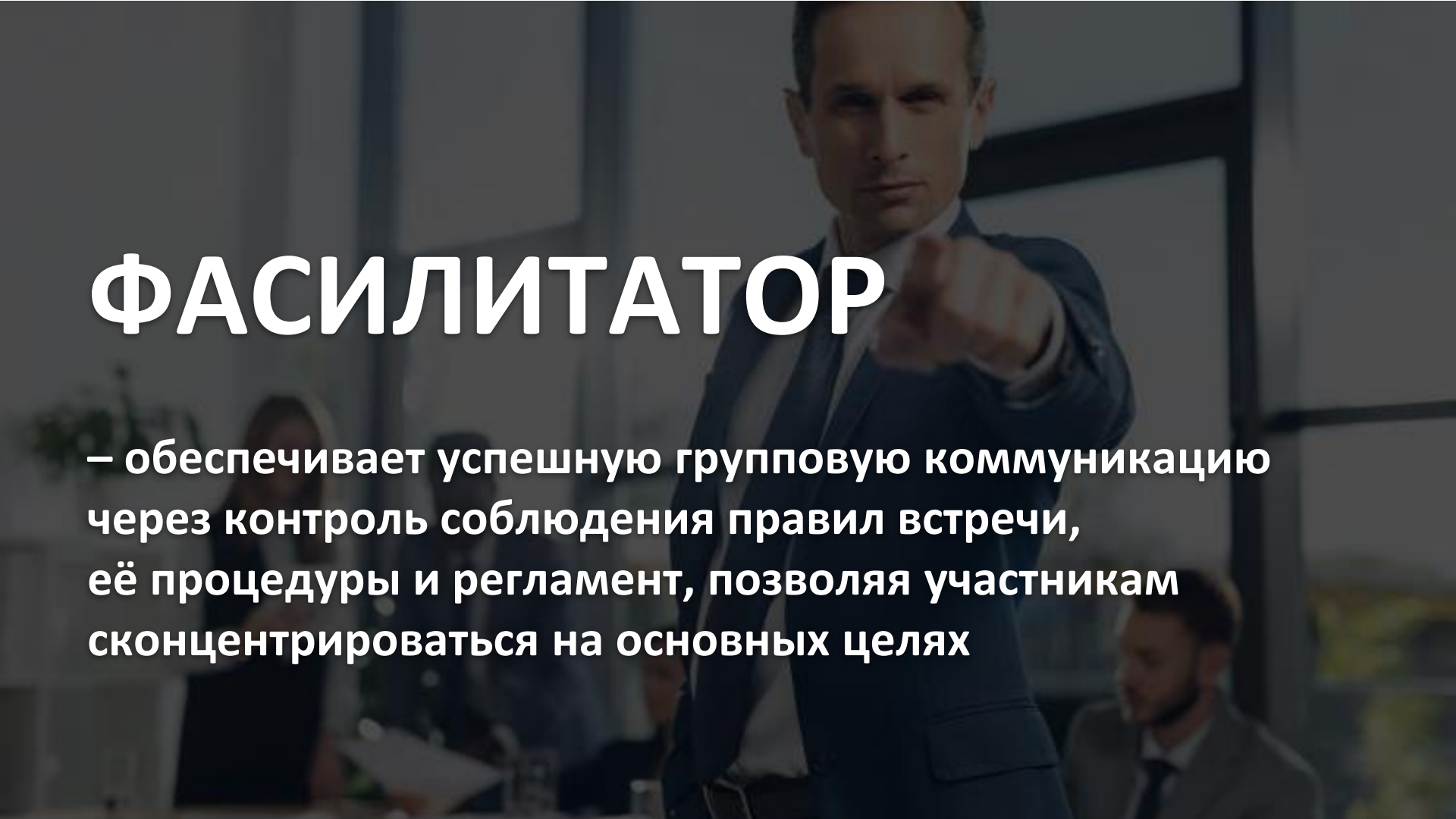
## СОТРУДНИК - СОТРУДНИК

- **Чёткое распределение** прав и обязанностей
- **Уважение между сотрудниками,** особенно в условиях конкуренции
- **Не следует сотруднику на себя брать** больше, чем он может выполнить
- **Разумный баланс между** «работой в команде» и «каждый сам за себя»



# Правила деловых переговоров

**RULES**

A man in a dark suit and light shirt is pointing his right index finger directly at the viewer. He has a serious expression. In the background, several other people are seated at a table, looking towards the man. The setting appears to be a modern office or meeting room with large windows.

# ФАСИЛИТАТОР

**– обеспечивает успешную групповую коммуникацию через контроль соблюдения правил встречи, её процедуры и регламент, позволяя участникам сконцентрироваться на основных целях**

# ПРАВИЛА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Убедительность аргументов  
зависит от имиджа и статуса



# ПРАВИЛА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

- **Готовьтесь** к переговорам заранее
- **Определите** конкретную цель переговоров
- **Выясните** потребности собеседника
- **Продумайте** главные вопросы  
и возможные пути развития ситуации (план Б)
- **Формулируйте** чётко свою позицию
- **Готовьте** свои убедительные аргументы
- **Используйте** метод «зелёной собаки»



**МЕТОД «ЗЕЛеной СОБАКИ»**

**Как правильно убеждать?**

## КАК ПРАВИЛЬНО УБЕЖДАТЬ

**Желая переубедить,**  
начинайте не с разделяющих  
вас моментов, а с того с чем  
согласится с вами собеседник

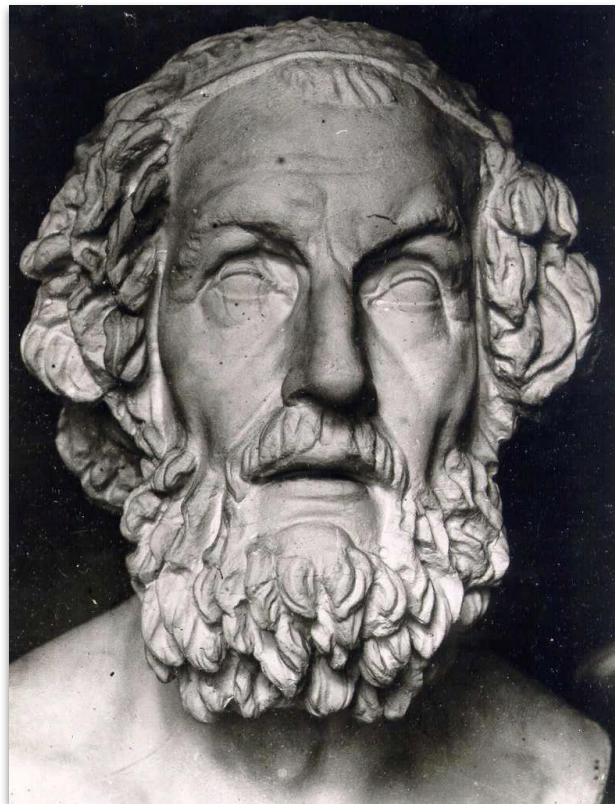


# ПРАВИЛО ГОМЕРА

В начале **сильный** аргумент

В середине **средний**

В конце **самый сильный**

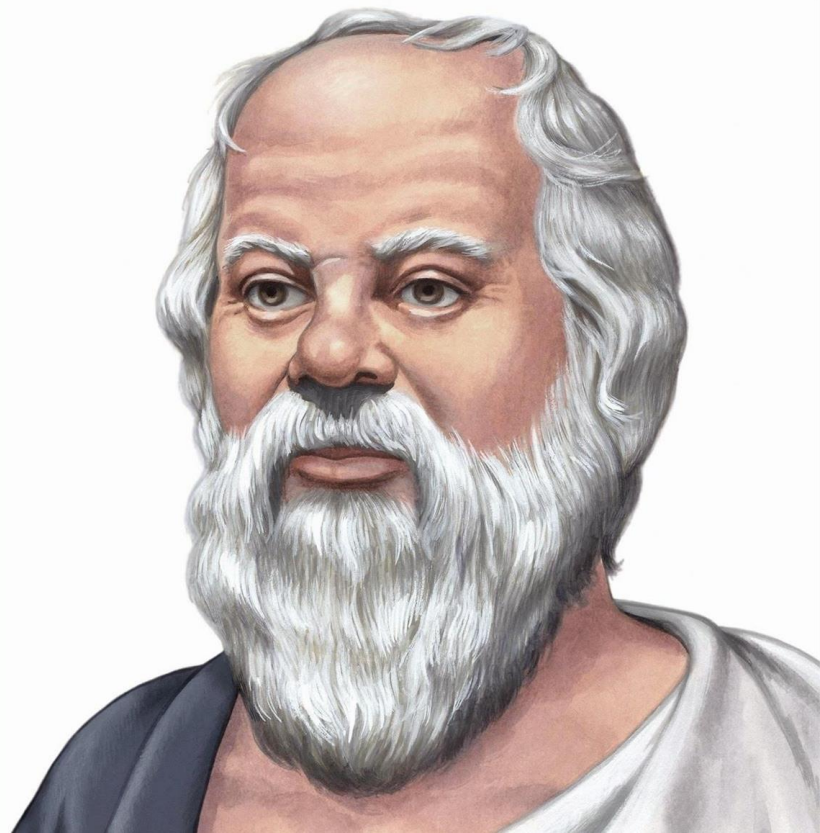


# ПРАВИЛО СОКРАТА

**«ДА», «ДА» и главный вопрос**

«нет» — норадреналины

«да» — эндорфины



# Как создать команду мечты?

# 7 ПРОБЛЕМ С ПЕРСОНАЛОМ

- 1 Сотрудники не выполняют задачи
- 2 Перекладывают ответственность на других
- 3 Поручения долго выполняются
- 4 Приходится вам переделывать работу
- 5 Вынуждены решать одни и те же проблемы
- 6 Обучаете сотрудников, а они уходят от вас
- 7 Зависите от «сотрудников-звёзд»



*Ничто так не  
сплачивает коллектив  
как строевая песня!*

*Г. Крашенинников*



# ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ

- Штатное расписание
- Кадровый резерв
- Обучение персонала
- Периодическая аттестация сотрудников
- Найм на работу



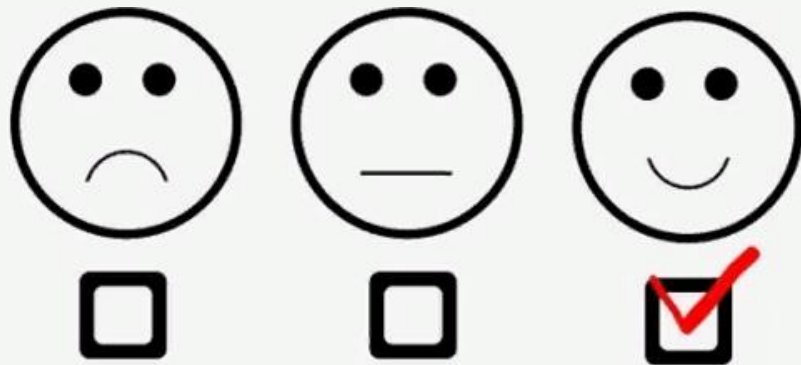
# Принципы найма

## 2 критерия



# 1. ЛОЯЛЬНОСТЬ

- Дайте анкету для заполнения
- Задавайте больше вопросов
- Дайте тестовое задание
- Всё время просите подтверждение его слов



## 2. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

Рекомендуемые вопросы:

- **Согласны ли вы, что у любой должности есть свой продукт, как результат всех действий?**
- Какой продукт производили и измеряли ли вы его?
- **Как изменялся со временем у вас объём работы?**
- Что для вас является главной мотивацией?
- **Какой фактор для вас самый важный на работе, чтобы чувствовать себя на ней счастливым?**
- Какую выгоду ждёте от новой работы?



## ПРОДУКТИВНЫЕ СОТРУДНИКИ

### Делатель

любит своё дело и горит им, постоянно в активности, инициативен, но не ориентирован на измерение продукта

### Перформер

делатель, ориентированный на результат, видит и чувствует его в любой деятельности и постоянно его замеряет



**ВАЖНО**

**ДРУГИЕ ЛЮДИ НАМ НЕ НУЖНЫ**

# ФОРМАЛИЗАЦИЯ ОТНОШЕНИЙ

- Кодекс сотрудника предприятия
- Функциональные обязанности
- Должностные инструкции
- Чек-листы сотрудников  
на отдельные виды деятельности



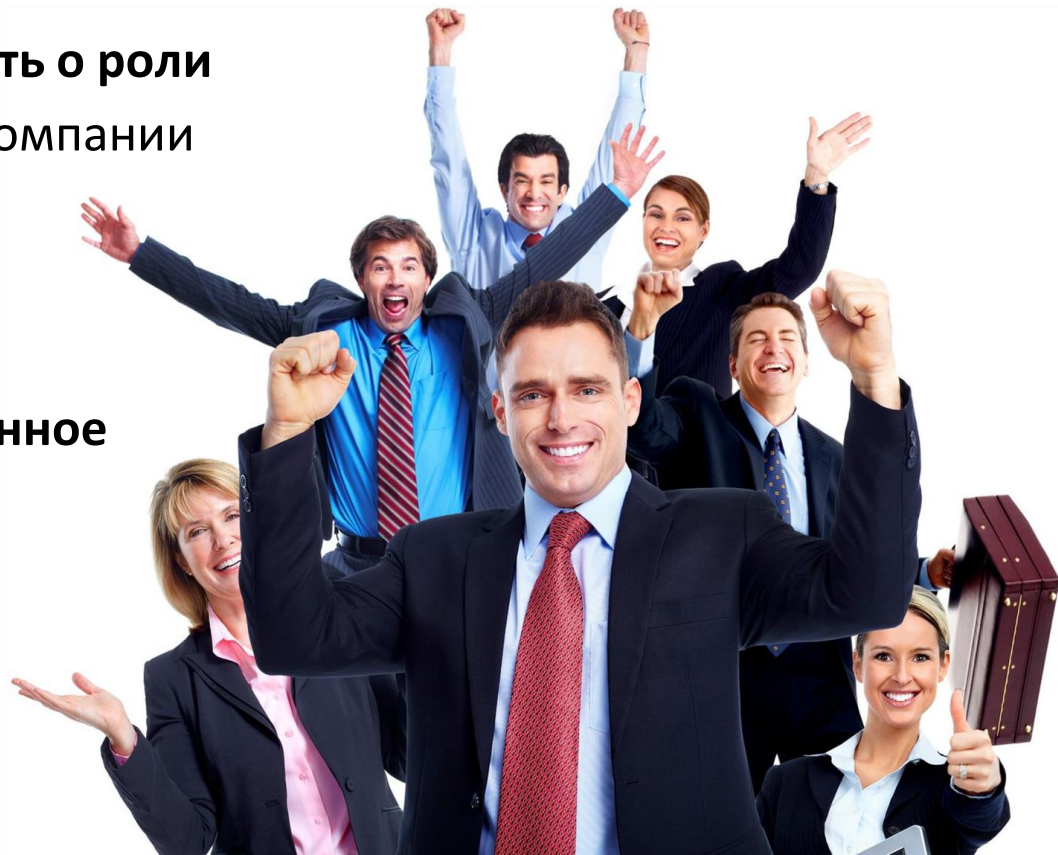
# ПОДЧИНЁННЫЕ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА

- **Не извиняйтесь за свой возраст**  
и отсутствие у вас опыта
- **Задавайте правильные вопросы**
- Научитесь слушать подчинённых
- **Управляйте, несмотря на незнание**
- Объясняйте свои решения,  
если они ломают устоявшийся порядок



# КАК ВДОХНОВИТЬ КОМАНДУ

- **Заметить ситуацию и напомнить о роли** каждого в достижении целей компании
- **Проговорить цели** подразделений компании
- **Вызвать коллектив на откровенное** общение, чтобы они честно рассказали о трудностях
- **Напомнить команде** о прошлых свершениях



# ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- **Мониторинг выполнения** поставленных задач
- **Знание нюансов** работы каждого сотрудника
- **Система контроля** качества выполнения работ
- **Личный пример** и участие руководителя в деятельности компании
- **Разумное и своевременное делегирование** операционных задач, чтобы заниматься стратегическими и поисками их решений
- **Масштабирование** и удалённое управление
- **Финансовое планирование** и контроль издержек

# Мотивация

# МАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ

## Примеры

- Заработная плата
- Оклады
- Ставки
- Надбавки
- Премии
- Бонусы
- % с продаж



# БАЛЬНАЯ СИСТЕМА – СПРАВЕДЛИВАЯ ЗАРПЛАТА

**ФОТ**

| ФИО     | ПОСТ       | Баллы      | Результаты | Стаж      | Присутствие | Итого баллы | Зарплата          |
|---------|------------|------------|------------|-----------|-------------|-------------|-------------------|
| Иванов  | Директор   | 100        | 10         | 5         | 1           | 115         | 111 867,70        |
| Петров  | Маркетолог | 60         | 0          | 3         | 1           | 63          | 61 284,05         |
| Сидоров | Бухгалтер  | 70         | 7          | 2         | 1           | 79          | 76 848,25         |
|         |            | <b>230</b> | <b>17</b>  | <b>10</b> | <b>3</b>    | <b>257</b>  | <b>250 000,00</b> |

**ФОТ**            **250 000,00**

**1 балл**            **972,76**

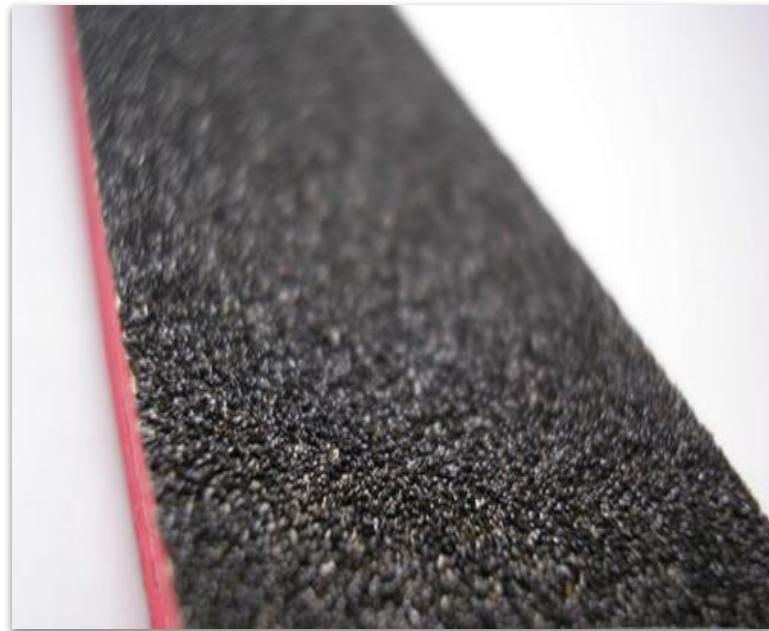
# НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ

## Примеры

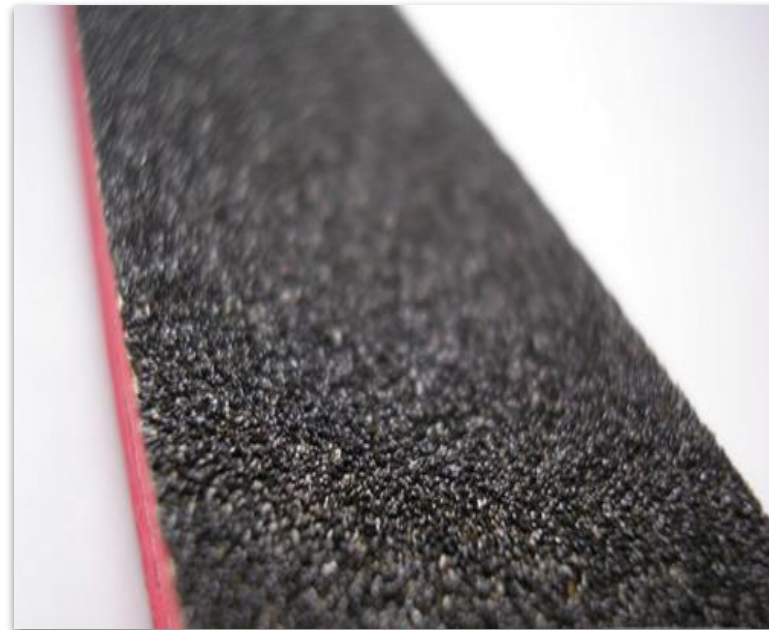
- Красивое название должности
- Призы за внутреннюю валюту компании
- % рабочего времени для своих проектов
- Завтрак на работе вместо опоздания
- Знаки отличия для провинившихся
- Грамоты, звания, корпоративы
- Свободный день в подарок



# Финансовая деятельность



# ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕГ В КОМПАНИИ



## ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

# Постоянный контроль расходов

- анализ и сокращение издержек
- чёткое деление потоков личные и для бизнеса
- всегда нужен резерв «подушка» для бизнеса

|                           |       |               |
|---------------------------|-------|---------------|
| Выручка                   | 100%  | 10 000 000,00 |
| Фонды прямых расходов     | 68%   | 6 800 000,00  |
| Поставщики                | 60%   | 6 000 000,00  |
| Доставка товара           | 8%    | 800 000,00    |
| Маржа                     | 32%   | 3 200 000,00  |
| Фонды переменных расходов | 90%   | 2 880 000,00  |
| Управление                | 15%   | 480 000,00    |
| Долгосрочные резервы      | 5%    | 160 000,00    |
| Налоги                    | 8%    | 256 000,00    |
| Долги                     | 10%   | 320 000,00    |
| Кредиты                   | 12%   | 384 000,00    |
| Аренда                    | 10%   | 320 000,00    |
| % с продаж                | 5%    | 160 000,00    |
| Несезон                   | 5%    | 160 000,00    |
| ФОТ                       | 20%   | 640 000,00    |
| Скорректированный доход   | 3,20% | 320 000,00    |
| Фонды СКД                 | 100%  | 320 000,00    |
| Продвижение               | 30%   | 96 000,00     |
| Обучение                  | 10%   | 32 000,00     |
| ФБР                       | 5%    | 16 000,00     |
| Приобретение ОС           | 15%   | 48 000,00     |
| Расходы на УПР            | 40%   | 128 000,00    |

ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

# Недельное

финансовое планирование



## ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**Несколько источников**  
дохода, например - % с депозита



# ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

## Управленческий и бухгалтерский учёт

|                                      | Хозяйственная<br>деятельность /<br>бухгалтерский баланс | ДДС             | Анализ деятельности |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------|---------------------|
| Остаток на начало/ Уставной капитал  |                                                         | 3 000 000,00    |                     |
| Взяли кредит                         |                                                         | 30 000 000,00   |                     |
| Отгрузка / доход факт                | 120 000 000,00                                          | 90 000 000,00   | 150 000 000,00      |
| Оплата поставщикам - факт            |                                                         | -100 000 000,00 | -100 000 000,00     |
| Поставщики по отгрузке               | -80 000 000,00                                          |                 |                     |
| Оперативная деятельность план / факт | -28 000 000,00                                          | -26 500 000,00  | -28 000 000,00      |
| ОС                                   |                                                         | -3 200 000,00   | -3 200 000,00       |
| Амортизация                          | -200 000,00                                             |                 |                     |
| Проценты кредита                     | -4 200 000,00                                           | -4 200 000,00   | -4 200 000,00       |
| Налоги план / факт                   | -4 800 000,00                                           | -3 600 000,00   | -4 800 000,00       |
| Погашение тела кредита               |                                                         | -6 000 000,00   | -6 000 000,00       |
| БАЛАНС                               | 2 800 000,00                                            | -20 500 000,00  | 3 800 000,00        |

## ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

# Годовой финансовый план/отчет

|                                             | Плановые показатели на 1 квартал |                  |                  |                  |
|---------------------------------------------|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                             | Jan-19                           | Feb-19           | Mar-19           |                  |
| Реализация                                  | 4 787 000                        | 4 207 000        | 4 787 000        | 13 781 000       |
| Вход                                        | 300 000                          | 300 000          | 300 000          | 900 000          |
| Кухня                                       | 500 000                          | 500 000          | 500 000          | 1 500 000        |
| Кухня СС                                    | 176 501                          | 176 501          | 176 501          | 529 503          |
| Кухня наценка                               | 323 499                          | 323 499          | 323 499          | 970 497          |
| Бар                                         | 3 000 000                        | 2 500 000        | 3 000 000        | 5 150 000        |
| Бар СС                                      | 1 050 000                        | 875 000          | 1 050 000        | 1 640 000        |
| Бар наценка                                 | 1 950 000                        | 1 625 000        | 1 950 000        | 5 525 000        |
| Таб.изделия                                 | 20 000                           | 20 000           | 20 000           | 60 000           |
| Таб.изделия СС                              | 10 000                           | 10 000           | 10 000           | 30 000           |
| Таб изделия наценка                         | 10 000                           | 10 000           | 10 000           | 30 000           |
| Другие доходы                               | 200 000                          | 200 000          | 200 000          | 600 000          |
| Другие доходы СС                            | 82 400                           | 82 400           | 82 400           | 247 200          |
| Другие доходы наценка                       | 117 600                          | 117 600          | 117 600          | 352 800          |
| Порча,Бой                                   | 17 000                           | 17 000           | 17 000           | 51 000           |
| Порча,Бой СС                                | 6 000                            | 6 000            | 6 000            |                  |
| Порча,Бой наценка                           | 11 000                           | 11 000           | 11 000           |                  |
| Аренда клуба,экс.лесия                      | 200 000                          | 120 000          | 200 000          | 520 000          |
| Кальян                                      | 550 000                          | 550 000          | 550 000          | 1 650 000        |
| Кальян СС                                   | 63 811                           | 63 811           | 63 811           | 191 433          |
| Кальян наценка                              | 486 189                          | 486 189          | 486 189          | 1 458 567        |
| <b>Итого доходов:</b>                       | <b>3 388 288</b>                 | <b>2 993 288</b> | <b>3 398 288</b> | <b>9 779 864</b> |
| Прямые расходы (-)                          |                                  |                  |                  |                  |
| Персонал                                    | 950 000                          | 800 000          | 800 000          | 2 550 000        |
| Выплаты персоналу                           | 350 000                          | 130 000          | 150 000          | 630 000          |
| Аренда помещения                            | 860 000                          | 670 000          | 600 000          | 2 130 000        |
| Реклама                                     | 80 000                           | 100 000          | 150 000          | 330 000          |
| Связь,интернет                              | 12 000                           | 12 000           | 12 000           | 36 000           |
| Ремонт                                      | 5 000                            | 5 000            | 30 000           | 40 000           |
| Охрана                                      | 120 000                          | 90 000           | 100 000          | 310 000          |
| СЭС                                         | 5 000                            | 5 000            | 5 000            | 15 000           |
| РАО                                         |                                  |                  | 20 000           | 20 000           |
| Обслуживание ФР,ККМ,ПО                      | 10 000                           | 10 000           | 10 000           | 30 000           |
| Хоз товары                                  | 25 000                           | 25 000           | 30 000           | 80 000           |
| Услуги банка                                | 2 500                            | 2 500            | 2 500            | 7 500            |
| коммисия банка(терминал)2,2% с августа 1,6% | 40 000                           | 25 000           | 30 000           | 95 000           |
| Прочие                                      | 200 000                          | 100 000          | 150 000          | 450 000          |
| Налоги                                      | 200 000                          | 150 000          | 150 000          | 500 000          |
| % по договору займа                         |                                  |                  |                  |                  |
| <b>Итого прямых расходов:</b>               | <b>2 859 500</b>                 | <b>2 124 500</b> | <b>2 239 500</b> | <b>7 223 500</b> |
| <b>Результат 2018 год</b>                   | <b>1 085 899</b>                 | <b>1 031 008</b> | <b>1 106 170</b> | <b>2 867 170</b> |

# Особенности отбора бизнесов для инвестирования

# ЧАСТНЫЕ ИНВЕСТОРЫ И ФОНДЫ

- **чаще выбирают** высокотехнологичные проекты, хотя  $X10-50$ , до 30%/мес с ежемесячными выплатами
- интересуется доходность значительно **выше рынка**
- **требуют подтверждение** величины доходности
- **просят гарантии** обеспечения доходности, возврата вложенных средств и залоговое обеспечение
- **не терпят** неподготовленных обращений
- **1-2%** бизнесов от заявок получают финансирование



# БАНКИ

- **годовая выручка Инициатора**  
– ориентир для определения **предельной суммы кредита**
- анализ отчётности за **5 последних кварталов**
- **не дают деньги** на предпроектные работы и ПСД
- **берут поручительства** не только юр.лиц, но и физ.лиц  
(вплоть до конечных бенефициаров)
- из-за слабой подготовки проектов, плохого фин.состояния Инициатора, проблем с налоговой, БКИ, судимости формируется **негативный рейтинг Заёмщика**

# ПРОБЛЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВ

- **Общие участники** всех юридических лиц
- **Управление компаниями** из одного офиса
- **Подписывают банковские документы**  
одной компании группы те сотрудники, кто оформлен в других
- **Доступ к БАНК-КЛИЕНТ** компаний с одного IP-адреса
- **Есть внутренние займы** между компаниями группы
- **Приобретает основные средства одна компания,**  
а доходы от их эксплуатации получает другая

# ПРОБЛЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВ

- **Остатки продукции, оборудование и имущество** перемещаются между компаниями без сделок
- **Сотрудники получают зарплату** в нескольких компаниях одновременно
- **Совершаются формальные кадровые перемещения** в группе
- **Сотрудники одних компаний ездят в командировки** в интересах других компаний

**Важно!**

**Единый бизнес с дроблением  
=  
доначисление налогов**

# Цифровизация бизнеса

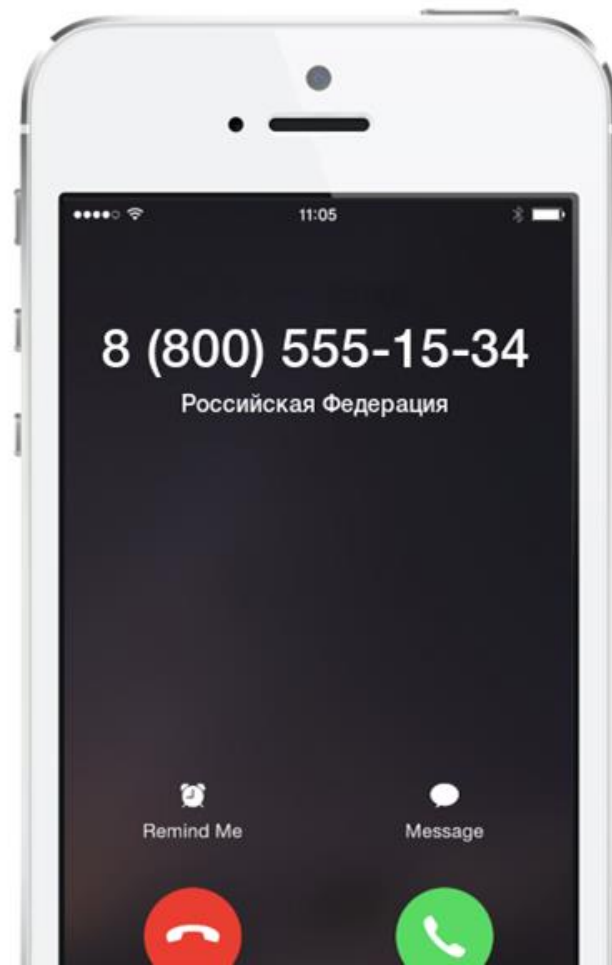
ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА

# Телефония



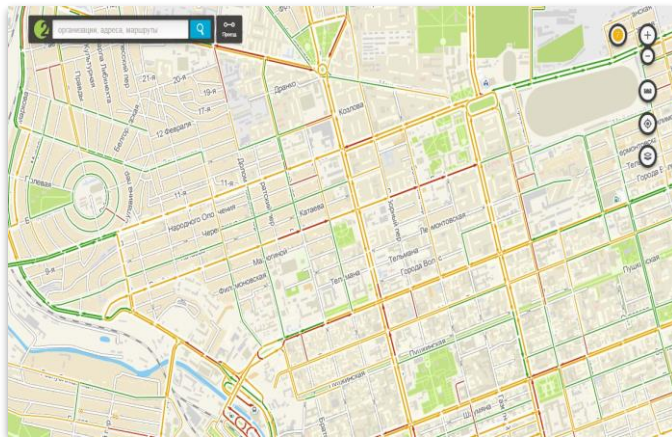
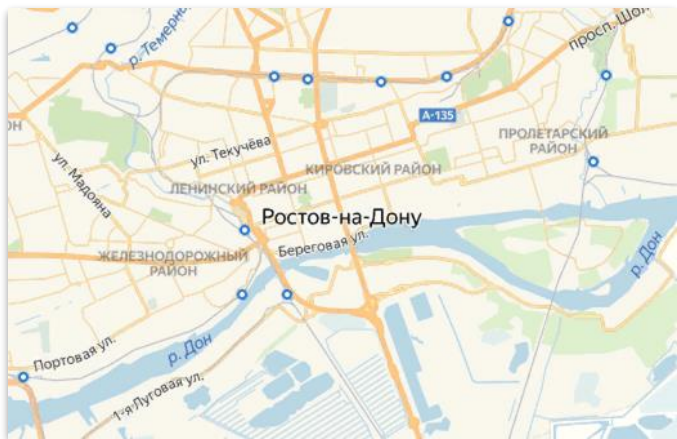
8 800

- федеральный номер
- бесплатно для клиентов
- запись приветствия
- престижность
- запись разговоров
- контроль менеджеров



# ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА

## Графические сервисы



**9 50 млн.**  
Человек каждый месяц  
используют карты

# ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА

## Customer Relationship Management

— программное обеспечение для контроля и управления взаимоотношений с клиентами



# ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА

## Функции CRM:

- **Отслеживает** выполнение намеченных задач
- **Не позволяет** забыть позвонить в нужное время
- Автоматически **отправляет** письма клиентам
- **«Вытягивает»** информацию из личных таблиц
- **Гарантирует** сохранность клиентской базы
- **Помогает** больше продавать за счёт оперативности



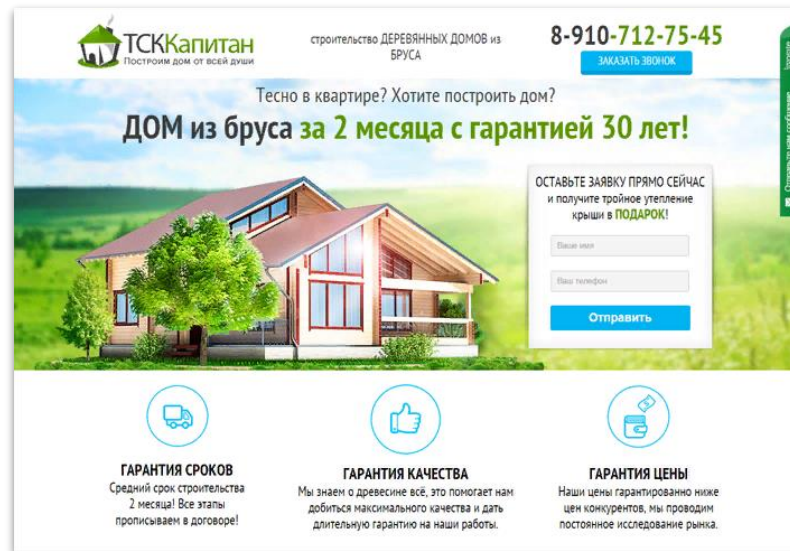
# ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА

## Вместо сайтов – одностраничные лендинги

### Старый сайт



### Лендинг



# Важно!

1. Сайт зарегистрируйте на организацию
2. Размещайте на сайте **Политику обработки ПД** и **Политику конфиденциальности** (цель сбора, дальнейшее использование)
3. Если на сайте фото сотрудников, то получайте от них **письменное согласие**
4. Если сами размещаете на сайте отзыв за клиента, то **письменное согласие** от него

# Работающие инструменты

РАБОТАЮЩИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

**Доставка всего,**

что можно доставлять



## РАБОТАЮЩИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

**Покупка в рассрочку**  
или кредит

**0% РАССРОЧКА**

|                        |                                   |
|------------------------|-----------------------------------|
| <b>0%</b><br>ПЕРЕПЛАТА | <b>0%</b><br>ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ ВЗНОС |
|------------------------|-----------------------------------|

## РАБОТАЮЩИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

# Постоянный сбор

и анализ обратной связи



## ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ

### От первого контакта многое зависит:

- обратится ли к вам клиент в итоге
- это будет один раз или многократно
- передаст ли о вас информацию знакомым



ВОЗВРАТ СТАРЫХ КЛИЕНТОВ

# Мастерство общения

важнее, чем финансовые  
и прочие предпочтения



# УТП

уникальное  
торговое  
предложение

## ЧТО ТАКОЕ УТП

**Обещание**

**ЧТО ТАКОЕ УТП**

**Обещание результата**

## **ЧТО ТАКОЕ УТП**

**Обещание результата  
решения проблемы**

## **ЧТО ТАКОЕ УТП**

**Обещание результата  
решения проблемы  
так, как этого ожидает ЦА**

**ЦЕЛИ УТП**

# Донести до

**потенциального покупателя:**

Какие потребности ЦА закрывает продукт ?

**ЦЕЛИ УТП**

# Донести до

**потенциального покупателя:**

Какие потребности ЦА закрывает продукт ?

Что полезного получит ЦА, купив продукт ?

## ЦЕЛИ УТП

# Донести до

**потенциального покупателя:**

Какие потребности ЦА закрывает продукт ?

Что полезного получит ЦА, купив продукт ?

Чем вы отличаетесь от конкурентов ?

## ЦЕЛИ УТП

# Донести до

потенциального покупателя:

Какие потребности ЦА закрывает продукт ?

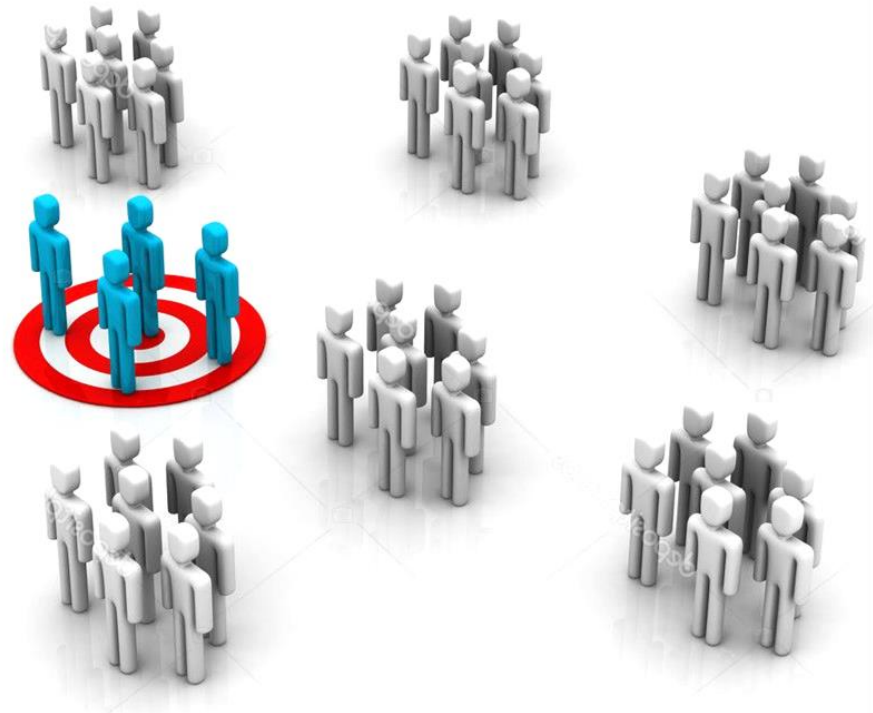
Что полезного получит ЦА, купив продукт ?

Чем вы отличаетесь от конкурентов ?

Почему нужно обратиться именно к вам ?

# С ЧЕГО НАЧАТЬ

- **Кто** ваша ЦА?
- **Кому** хотите продать?
- **Где** живёт?
- **О чём** думает?
- **К чему** стремится?



## НАЛИЧИЕ ПРОБЛЕМЫ

**У ЦА есть проблема,**

за устранение которой она готова  
отдавать своё время и деньги



# НАЛИЧИЕ ПРОБЛЕМЫ

- **Как проблема проявляется в жизни**
- С чего началась и как развивалась
- **Как пытается решить эту проблему**
- Тратит ли на это время и деньги
- **На сколько довольна результатом своих попыток**



## НАЛИЧИЕ ПРОБЛЕМЫ

# Обещание результата

решения проблемы в чёткой и измеримой форме:

- коротко
- о критически важном
- конкретно

## НАЛИЧИЕ ПРОБЛЕМЫ

# Определяет, купит ли ЦА

здесь или в другом месте:

- Чего и насколько даёте **больше?**
- Чего и насколько даёте **быстрее?**
- Чего и насколько даёте **дешевле?**

# РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ УТП

- **Подробно расскажите,**  
что именно вы продаете
- **Убедите покупателя,**  
что продукт необходим
- **Упростите покупку,**  
укажите цену прямо в тексте
- **Добавьте призыв к действию,**  
чтобы понятно что нужно сделать



## ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ УТП

**Цеплять, быть яркой, необычной,**  
запоминающейся и «пробивать» баннерную слепоту



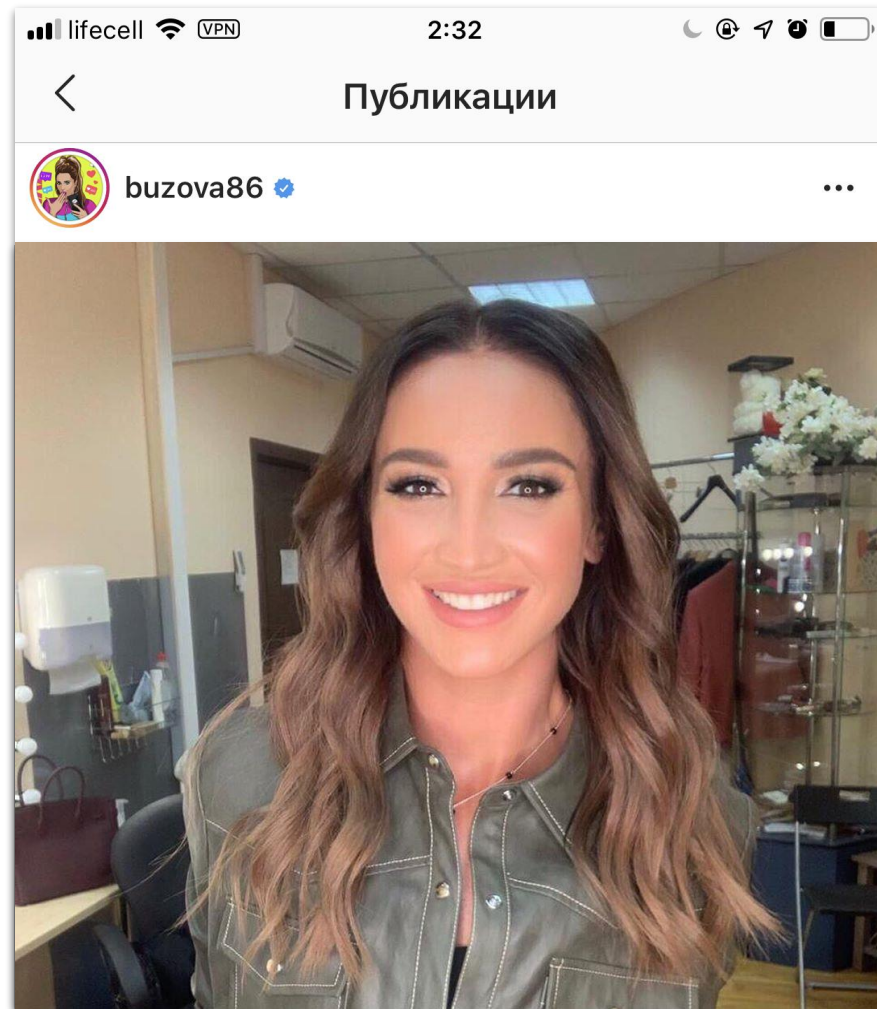
# МЕСТА РАЗМЕЩЕНИЯ

## Социальные сети:

аккаунты и публичные страницы

## У блогеров

со схожей ЦА и тематикой



**Важно!**

**Никакая реклама не спасёт**

плохо подготовленный или некачественный продукт

# СИЛЬНЫЙ ТЕКСТ

1. ЦА → текст
2. текст → заголовок

**В тексте и заголовке  
не должно быть негатива!**

# СИЛЬНЫЙ ТЕКСТ

## Требования

к тексту:

- короткий
- ясный
- понятный
- написан простым языком



## ФОРМУЛА УТП

**{Сильное слово}**

**{Желаемый результат + Ключевые выгоды}**

через **{Когда}**

без **{Трудности}**

благодаря **{Название Продукта}**

с **{Уникальность}**

## ФОРМУЛА УТП

{Сильное слово}

{Желаемый результат}

через {Когда}

без {Трудности}

благодаря {Название Продукта}

с {Уникальность}

## ФОРМУЛА УТП

{Сильное слово}

{Желаемый результат}

через {Когда}

без {Трудности}

благодаря {Название Продукта}

с {Уникальность}

## ПРИМЕР

## ФОРМУЛА УТП

**{Сильное слово}**

**{Желаемый результат}**

через **{Когда}**

без **{Трудности}**

благодаря **{Название Продукта}**

с **{Уникальность}**

## ПРИМЕР

**{Вы сможете}**

## ФОРМУЛА УТП

**{Сильное слово}**  
**{Желаемый результат}**  
через **{Когда}**  
без **{Трудности}**  
благодаря **{Название Продукта}**  
с **{Уникальность}**

## ПРИМЕР

**{Вы сможете}**  
**{похудеть на 10 кг}**

## ФОРМУЛА УТП

**{Сильное слово}**

**{Желаемый результат}**

через **{Когда}**

без **{Трудности}**

благодаря **{Название Продукта}**

с **{Уникальность}**

## ПРИМЕР

**{Вы сможете}**

**{похудеть на 10 кг}**

через **{2 недели}**

## ФОРМУЛА УТП

**{Сильное слово}**

**{Желаемый результат}**

через **{Когда}**

без **{Трудности}**

благодаря **{Название Продукта}**

с **{Уникальность}**

## ПРИМЕР

**{Вы сможете}**

**{похудеть на 10 кг}**

через **{2 недели}**

без **{диет}**

## ФОРМУЛА УТП

{Сильное слово}

{Желаемый результат}

через {Когда}

без {Трудности}

благодаря {Название Продукта}

с {Уникальность}

## ПРИМЕР

{Вы сможете}

{похудеть на 10 кг}

через {2 недели}

без {диет}

благодаря {тренировкам}

## ФОРМУЛА УТП

**{Сильное слово}**

**{Желаемый результат}**

через **{Когда}**

без **{Трудности}**

благодаря **{Название Продукта}**

с **{Уникальность}**

## ПРИМЕР

**{Вы сможете}**

**{похудеть на 10 кг}**

через **{2 недели}**

без **{диет}**

благодаря **{тренировкам}**

с **{фитнес-инструктором}**

## ПРИМЕР

**Было**



*Если хочешь  
похудеть -  
спроси меня  
как*

## ПРИМЕР

**Было**

*Если хочешь  
похудеть -  
спроси меня  
как*

**Стало**

*Если хочешь  
за 3 дня  
похудеть  
на 5 кг -...*

## СИЛЬНЫЙ ЗАГОЛОВОК

**Золотой стандарт  
начала:**

***«Как... »***

***«Хотите... »***

***«Секрет... »***

***«Способ... »***

ПРИМЕРЫ

# Коммерсантъ®

## Канада откинула коньки

Канадские хоккеисты проиграли Кубок мира американцам.

## Генералы печальной карьеры

Кадровые перестановки в российском вооруженном силах, которые коснулись самых высокопоставленных военных, могут завершиться увольнением в запас самого министра обороны Игоря Сердюкова.

## Давос и ныне там

С 29 января по 3 февраля пройдет Всемирный экономический форум в Давосе, который многие называют самым дорогим уикендом.

## Музей войсковых фигур

23 февраля Советской армии исполнилось бы 90 лет. В честь своего победного и торжественного десятилетия главным мероприятием — маршем по Красной площади — маршалам Советского Союза. Такие маршала всегда были символом триумфа и исключительных заслуг и военных карьеры. Получивший журналистское звание автоматически попал в ряды победителей.

## Джентльмены у дачи

Вокруг пригласительных для на Рубиньо-Гонсалесом дожде разгорается война компроматов. Препятствие — борьба за контроль над недвижимостью.

## Социализм с человеческим концом

Исполнилось 20 лет со дня пленума ЦК Компартии Чехословакии, принявшего программу демократических реформ и покаявшегося перед так называемой Пржемысловой.

## Free больше!

До сих пор бесплатными были только советы да еще сыр в магазине. Но очень скоро в этот список войдут бесплатные компьютеры, медицина, программное обеспечение и другие полезные вещи. Бесплатные товары не обман — это маркетплейс X3D века.

## Макашов может ссать спокойно

ПРИМЕРЫ

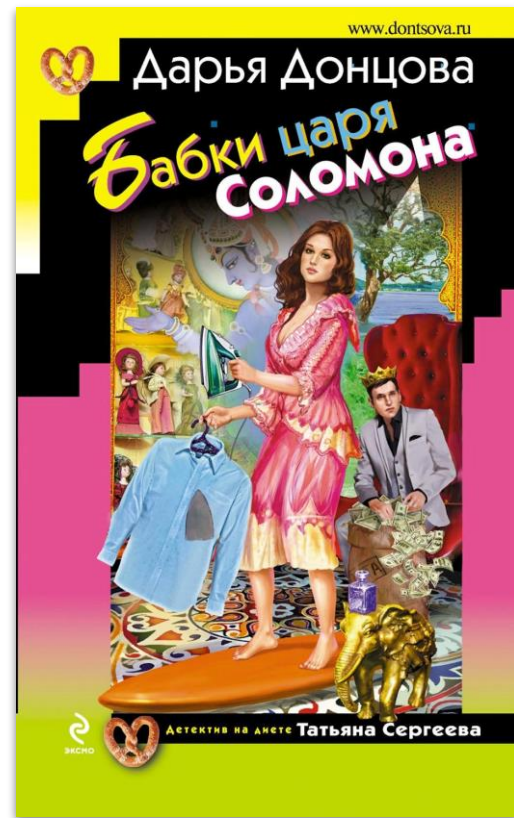
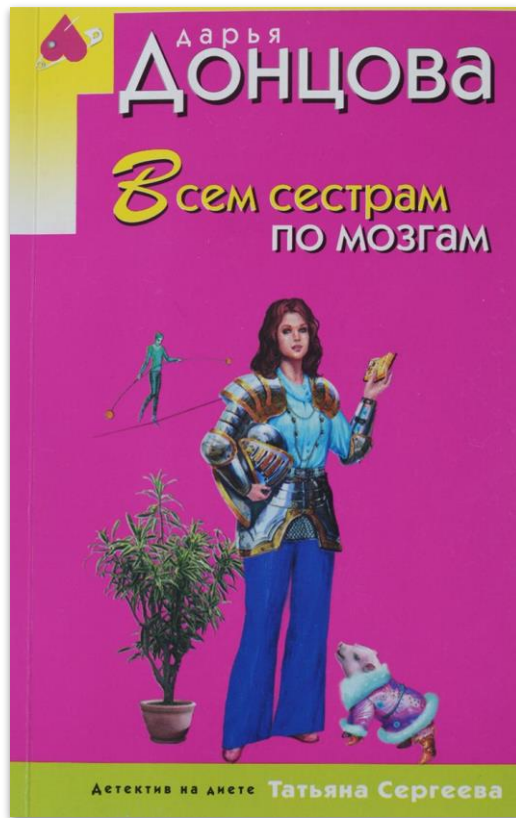
# УРАЛЬСКИЕ ПЕЛЬМЕНИ



# ПРИМЕРЫ



# ПРИМЕРЫ



# Тренды маркетинга

## ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА

# Персонализация потребителей

Сервис высокого уровня  
и забота о клиенте



## ПРИМЕР



**Татьяна Петрова**

домохозяйка

32 года

замужем

1 сын, Ваня

**любит:**

- зеленый чай
- салат с руколой
- желтые тюльпаны
- хочет в Монако



**Василий Иванов**

предприниматель

37 лет

холостяк

собака спаниель, Боня

**любит:**

- кофе без кофеина
- фреш с сельдереем
- стейк с кровью
- спортивные авто

# ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА

- **Активно продаём** высокомаржинальные позиции
- **Даём скидку** на основные позиции, если купят дополнительные высокомаржинальные



## ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА

# Бесплатные билеты детям

повышая цену взрослым



# ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА

- **Развиваем кросс-маркетинг**  
стимулируя исполнителей
- **Используем комплименты,**  
подарки и доп.продажи



ПРИМЕР



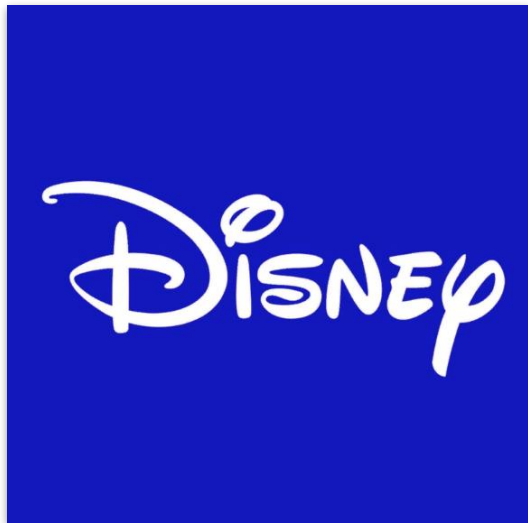
ПРИМЕР



ПРИМЕР



## ПРИМЕР



Было **25%** → Стало **75%**

# Кросс-маркетинг

# КРОСС-МАРКЕТИНГ

**Компании со схожей ЦА объединяют свои усилия для взаимопиара и/или совместных акций, экономя маркетинговый бюджет**

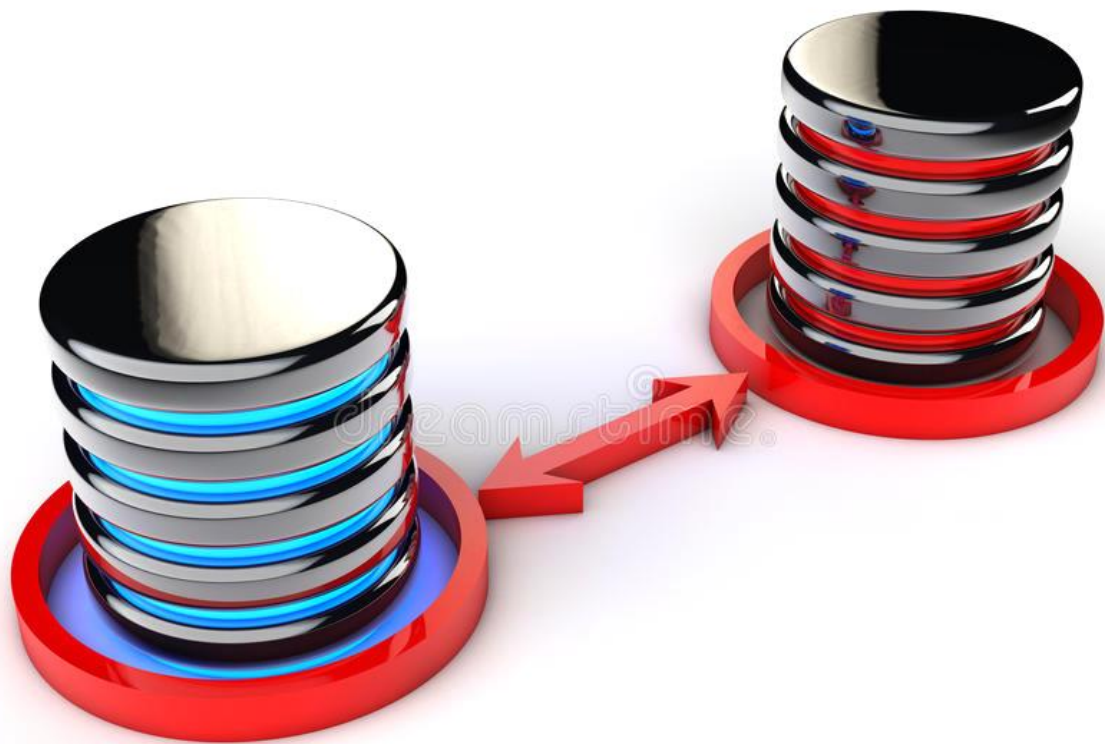
## **Основные возможности:**

- Увеличение среднего чека
- Расширение клиентской базы
- Повышение лояльности к своему бренду



**КРОСС-МАРКЕТИНГ**

# Обмен базами



КРОСС-МАРКЕТИНГ

Комбо



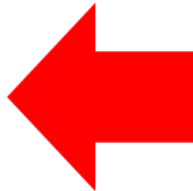
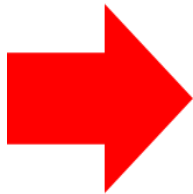
**КРОСС-МАРКЕТИНГ**

**Скидка**



КРОСС-МАРКЕТИНГ

Бесплатно



**КРОСС-МАРКЕТИНГ**

**«Бесплатно»**

**КУРСЫ ВОКАЛА**



**5 000 руб**

**КРОСС-МАРКЕТИНГ**

# «Бесплатно»

**КУРСЫ ВОКАЛА**



~~**5 000 руб**~~

## КРОСС-МАРКЕТИНГ

# «Бесплатно»

КУРСЫ ВОКАЛА



~~5 000 руб~~



Подарочный сертификат  
— 5000 р —

КРОСС-МАРКЕТИНГ

Cashback →

Код на 300 руб



**КРОСС-МАРКЕТИНГ**

# Продавать дороже



**490 руб**

**КРОСС-МАРКЕТИНГ**

# Продавать дороже



**КРОСС-МАРКЕТИНГ**

# Продавать дороже



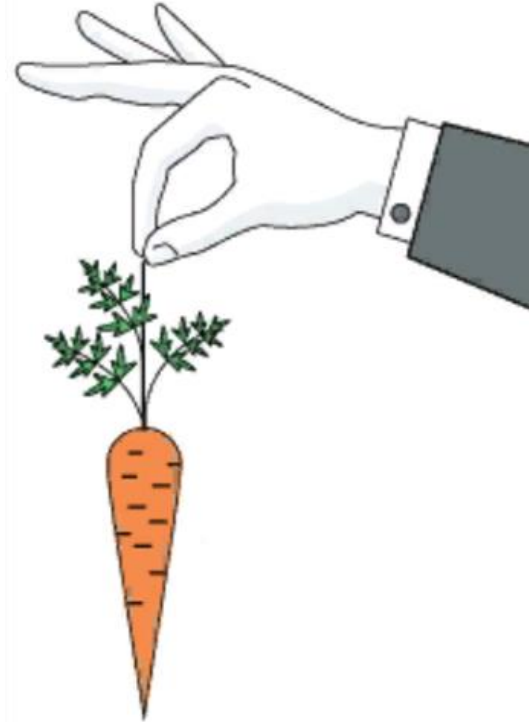
~~490 руб~~

**4 900 руб**

# Тренды продаж

# ТРЕНДЫ ПРОДАЖ

- **Знание основных целей «продажников»**  
в их повседневной жизни
- **Прямая зависимость достижения личных целей**  
от конкретных показателей продаж
- **Индивидуальные планы продаж**  
на каждый день



# ТРЕНДЫ ПРОДАЖ

Хвалить, а не ругать



**ТРЕНДЫ ПРОДАЖ**

**«Мастер звонка»**



**Важно!**

**Ответственность за нарушение ФЗ N 38 “О рекламе” от 13.03.2006**

# КАК НЕ НАРУШИТЬ ФЗ-38 "О РЕКЛАМЕ"

**B2B** – холодные звонки **абсолютно законны**

**B2C**

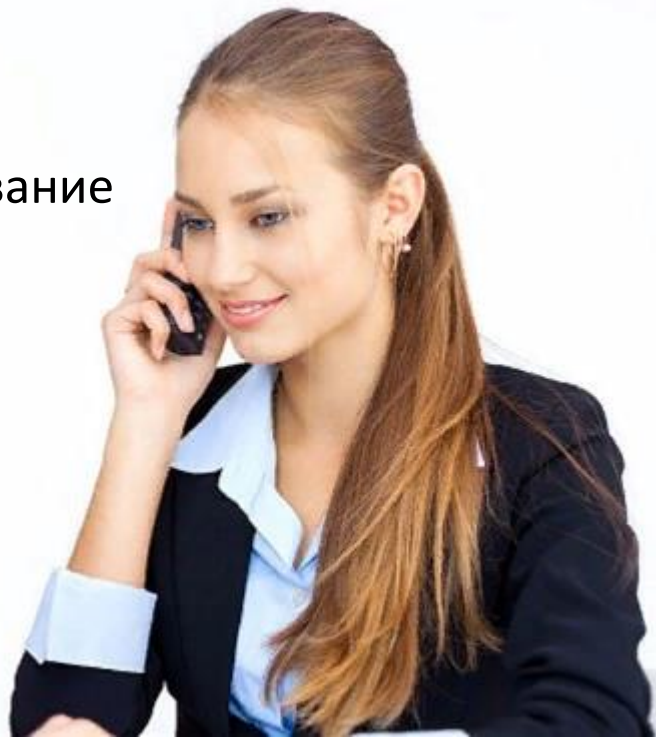
- звонки только тем, кто **подтвердил своё согласие**
- **справочно-информационные материалы** без ограничений
- **опросы** без основной цели продвижения товаров и услуг

**ЗАПИСЬ ВСЕХ РАЗГОВОРОВ ОБЯЗАТЕЛЬНА!**

# ОТДЕЛ ПРОДАЖ

## Разделение менеджеров по:

- **функциям:** привлечение, закрытие, обслуживание
- **каналам продаж:** розница, B2B, партнёры
- **группам ЦА:** по крупности или отраслям
- **продуктам:** свои каналы продаж, клиенты
- **территории:** регионы, населённые пункты



# ПРОДАВАТЬ НЕ ПРОДАВАЯ

## Продажа – не обязательно «прямой призыв»

- **Упоминание** клиента и его истории с вами
- **Отзыв** клиента с интересным кейсом
- **Разговор** с экспертом на ваши темы
- **Ваши прогнозы** по актуальным трендам
- **Случай из вашей практики** с которым  
вы справились или НЕ справились (тоже продаёт)
- **Розыгрыши призов**

# Создание личного бренда

Экспертность, популярность, репутация

**Выберите позиционирование**

## СОЗДАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Позиционирование:

**«Эксперт»**



## СОЗДАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Позиционирование:

**«Свой человек»**



## СОЗДАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Позиционирование:

**«Эпатажная  
персона»**



# СОЗДАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА

- Выберите **позиционирование**
- Изучите свою **целевую аудиторию (ЦА)**
- Выберите **каналы продвижения**:  
личный сайт, социальные сети или блог
- Проработайте **контент-план**:  
кейсы, рассказы или советы

# РАСКРУТКА ЛИЧНОГО БРЕНДА

- Профессиональные **фотосессии** (студия и натура)
- **Публикации** по повышению вашей экспертности
- **Сбор отзывов** в интернете, желательно видео
- Регулярные **активности в соцсетях** и YouTube
- **Работа с блогерами**, желательно по бартеру
- **Фото/видео с известными людьми**, членство в различных тематических сообществах
- **Фильм**, передача на ТВ, **книга**, обложки журналов
- **10 тыс подписчиков** и 2-х шаговая аутентификация

Светить всегда,  
светить везде!

В. Маяковский



# Тренды продвижения

# ТРЕНДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

- Один пост призывает только к одному действию
- Тематический и актуальный контент (следит ИИ)

**1**  
**ПОСТ**



**1**  
**ДЕЙСТВИЕ**

## ТРЕНДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ



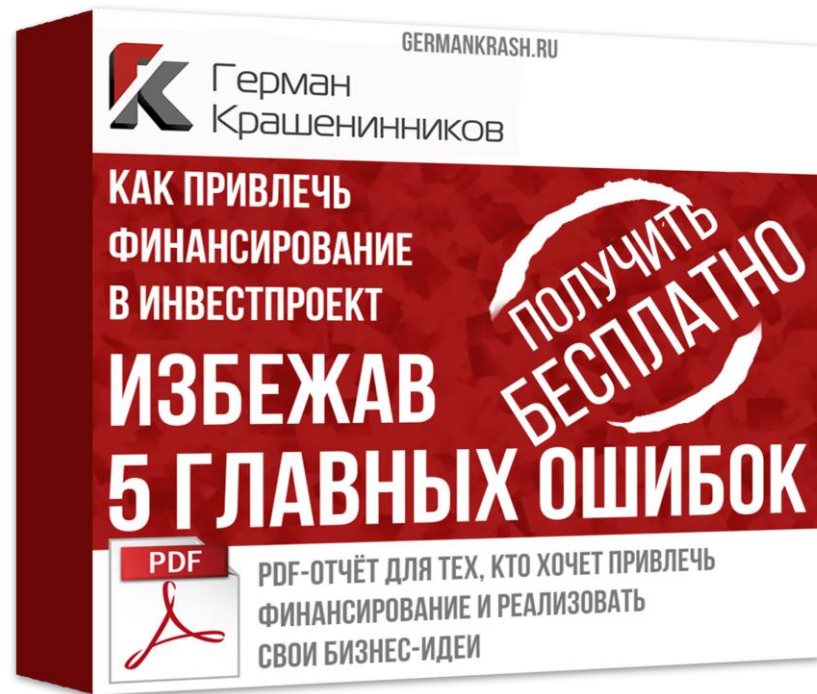
**На 15% видеопостов больше, чем фото**

**75% видео смотрят без звука, нужны титры**

**90% пользователей используют моб. устройства**

## ТРЕНДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

- **Статьи релевантные**  
к поисковым системам
- **Бесплатное продвижение**  
с лидмагнитами



# Тренды рекламы



**НЕТ ПРОБЛЕМ**

**ПРОБЛЕМА ЕСТЬ, НО НЕТ РЕШЕНИЯ**

**СРАВНЕНИЕ РЕШЕНИЙ**

**ВЫБОР ПРОДУКТА**

**ВЫБОР ПОСТАВЩИКА**

# ТРЕНДЫ РЕКЛАМЫ

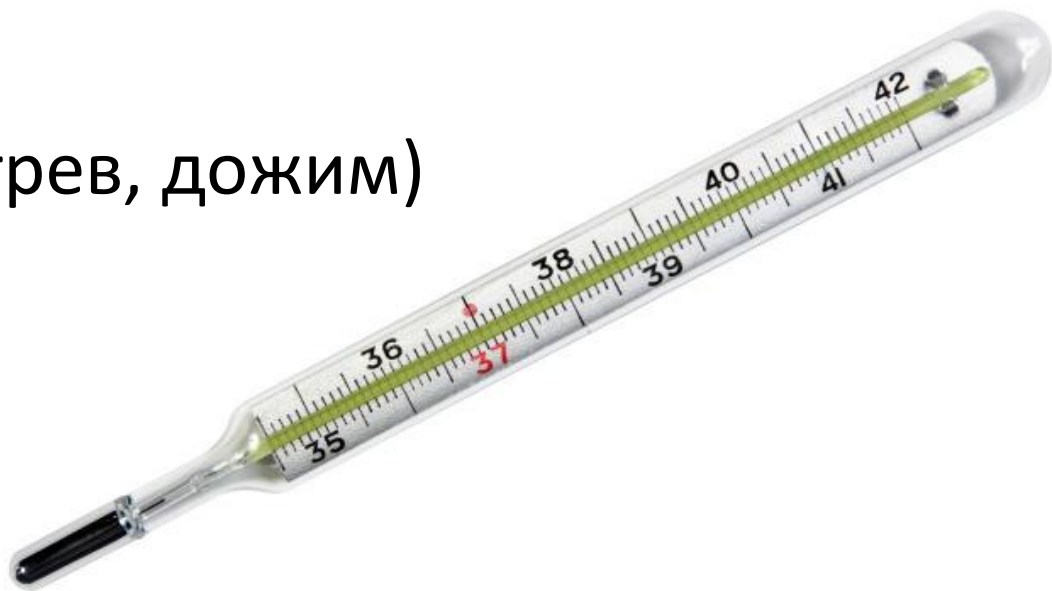
- Не концентрируйтесь на качестве товара/услуги
- Показывайте как решаются «боли» ЦА
- Реклама по ключевым словам, а не интересам



# ТРЕНДЫ РЕКЛАМЫ

## Виды трафика:

- Холодный (разогрев, дожим)
- Тёплый
- Горячий



# ТРЕНДЫ РЕКЛАМЫ

- Контекстная, таргет, ретаргет и нативная реклама
- Реклама в мессенджерах и E-MAIL-рассылка
- Тестирование объявлений РК (текст + изображение)



TARGET

Яндекс Директ

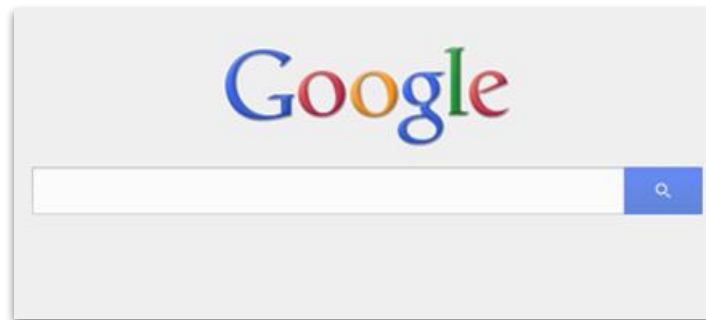
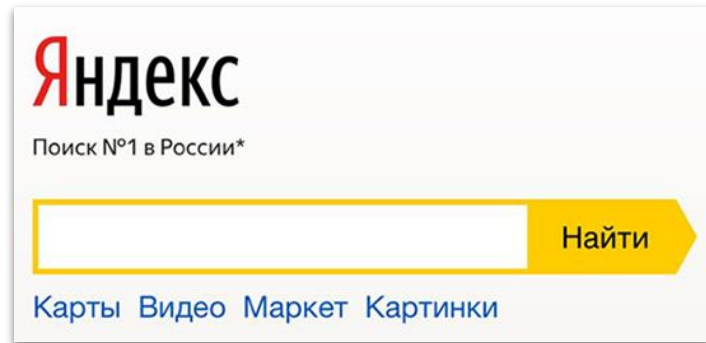


# КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

показывается на основе ключевых  
запросов пользователей  
в поисковых системах

## Контекст нужен, если:

- сформирован спрос на продукт
- ЦА размыта или потребность разовая
- сложный или дорогой продукт
- ЦА не заказывает через соцсети



# ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

целевая реклама, направленная  
на группы пользователей  
с заданными параметрами

## Таргет нужен, если:

- продукт только выходит на рынок
- широкая ЦА и недорогой продукт
- для продвижения мероприятий
- для продвижения групп и блогов
- ЦА хорошо знакома и точно определена

The image shows a portion of the Facebook targeting interface. It includes the following elements:

- Места** (Locations): A dropdown menu set to "Все в этой местности" (All in this area).
- Россия** (Russia): The selected country.
- Санкт-Петербург, Санкт-Петербург +40 км** (Saint Petersburg, Saint Petersburg +40 km): The selected city and radius.
- Включить** (Include) and **Добавьте места** (Add locations): Buttons to manage the location selection.
- КАРТА** (Map): A link to view the selected area on a map.
- Добавьте сразу несколько мест...** (Add several locations at once...): A link to add multiple locations.
- Возраст** (Age): A range selector set from **18** to **45**.
- Пол** (Gender): Radio buttons for **Все** (All), **Мужчины** (Men), and **Женщины** (Women), with **Женщины** currently selected.

# КОНТЕКСТ VS ТАРГЕТ

- **Творчество в составлении объявления в ТАРГЕТЕ**  
приветствуется больше
- **Пользователь из КОНТЕКСТА «теплее»,**  
т.к. тот кто набирает целевой запрос более  
заинтересован, чем тот, кто просто видит рекламу
- **Если нужен широкий охват быстро и недорого, то ТАРГЕТ**



# ТРЕНДЫ РЕКЛАМЫ

## Женщины 30+

основные покупатели в сети



## СЕКРЕТЫ БИЗНЕС-УСПЕХА

- **Используйте существующие решения**
- **Не тратьте деньги на то,**  
что не улучшает показатели бизнеса
- **Занимайтесь новым**  
не бросая старое
- **Мелочей в бизнесе**  
— не бывает
- **Вы должны получать в 3 раза больше**  
от платящего клиента, чем тратите на его привлечение



**Как еще повысить  
эффективность бизнеса?**

**Узнать больше практических нюансов  
ведения бизнеса по 10 разделам:**

# 1. ВЫБОР РЫНОЧНОЙ НИШИ



- Концепция бизнеса
- Идея «своя» или «чужая»
- Конкурентные преимущества
- Наличие «фишек»
- Вовлеченность собственника

## 2. МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ



- Location, Location & Location
- Собственное или арендованное помещение
- Отдельностоящее или в составе объекта
- Соседство и окружение
- Инженерные сети и мощности

### 3. ПОТРЕБИТЕЛЬ



- Портрет потребителя
- Особенности ЦА
- Доля выбранной ЦА
- Закрытие потребностей ЦА
- Сбор и анализ обратной связи

## 4. МАРКЕТИНГ



- Изучение рынка
- Определение своей ниши
- Периодический мониторинг
- «Отстраивание» от конкурентов
- Digital-маркетинг

## 5. ПЛАНИРОВАНИЕ



- Расчёт инвестиций
- Инвестиционный план
- Учёт и контроль расходов
- Собственные и привлечённые средства
- Особенности привлечения финансов

## 6. БРЕНДИНГ



- Значение и сила бренда
- Концепция бренда
- Эффективный нэйминг
- Популяризация бренда
- Профессиональный бренд-бук

**ПРИМЕР**

**1 год**

**\$ 1 000 000**



**КАЛИНКА  
МАЛИНКА**



Global corporate identity **1995 – 1999**



Global ingredient brand identity **1999 – 2001**



Global corporate identity **1997 – 2004**



Global corporate identity **1998 – 2001**



European brand identity system **2001 – 2004**



European brand identity system **1999 – 2001**



Corporate identity **1999 – 2005**



Global identity and packaging **2001 – 2004**



Nation branding **2001 – 2002**





## 7. ИНВЕСТФАЗА



- Подробный план производства работ
- Финансовый план во времени
- Контроль по этапам «красные флажки»
- Координация расходов и закупок
- Ответственность подрядчиков

## 8. ПЕРСОНАЛ



- Качественный найм
- Профессиональное обучение
- Периодическая аттестация
- Эффективная мотивация
- Формализация взаимоотношений

## 9. ПРОДВИЖЕНИЕ



- Стратегия продвижения
- Начало продвижения
- Результативная реклама
- Новые технологии привлечения
- Бюджетирование продвижения

## 10. УПРАВЛЕНИЕ



- Контроль доходов и расходов
- Финансовое планирование
- Технология продаж
- Обеспечение безопасности
- Перспективы развития

**Хотите больше моих рекомендаций  
по ведению бизнеса?**

# ВЫ ПОЛУЧИТЕ

- **10 прикладных видеомодулей**
- **5 авторских мастер-классов**
- **шаблоны обязанностей**
- **пошаговые инструкции и чек-листы**
- **формы фин.планов и отчётов**  
и управленческих таблиц
- **примеры контрактов**  
с приложениями и тех.заданиями
- **варианты концепции**  
и технологии управления объектами



## ЧЕК-ЛИСТ ОТКРЫТИЯ КЛУБА/БАРА



PDF-отчёт для тех,  
кто хочет открыть  
свой прибыльный  
клуб или бар



**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПОЛУЧИТЕ**

**Бесплатную консультацию  
для вашего бизнеса**

Возможно менторское сопровождение





Пакет

**VIP**

29 990 р.

"содержимое пакета **ОПТИМАЛЬНЫЙ**"



Мастер-класс "КАК Я СОЗДАЛ  
ЛУЧШИЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ  
РОССИИ"



Пакет

Оптимальный

9 990 р.

"содержимое пакета **БАЗОВЫЙ**"



PDF-отчёт "ЧЕК-ЛИСТ ОТКРЫТИЯ  
КЛУБА/БАРА"



Пакет

Базовый

4 990 р.

**10 Видеомодулей**

- Модуль 1 "КОНЦЕПЦИЯ"
- выбор бизнес-идеи и проверка её жизнеспособности
- определение конкурентных преимуществ («фишек»)



## КАК СОЗДАТЬ ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС: СЕКРЕТЫ УСПЕХА И «ПОДВОДНЫЕ КАМНИ»

### **Базовый**

все виды деятельности

### **Оптимальный**

торговля, услуги, общепит

### **VIP**

торговля, услуги, общепит

+ девелопмент и управление недвижимостью + менторство 1 месяц

**gkbiz.ru**



# КОНСАЛТИНГ

**Бесплатная  
консультация!**

## **gkinvest.ru**

подготовка инвестпроектов  
и привлечение финансирования

## **gkproperty.ru**

девелопмент и управление  
коммерческой недвижимостью

## **gkppp.ru**

практика реализация  
инвестпроектов на принципах ГЧП

## **gknightclub.ru**

создание прибыльных  
ночных клубов и баров



Telegram  
канал



ОТСКАНИРУЙ МЕНЯ!



**В контакте**



ОТСКАНИРУЙ МЕНЯ!



ОТСКАНИРУЙ МЕНЯ!



facebook®



ОТСКАНИРУЙ МЕНЯ!



**+7 (918) 5555-668**



**mail@germankrash.ru**



**– Делай как я!**



**ОСТАВЬТЕ ОТЗЫВ!**

**Всё, что Вы скажете,  
будет использовано ради Вас!**



**ОТСКАНИРУЙ МЕНЯ!**