

БИЗНЕС РАСТЕЖ

КАК ДА УДВОИТЕ БИЗНЕСА СИ
ЗА РЕКОРДНО КРАТКО ВРЕМЕ



АЛЕКСАНДЪР НИКОЛОВ



„Увеличих ефективността си и удвоих приходите си в рамките на година благодарение на стратегиите и подходите, които Сашо представя в тази книга.“

- Катя Казанджиева



ВТОРО ПЕРЕРАБОТЕНО И ДОПЪЛНЕНО ИЗДАНИЕ



АЛЕКСАНДЪР НИКОЛОВ
създател на
BG 3X СИСТЕМАТА ЗА БИЗНЕС РАСТЕЖ

БИЗНЕС РАСТЕЖ

КАК ДА УДВОИТЕ БИЗНЕСА СИ
ЗА РЕКОРДНО КРАТКО ВРЕМЕ

Второ издание

ГЛАВА 2

КАКВО НИ СПИРА ПО ПЪТЯ КЪМ НАШИТЕ ЦЕЛИ?

Завърших глава 1 с това какъв би бил животът ни, когато се справим с основните пречки в бизнеса. Ако картината, която описах накрая, изглежда така лесно постижима, въпросът е защо толкова малко хора успяват да го направят.

Според мен отговорът се крие в грешките, които много собственици на бизнес допускат (и които и аз допусках на един или друг етап в моето развитие).

Да, условията, пазарната среда, конкуренцията са фактори, които оказват влияние на нашите резултати. Но как да си обясним защо едни бизнеси постигат резултати, а други – при това от същата индустрия – се провалят? Именно заради това смятам, че е критично важно да знаете най-големите грешки, които много бизнес собственици допускат (и които вероятно и вие допускате – всички или част от тях). И разбира се, като ги знаете, да направите всичко възможно да не ги допускате повече.

- ▶ **Грешка №1: Собствениците на малък бизнес не са напълно фокусирани към точно определена група клиенти (идеален клиент).**

Тази грешка се дължи на едно много ограничаващо вярване, а именно, че всеки може да ти е клиент. Може би вече сте забелязали, че много собственици на бизнес вярват в това – и аз самият съм бил един от тях дълго време. Нека ви кажа: това убеждение води до най-големите беди в бизнеса.

Когато нямаш яснота за идеалния си клиент, ти не можеш да формираш и grabващо послание към този клиент. А това означава, че ще изпитваш трудности да се отличиш от конкурентите си и ще трябва да работиш на ниски цени. Когато се опитваш да работиш с всеки, всъщност се случва обратното и резултатът е, че страдаш от липса на клиенти, включително и защото нямаш яснота къде точно да ги намериш.

Честно, когато чуя от някого, че „всеки може да му бъде клиент“, в този момент вече знам, че този бизнес страда от липса на клиенти. Ако всеки можеше да му бъде клиент, защо не му е клиент и защо бизнесът му изпитва трудности? Очевидно реалността е различна от това, което си мислим...

► **Грешка №2: Маркетинговото им послание не е достатъчно ясно на техните идеални клиенти.**

Тази грешка до голяма степен произтича от предишната. Когато посланието е общо и неясно, хората не са grabнати от това да работят с нас. Те са объркани и не разпознават нас като решение на своя проблем. А объркан потенциален клиент няма да купи! (Запишете си това изречение някъде на видно място!)

Объркан потенциален клиент няма да купи!

Тук има и още един важен аспект. Много собственици на бизнес разбират маркетинговото послание като нещо, в което трябва да казват колко добър е техният продукт или услуга. И вие ли сте

така? Това е една от най-големите грешки в бизнеса. Защо? Защото никои клиент не се интересува от нас. Потенциалните ни клиенти си задават единствено въпроса: „Какво има тук, което е от полза за мен?“.

► **Грешка №3: Собствениците на бизнес не се отличават от своите конкуренти.**

Една част от собствениците на бизнес допускат тази грешка от прекалено самочувствие: виж колко съм добър, защо трябва и да се рекламирам? Аз също съм имал подобни мисли, само че пазарът бързо ми показва, че те няма да ме отведат далеч.

Другата причина за тази грешка е, че много бизнес собственици просто не знаят как да се отличат от конкурентите си. Обикновено те свеждат всичко до цената и даже съм чувал изрази от сорта на: „Аз ще ти дам по-добра цена за тази услуга!“. Конкурирането на база цена обаче само по себе си е една от най-големите грешки – най-малкото защото намалява твоята рентабилност (твоята печалба) и често те кара да работиш с неподходящия за теб сегмент на пазара.

Конкурирането на база цена е една от най-големите грешки в бизнеса!

► **Грешка №4: Позиционирали са това, което правят, като стока и се конкурират основно по линия на цената.**

Затова и често хората не ви избират заради цената – защото, колкото и ниска цена да определите, винаги може да се намери някой, който да даде по-ниска от

вашата. А и когато хората не са убедени, че имат нужда от вашия продукт или услуга на първо място, то дори и ниската цена им изглежда висока.

Някои от вас ще кажат: „Но как така съм стока: аз съм интериорен дизайнер и предлагам високоспециализирана услуга“. Да, услу-

гата може да е високоспециализирана и вие да сте много квалифицирани. Но ако губите клиенти, защото те избират по-ниската цена на ваш конкурент, то вие всъщност сте стока. В крайна сметка кой е факторът, който ни кара да правим избор, когато всичко друго ни изглежда еднакво? Цената! Точно това правим, когато купуваме стоки на пазара или в супермаркета.

► **Грешка №5: Не взимат достатъчно за това, което правят.**

Тази грешка е следствие от два фактора. Първо, от мнението, че за да се конкурираме с другите, трябва да предложим по-ниска цена. Няма по-голяма заблуда от това. Когато продавате истинско решение на проблемите на вашите клиенти, цената няма толкова голямо значение. Представете си, че с това, което правите, решавате проблем на вашия клиент, с който той не е могъл да се справи в продължение на години. Колко му е струвало това? Вероятно много. И вероятно той е готов да плати много, стига да е уверен, че наистина ще му помогнете.

Ако губите клиенти,
защото те избират
по-ниската цена на
ваш конкурент, то вие
всъщност сте стока.

И вторият фактор за тази грешка е, че много бизнес собственици не вярват достатъчно в това, което предлагат. Много пъти съм чувал въпроса: „Но това, което аз правя, не е толкова уникално; защо някой ще плаща, и то много, за него?“. Разбира се, има голямо значение какво точно предлагате. Но основното е да не се подценявате.

И финално за цените. Един от хората, от които продължавам да се уча, Дан Кенеди, обича да казва следното (перифразирано от мен): „Имаш стратегическо предимство, ако имаш най-ниската цена в града/бранша. Нямаш стратегическо предимство, ако имаш втората най-ниска цена. Но би могъл да имаш огромно стратегическо предимство, ако работиш на най-високата

цена“. Помислете над това. Аз силно вярвам, че това е така. И съм изграждал моя бизнес модел на базата на това убеждение. И съм помогнал на много мои клиенти, собственици на малък бизнес, да постигнат същото: да се позиционират на пазара като някой, който работи на най-високите цени.

Нямаш стратегическо предимство, ако имаш втората най-ниска цена.

► **Грешка №6: Не генерират достатъчно препоръки от сегашни или минали клиенти.**

Повечето бизнеси разчитат основно на препоръките от доволни клиенти. И това е нормално, защото и моят личен опит показва, че това е един от най-силните канали за достигане до нови клиенти. Дори и бизнеси, които генерират лидове (контакти) онлайн, следва да разчитат на този мощен канал – препоръките от други доволни клиенти. Но колкото и този канал да е важен за много бизнеси, повечето от тях го оставят на случайността. И това е грешка. Важно е да създадете система, която да стимулира препоръките, и текущите и бившите ви клиенти да ви препоръчват повече.

► **Грешка №7: Не затварят достатъчно често срещите, които провеждат.**

Достигането до нови потенциални клиенти е много трудно днес. И в същото време много бизнес собственици си позволяват лесно да губят потенциални клиенти – като не успяват да ги превърнат в платени, когато имат директна комуникация с тях. Като отчитаме огромните трудности да грабнем вниманието на потенциалните клиенти, то важно е след това да сме ефективни и в затварянето на сделките. Ако не го правите добре, е време да се научите.

► **Грешка №8: Не правят маркетинг и не продават.**

Това е странно, но се случва често. Причината много собственици на бизнес да не правят маркетинг, е, че не го разбират и не го харесват. Дори и да са учили маркетинг, стратегиите от университета трудно дават резултати. Всъщност тези стратегии, които сме учили, на практика не дават никакви резултати за малкия бизнес. И причината е, че

Важно е да създадете система, която да стимулира препоръките, и текущите и бившите ви клиенти да ви препоръчват повече.

това са стратегии, които прилагат големи компании като Кока-кола, IBM, Google, Amazon и други... Тези стратегии работят, но не и когато имаш малка фирма без стотици милиони долари бюджет за реклама.

А защо не продаваме? Защото не искаме да изглеждаме като „противните търговци“, които само ни досаждат. Това, че има много противни търговци, е вярно, но то не е причина ние да не продаваме. Всъщност и маркетингът, и продажбите са изключително полезни средства, чрез които можем да достигнем до повече хора и да повлияем на повече хора... за добро!

Това са основните грешки, които собствениците на малък бизнес допускат. Списъкът със сигурност би могъл да бъде продължен, но аз няма да го правя. Когато разглеждаме системата за бизнес растеж, която носи устойчиви резултати, вие сами ще откриете още какви пропуски и грешки имате. А като финал на тази глава аз ще разгледам с вас:

Лесно е един собственик на бизнес да се почувства в капан, когато прави това, което правят и неговите конкуренти, а не получава желаните резултати. Постигането на стабилен бизнес растеж изглежда трудно и дори невъзможно, когато не разполагаш с работещи стратегии за привличане на клиенти, нямаш правилната нагласа и нямаш фокус към истински важните за бизнеса ти неща.

Какво би било за вас, ако разполагате с доказано работеща система, която дава предвидими резултати?

В книгата „**Бизнес растеж**“ Александър Николов показва последователно стъпобовете от своята BG 3x система, с която той продължава успешно да развива своя бизнес и да помага с коучинг програмите си на стотици собственици на малък бизнес да постигат същото. Много от неговите клиенти удвояват бизнеса си за време, което преди това са считали за невъзможно. И те постигат това като всъщност работят по-малко, но знаят ясно своите приоритети и имат фокус към истински важните неща в бизнеса и живота им.

Като следвате стъпките от трите стълба на BG 3x системата, вие също можете да постигнете устойчив ръст на вашия бизнес година след година.



АЛЕКСАНДЪР НИКОЛОВ е бизнес коуч и ментор, създател на BG 3x системата за бизнес растеж и програмата „Бизнес растеж“. Вече второ десетилетие той помага на собствениците на малък бизнес, които страдат от това, че нямат достатъчно клиенти, да печелят повече пари и да работят по-малко време.

Това, което отличава работата на Александър от тази на останалите бизнес треньори, е, че той работи изключително само със собственици на малък бизнес и е фокусиран към това те да получат резултати. В работата си той следва процес от доказани стратегии за привличане на повече клиенти и ръст на бизнеса, които клиентите му могат да прилагат стъпка по стъпка. Като резултат, неговите клиенти печелят повече пари и се радват на повече свободно време.



Цена: 19.90 лв.



9 786199 066409