

Креативный класс. Вы это можете!

© Лях Константин Александрович
E-mail: mykosta1965@gmail.com

Пролог.

Помните,
тишина –
иногда самый
лучший ответ
на все
вопросы



4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 Есть такая очень любимая нами — русская пословица: “голь на выдумки хитра”. А более возвышенные и интеллектуальные люди, цитируя Наполеона Хилла, говорят так: “Необходимость – мать изобретательности”.
- 0 Однако, в данном случае нас интересуют отнюдь не прописные истины, а вопрос – как и почему возник данный бизнес тренд — «доделки»?
- 0 Мировой тренд «Доделки» – это собственно, то, что делают одиночки-изобретатели с вещами массового спроса, сделанными на конвейере, сработанными без учёта уникальных особенностей потребителя.
- 0 Итак, бизнес тренд “доделки” мог возникнуть только в индустриальном обществе, где массовое производство относится без внимания к нюансам.

4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 В эпоху “доконвейерную”, например, обувь всегда шилась по индивидуальной колодке, сделанной «на ногу» постоянного клиента, с учётом всех его выпирающих косточек. Разумеется, такой эпохе никакие “доделки” были не нужны...
- 0 Но, к сожалению, сейчас мы живём в другие времена, где лёгкая промышленность (и все остальные отрасли товаров “народного” потребления) изготавливает изделия, которые живут недолго и очень нуждаются в подгонке.
- 0 Это давно уже поняли портные, которые прямо в торговом центре, изобилующем магазинами одежды, размещают свои ателье, в которых тут же “дошивают” купленную нами вещь.

4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 Театр современного абсурда и ... как можно на нём заработать.
- 0 Как в несовершенном мире можно открыть бизнес, пользуясь его — этого мира — несовершенством?
- 0 Итак, пока что мы с вами живём в мире, где правят бал торговцы крупными партиями некачественного товара, думающие не о клиенте, а о своей быстрой прибыли.
- 0 В таком мире всё, что лежит на прилавке – нуждается в доделке, в заботливых и умных руках человека. Посмотрите вокруг себя – что можно сделать, а точнее – доделать вашими руками?
- 0 Ну а теперь, давайте посмотрим внимательно на типичные (а главное – реальные и очень современные) примеры того, как это тренд уже реализуется на современном рынке.

4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 Две американские подруги – писательница и актриса, придумали оригинальное и простое приспособление для регулировки длины брюк Style Snaps. Больше не надо носить новые брюки в ателье, а кроме того, с Style Snaps брюки можно носить с обувью на любом каблуке, просто меняя их длину.
- 0 Style Snaps представляют собой набор пластмассовых стикеров (по 2 на каждую), которые крепятся с внутренней стороны брюк, фиксируя подворот.
- 0 Они легко удаляются с брюк на время стирки отнюдь не теряя своих фиксирующих качеств.
- 0 Приспособление помимо брюк, отлично регулирует ремни, блузки и другую одежду.



4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 Другой пример. Ещё одно новое приспособление, которое называется Yaktrax и стоит 14.25 долларов можно назвать главным товаром для любителей зимних пеших прогулок, а также тех, кто просто вынужден много перемещаться пешком в любую погоду, например, для почтальонов или же... спортсменов-бобслеистов.
- 0 С помощью этого изобретения, которое надевается прямо на сапоги, гололёд не страшен.
- 0 Эти "цап-царапки", напоминающие то ли капкан, то ли кусок железной сетки, обувают подошву зимней обуви и создают отличное торможение!



4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 Существует довольно распространенная проблема, с ней сталкиваются все беременные женщины, которые носят бандажи и плюс к этому – обычные брюки.
- 0 Итак, для всех беременных, сама – беременная женщина (Энни Тенди) придумала нужное изобретение: клипсы для удержания бандажа от падения и сползания. Называется это изобретение Rocket Dots делается из алюминия, имеет пластмассовые наконечники и не портит одежду.
- 0 Крепятся клипсы с одной стороны на бандаж, а с другой – на карман брюк, что и позволяет фиксировать бандаж в правильном положении. Стоят такие клипсы около 7 долларов.



4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 И ещё одно изобретение-доделка. Временная универсальная застежка-пуговица "Instant Button", которая помогает подогнать размер любимых брюк.
- 0 Эта Пуговица не требует пришивания, легко крепится к брюкам, увеличивая или уменьшая таким образом их размер.
- 0 Временная застежка – это действительно оригинальное и простое решение распространенной проблемы "плавающего веса" многих людей.



4 креативные бизнес-идеи из рубрики "Доделай сам"

- 0 Итак, пока что мы с вами живём в мире, где правят бал торговцы крупными партиями некачественного товара, думающие не о клиенте, а о своей быстрой прибыли.
- 0 В таком мире всё, что лежит на прилавке – нуждается в доделке, в заботливых и умных руках человека.
- 0 Посмотрите вокруг себя – что можно сделать, а точнее – доделать вашими руками?



Доступный креатив

- Для человека, умеющего творчески мыслить, нет неразрешимых задач. Доступный креатив – это “золотая жила” для малого бизнеса, если, конечно, изобретение – это тот случай, когда затратив совсем немного денег, бизнесмен буквально “взрывает” рынок своей оригинальной находкой.
- Вещи, подпадающие под определение “доступный креатив”, это те вещи, которые либо:
 - способны украсить нашу жизнь, вызвав радость в сердцах и улыбку на лицах,
 - либо вещи, значительно облегчающие некоторые привычно неудобные бытовые операции.



Доступный креатив

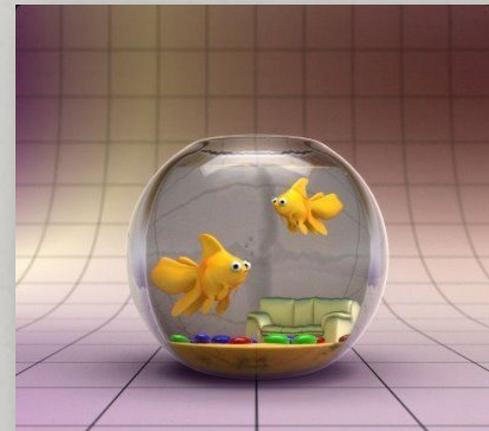
- Как вы уже, возможно, догадываетесь, для изобретения подобных товаров и услуг нужны не огромные деньги спонсоров и не объединённые усилия сотрудников Научно Исследовательского Института, а
 - личный опыт в той бытовой сфере, где желаешь произвести улучшения,
 - живой любознательный ум,
 - вкупе с креативными руками,
 - и, конечно, доброе сердце.
- Да, без доброго сердца, кстати, никуда. Запомним: товары, сделанные без участия доброго сердца, как правило, никогда не пользуются успехом у потребителя.
- Давайте посмотрим на те направления, в которых развивается тренд “Доступный креатив”.

Доступный креатив

- Первое направление. В основном, поток таких идей идёт из сегмента “товары для людей, проводящих большую часть времени вне дома”. В основном, имеются в виду все те, кто вынужден обедать вне дома, перекусывая на ходу, стоя, примостившись на краешке стула.
- Как мы только что сказали: “ Вещи, подпадающие под определение “доступный креатив”, это те вещи, которые, призваны значительно облегчить некоторые привычно неудобные бытовые операции”. А что может быть неудобней, чем есть на ходу, в казённом помещении, на улице, не у себя дома? Демократичный мегаполис и порождаемый им образ жизни отменил веджвудский фарфор и столовое фамильное серебро. Зато он познакомил нас с такими вещами, как: растворимые продукты, “удобные” одноразовые контейнеры для “горячих блюд” и пакетики для “гарнира”, всевозможные – держатели, мешатели, палочки и ложечки из не обязывающих ни к чему картона и пластика...
- Все эти неудобные вещи нуждаются в усовершенствовании – как правило – недорогом, хотя и порой гениальным по замыслу.

Доступный креатив

- 0 Второе направление потока идей “доступного креатива” представляет собой домашний досуг – различные кухонные тайны и кулинарные изыски. Задумаемся, а где ещё почти что каждый человек фантазирует хоть изредка: как не у себя на кухне, пытаюсь порадовать заскучавшего себя, любимую девушку, любимого мужа, капризных детей или просто дорогих гостей... хотя бы необычной формы печеньем?



Доступный креатив

- 0 Третье направление. Ну и наконец, третий ручеёк идей “доступного креатива” – это то, чем занимаются “домашние дизайнеры” или просто – умелые мужчины, терявшие время на школьных уроках труда не даром. Это то, для чего иногда необходимы: дрель, отвёртка, молоток, плоскогубцы, и конечно, желание быть творцом и нежелание пользоваться ширпотребом...



Доступный креатив

o Пример № 1.



Доступный креатив

- 0 Итак, кофе растворимый, из пакетика...
- 0 Проблема с одноразовой порцией кофе заключается в том, что пользоваться этим пакетиком на практике не совсем удобно.
- 0 Последнее изобретение дизайнера Хей-Йен-Чой (Hye-Yeon Choi) – это кофе-пакетик и ложечка – “два-в-одном”. Пакетик с кофе обладает повышенной жёсткостью, что позволяет использовать его в качестве ложки. Формой этот продолговатый пакет тоже напоминает – ложку.
- 0 Изобретение представляет собой туго набитую смесь (кофе-сливки-сахар) “соломинку”, снабжённую крышкой и гибким краем.
- 0 Была бы чашка да кипяток...



Доступный креатив

- “Природа создала чайный куст из сострадания к женщине” – писал английский классик Теккерей. И правда, за чаепитием женщины проводят большую часть своего лучшего времени, попутно ведя свои нехитрые психотерапевтические беседы, в просторечии именуемые – сплетничаньем.
- Дизайнер Сун Мо Канг нашел оригинальный способ привлечь внимание потребителей пакетированного чая к своему продукту.
- Он придумал весьма креативный дизайн пакетика, представив приевшиеся всем чайные пакетики в виде рубашек на “плечиках”, хранящихся в коробке, стилизованной под шкаф-гардероб.



Доступный креатив

- 0 Чаепитие для одиноких. Немецкая компания Donkey Products продолжает удивлять покупателей оригинальными разработками.
- 0 На этот раз они придумали весьма забавную коллекцию чайных пакетиков
 - 0 Royal-Tea с королевами и королями (Принц Уильям и Королева Англии),
 - 0 Democra-Tea с президентами (Барак Обама, и Путин), а также
 - 0 Strip-Tea – с фигурками стриптизёров.
- 0 Идея проста и забавна – если “друг твой не пришёл, вечер не сложился”, вы можете пригласить на чай кого угодно. Технология изготовления этих необычных чайных пакетиков до смешного проста – картонная фигурка знаменитости крепится степплером к самому пакетiku и всё – “гость для чаепития” готов и он не “топится” в чашке при заваривании!



Доступный креатив

o Пример № 2.



Доступный креатив

- Как ещё можно выделиться на перенасыщенном рынке продуктов питания? Маркетологи и технологи немецкого колбасного завода Feldhues придумали способ привлечь внимание покупателей к своей не оригинальной по сути продукции. Они стали выпускать колбасу с рисунком, который становится виден в разрезе.
- Образы, в основном детские, – клоуны, плюшевые мишки, обезьянка, лиса, зайчик, дельфинёнок, дракончик. Перед Рождеством появляются Дед Морозы, снеговики и, конечно, рождественские ели...
- И это не всё... Немецкие производители предлагают услугу по изготовлению колбасы по индивидуальному дизайну на заказ.



Доступный креатив

0 Пример № 3.



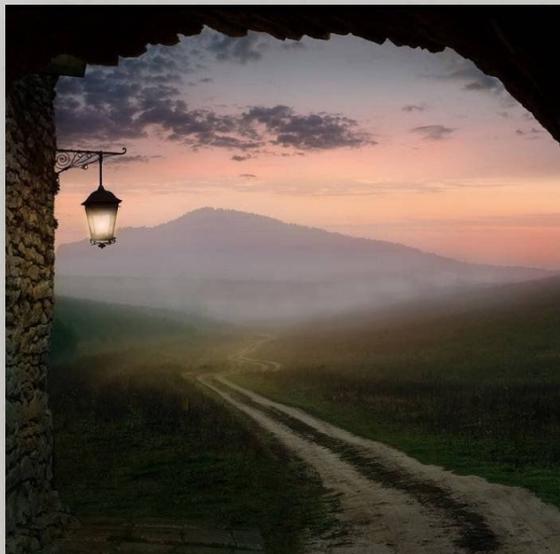
Доступный креатив

- Если капнуть в историю, то юбка – такой же мужской предмет одежды, как и женский. Некоторые народы и сейчас на праздники вспоминают национальные костюмы, к примеру, килты, а кое-где те же килты даже делают униформой. Взять хотя бы канадскую клининговую компанию Men In Kilts. Основной профиль «Мужчин в килтах»: мытье окон, стен, дорог и вывоз сточных вод.
- Осуществляется все это, понятное дело, наименее напряжёнными для экологии способами. В Men In Kilts весь обслуживающий клиентов персонал мужского пола и в клетчатых килтах. При этом не подразумевается никакая связь с Шотландией – штаб-квартира компании в Ричмонде. Юбка была придумана исключительно, чтобы выделиться среди конкурентов и позволить себе назначать более высокие цены на услуги. Что касается эстетической части процесса, то сотрудники компании не прочь мойку сделать в виде маленького шоу, волнуя и радуя окружающих женщин при влезании на стремянку.



Доступный креатив

0 Пример № 4.



Доступный креатив

- Не все люди ходят в тренажерные залы или совершают пробежки по парку. Некоторые предпочитают заниматься спортом дома, используя для этого классические тренажеры вроде велосипеда или беговой дорожки.
- Именно для таких людей компания Virtual Active представила свой продукт. Систему, позволяющую с помощью экрана компьютерного устройства (например, iPad или PlayStation 3) представить себя бегущим по улице. Просто выбираем одну из локаций Virtual Active, например Венецию, и совершаем пробежку по этому городу.
- При этом веб-камера вашего гаджета будет отслеживать темп, с которым вы бежите, а также следить, не остановились ли вы. Картинка на самом устройстве будет двигаться с учетом скорости вашего движения. А при остановке она также станет на месте. В общем, эффект полного присутствия.
- Всего локаций представлено в каталоге Virtual Active великое множество. При этом есть программы, где вы бежите самостоятельно, а есть те, где вам помогает тренер. Каждый набор локаций поставляется вместе с типом тренировки, в который входят такие как бег, велосипед, ходьба и некоторые другие. Затем оплачивается локация (ее стоимость составляет 7 долларов и 95 центов) или покупается DVD с ней (это несколько дороже, чем просто локация по скачиванию, так как приходится оплачивать диск и доставку).

Доступный креатив

0 Пример № 5.



Доступный креатив

- 0 Аренда уже давно является привычным бизнесом. Компания Xnet: ее бизнес - сдача в аренду целой альпийской деревни. Сдают в аренду целую деревню с ее жителями и инфраструктурой, включая отели, коттеджи, спа-салоны, спортивные клубы, рестораны и различные увеселительные заведения. Вся деревня работает на клиента.
- 0 При этом изменяется название деревни и ее улиц таким образом, чтобы была связь с арендатором. Например, когда ее арендовали дилеры знаменитой компании Hyundai, то и деревня называлась как эта компания. Кроме полного доступа к инфраструктуре деревни, включая не только перечисленные выше современные «городские» заведения, но луга, поля и чисто деревенские вещи стоит отметить, что посетителей будет развлекать местный оркестр и аниматоры. Естественно, будет большое застолье, катание на лыжах и вообще масса разных приятных вещей. Всего Xnet сдает в аренду 11 деревень, расположенных в Германии и Австрии.

Доступный креатив

0 Пример № 6.



Доступный креатив

- 0 Несколько лет назад по всему миру стала популярной концепция женского такси.
- 0 Розовые автомобили, сиденья для детей, женщины-водители – там было все, что нужно для соответствующей ей аудитории. Концепция оправдала себя.
- 0 Бизнес, появившийся в Великобритании, был быстро скопирован другими странами. Есть даже компании в России, оказывающие подобные услуги.



Доступный креатив

o Пример № 7.



Доступный креатив

- 0 Американская компания Throwboy объявила о начале приема заказов на мягкую игрушку, которая изображает легендарного главу Apple Стива Джобса, сообщает сайт ToyNews.
- 0 Фигурка имеет официальное название iCEO. Всего было сшито 1200 фигурок. Сейчас фигурку можно заказать на сайте производителя. Один «Стив Джобс» стоит 60 долларов. Один человек может заказать только две игрушки. Игрушка изображает Стива Джобса в его «фирменном» наряде, который тот не менял в течение многих лет: синих джинсах и черной водолазке. На носу игрушки — очки, на ногах — серые кроссовки. Высота фигурки — около 38 см.
- 0 Throwboy передаст 10 процентов от выручки в American Cancer Society (прототип игрушки умер 5 октября 2011 года от рака поджелудочной железы). Toynews предполагает, что производитель iCEO мог объявить о пожертвовании для того, чтобы избавиться себя от претензий со стороны Apple и семьи Джобса.
- 0 В 2011 году пластиковую куклу Стива Джобса уже запретили продавать юристы из Apple.

Доступный креатив

- 0 Сама идея благотворительности — древняя как само человечество и его ранние формы культуры. Первыми «благотворителями» строго говоря были Авель и Каин, принесшие Всевышнему свои первые жертвы — ягнят и плоды земли.
- 0 Давайте посмотрим на несколько примеров – как же организовывать благотворительные акции в духе современности.



Доступный креатив

- 0 Бег на марафонскую дистанцию и другие спортивные состязания на Западе уже давно используются в качестве мероприятий для сбора средств на благотворительные цели. Однако, несмотря на всю “сознательность” жителей стран Западной Европы (и США) количество участников таких мероприятий всё же не так велико. Новый сайт Plus 3 Network, созданный в Калифорнии, призван помочь потребителям превратить каждый их шаг в деятельность по сбору благотворительных средств.



Доступный креатив

- 0 А вот сайт помощи бездомным – Easiest give – easiestgive.com.
- 0 “Easiest Give” – это коммерческая компания, упрощающая процесс пожертвования организациям, которые помогают нуждающимся.



- 0 Компания из Нью-Йорка Choose Change ATM нашла простой и оригинальный способ добавить социальной составляющей в свой бизнес. На улицах города она установила специальные банкоматы, которые позволяют совершить пожертвование для той или иной благотворительной организации.



Доступный креатив

- 0 Do Good 4 Debt- ресурс, который помогает студентам – выпускникам и людям погасить долги в обмен на благотворительную работу. Это предприятие организовал выпускник Оксфорда Ян Веллас, которому 26 лет.
- 0 Do Good 4 Debt сотрудничает с английскими компаниями, которые погашают долги добровольцев в обмен на работу для них в благотворительных целях. Идея организовать такое предприятие пришла в голову Яна в 2005 году, когда он работал на одну фабрику с целью погасить свой долг 14 тысяч фунтов.



Доступный креатив

- 0 А вот группа отелей Sage Hospitality придумала, пожалуй что самую оригинальную идею продвижения своих отелей. И сыграли отельеры на тренде благотворительность.
- 0 Суть их идеи заключается в следующем – для тех, кто пожертвовал полный рабочий день на благотворительные цели (с предоставлением справки с места “работы”!) предоставляется скидка в размере 50% на размещение во всех 53 отелях этой гостиничной сети. Слоган кампании так и звучит: «Пожертвуй день – получи ночь!»
- 0 Увы, практически все эти идеи можно найти исключительно на Западе, у нас понятие “благотворительность” пока что остаётся только понятием...



Доступный креатив

o Пример № 8.

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ



ФАМИЛИЯ
Имя Отчество
Ваша должность

000000, Хххххх
ул. Хххххххххххххх пер., 0
e-mail: хххххххх@хххх.хх

Тел.: 0 (000) 000 0000
Факс: 0 (000) 000 0000
0(000) 000 0000

Доступный креатив

- 0 Владелец кондитерской Cakes for Occasions bakery из Денвера – миссис Келли Делани (Kelly Delaney) занимает свои мысли предметами, более приличествующими леди. Она придумала печенье в виде визитных карточек. Или наоборот – визитки в виде печенья. Контактные данные на съедобных визитках «печатаются» съедобными же чернилами, а сами визитки упаковываются в индивидуальную пластиковую упаковку (вместе с уже несъедобной – настоящей визиткой из картона с указанием всех телефонов).
- 0 До новой необычной идеи выпускать съедобные визитки, кондитерская Cakes for Occasions занималась в основном выпечкой свадебных тортов на заказ.



Доступный креатив

0 Пример № 9.



Доступный креатив

- o Американский предприниматель открыл в Лас-Вегасе аттракцион, работающий по принципу детской песочницы, только вместо совков — экскаваторы. Первую свою «песочницу» Эд Мамм из города Стимбот-Спрингс устроил после того, как арендовал экскаватор для строительства собственного дома и был очень впечатлен процессом работы на нем. В мае 2011 года он решил сделать «песочницу» масштабнее и открыл аттракцион Dig This в Лас-Вегасе. В распоряжении посетителей — 2 бульдозера и 3 экскаватора, которыми можно рыть землю, перекладывать с места на место автомобильные покрышки и играть с мячами.
- o Возраст игроков — от 14 лет.
- o Минимальная стоимость игры, которая длится полтора часа, — 210 долларов.



Доступный креатив

o Пример № 10.



Доступный креатив

- 0 По подписке распространяются самые разные вещи.
- 0 Компания Trinkets продумала весь бизнес до мелочей. Например, в случае с бритвенными лезвиями можно подписаться сразу же на полгода и каждый месяц вы будете получать упаковку лезвий.
- 0 Очевидно, что для такого бизнеса лучше всего подходят товары, которые нужно приобретать на регулярной основе.
- 0 Кроме того, упаковка сделана таким образом, чтобы легко могла опускаться в почтовый ящик. Естественно, оформляя подписку можно подобрать решение под себя, указать периодичность, с которой вы хотите получать эти товары.
- 0 Подписка в месяц всего 3,45 фунта стерлингов.



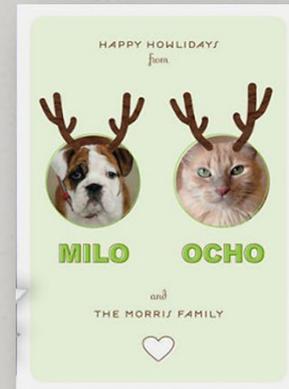
Доступный креатив

o Пример № 11.



Доступный креатив

- 0 В интернет-магазине Minted выложен шаблон для заказа поздравительных открыток от имени домашних животных. Да и от их лица, то есть, морды, тоже.
- 0 Используя заготовку поздравительной открытки, можно создать собственное уникальное поздравление на бумаге. В шаблоне предусмотрены места под фотографии. Поздравительный комплект включает открытку и конверт, выполненные в одном стиле.
- 0 Текст и фотографии для открытки после набора клиентом проверяют и дорабатывают дизайнеры Minted. Заказчик должен одобрить электронную версию поздравления и оплатить его, только тогда заказ отправляется в печать.



Доступный креатив

o Пример № 12.



Доступный креатив

- 0 Бизнесмен Гэри Дал открыл компанию по продаже обычных камней.
- 0 А необычность идеи заключалась в том, что камни продавались как замена настоящим живым питомцам. Для пущего сходства камни приобретались в специальной упаковке, которая выглядела как коробка для перевозки настоящих домашних животных. В комплекте к камню-питомцу шло Руководство по дрессировке и уходу за этим необычным домашним любимцем.
- 0 Простые булыжники, представлявшие домашними питомцами, Дала закупал в Мексике, штат Baja California, по цене не более 15 центов за штуку. Себестоимость упаковки и Руководства обходилась бизнесмену не более чем в 65 центов. Продавался же камень-питомец в комплекте по 3, 95 доллара за штуку.
- 0 Такая необычная бизнес-идея имела крупный успех, и Гэри Далу удалось продать более 5 миллионов булыжников-питомцев, выпуская их под маркой своей компании, «Rock Bottom Productions». Таким образом, в течение полугода с момента основания компании (1975 г) Дал умудрился заработать около 15 миллионов долларов.

Доступный креатив

- Для развития своего бизнеса Гэри Дал сделал очень удачный маркетинговый ход. Ему удалось убедить покупателей, что за обычным камнем можно увидеть и почувствовать гораздо больше, чем мы себе представляем. Обычный камень может принести своему хозяину столько же удовольствия, сколько и живой домашний любимец, и даже более того.
- Содержание живого животного приносит хозяину гораздо больше хлопот и проблем, чем уход за камнем-питомцем. Главное удовольствие, по мнению бизнесмена, не в самом предмете, а в идее о нем, которая царствует в наших умах и дорисовывается силой воображения.

Доступный креатив

- 0 Как ни странно, эта довольно сомнительная бизнес-идея продолжает жить и приносить доход вот уже более 30 лет. Обладатели камней-питомцев находят в Интернете двойников, некоторые завели даже поминальные страницы. Конечно, нынешние камни отличаются от тех, которые продавались ранее. Современные камни-питомцы приобрели индивидуальность за счет наносимых на них рисунков, росписи и других украшений. Сейчас даже есть возможность приобрести камень, раскрашенный по заказу покупателя.
- 0 Удивительно, но для некоторых людей коллекционирование камней-питомцев стало любимым хобби. На сегодняшний день обладательница крупнейшей коллекции - Лесли О'Доэрти (Lesley O'Doherty). Первый камень-питомец Лесли получила на свое шестилетие. Она уверена, что скоро бизнес с камнями-питомцами снова станет прибыльным, и у нее на этот счет есть несколько «особенных экземпляров», которые она планирует продать.
- 0 Ну а Гэри Дал, отец камней-питомцев, написал книгу «Реклама для чайников», подробно описав и доказав на собственном опыте значимость маркетинга в бизнесе. Книга, также как и бизнес-идея с камнями, имеет большой успех.

Доступный креатив

o !



Доступный креатив

o Пример № 13.



Доступный креатив

0 Дело за Вами!



Эпилог



0 Спасибо
за внимание!

P.S.

o Ho...



Советы Джеффри Фокса

- Джеффри Джеймс Фокс (англ. Jeffrey J. Fox) — автор книг по бизнесу, эксперт и консультант в области стратегического маркетинга, автор популярных тренинговых программ. Проживает в Коннектикуте.
- Родился и вырос в Америке. В настоящее время живёт вместе со своей женой в городе Гилфорд (англ. Gilford), штат Нью-Гемпшир (англ. New Hampshire).
- Джеффри Фокс основатель первой маркетинговой консалтинговой компании, выпускник Гарвардской школы бизнеса, обладатель степени колледжа Тринити. Опыт практической работы Фокса в области маркетинга составляет около 20 лет. Его компания Fox&Co была основана в 1982 году и работает более чем с 60 клиентами в 60 различных коммерческих областях. За это время Fox&Co вывела на рынок более 150 новых продуктов и увеличила занимаемую ими долю рынка. Основным направлением деятельности Джеффри Фокса и его детища является стратегический маркетинг, внедрение инновационных решений, создание и продвижение бренда, профессиональное обучение продажам, а также применение собственной методики, так называемой «долларизации».

Советы Джеффри Фокса

- 0 До основания собственной компании Джеффри Фокс был вице-президентом и директором по маркетингу корпорации Loctite, директором по маркетингу винного подразделения компании Pillsbury Co., в компании Heublein Inc. работал на позиции директора по выведению на рынок новых продуктов.
- 0 Награды и достижения Джеффри Фокса:
 - 0 «За высокие достижения в маркетинге» — премия вручена журналом «Sales & marketing management»
 - 0 Отмечен Американской ассоциацией маркетологов в номинации «Выдающийся маркетолог Коннектикута».
 - 0 Обладатель награды «Лучший директор по маркетингу», которую вручает национальная ассоциация промышленных дистрибьюторов.
 - 0 Разработал для Гарвардской школы бизнеса кейс, который был признан одним из ста самых популярных кейсов по маркетингу в мире.
 - 0 Джеффри Фокс является почетным спикером Гарвардской школы бизнеса, Тринити колледжа, школы делового управления имени Амоса Така, компании «The Conference Board» и многих других организаций.
 - 0 О Джеффри Фоксе писали такие известные журналы как «Wall Street Journal», «Business Marketing», «The Hartford Courant».
 - 0 Он известен как член опекунского совета Тринити колледжа.
 - 0 Его книги, «Как стать генеральным директором» (How to become CEO), «Как стать волшебником продаж», «Не торопитесь отправлять резюме» были изданы на 35 языках, в том числе на русском.

Советы Джеффри Фокса

- Долларизация.
- Джеффри Фокс стал первым, кто ввел термин «долларизация» в продажах и маркетинге.
- Концепция долларизации основана на следующей теории:
- Люди покупают по одной из двух причин
 - чтобы чувствовать себя хорошо или
 - чтобы решить проблему.
- «Чувствовать себя хорошо» — измеряется в неосязаемых величинах, таких как стильно выглядящая кофточка, превосходный вкус вина или кайф получаемый от прохода опасного виража нового спортивного авто. «Решить проблему» — здесь, как правило, потребитель захочет уменьшить траты на решение данной проблемы и избежать случайных приобретений. И то и другое может быть измерено в денежном выражение, то есть может быть долларизировано. По сути долларизация — выгода потребителя в денежном выражение, получаемая от приобретения того или иного продукта.

Советы Джеффри Фокса

- 0 Долларизация успешно применяется для любого продукта, используется, чтобы противостоять более дешевым и низкокачественным товарам.
- 0 Размышления и обсуждение долларизации продукта в компании позволяет сегментировать рынок, понять и продемонстрировать потребителю реальную стоимость предложения.
- 0 Конечно, применение долларизации недобросовестными компаниями, может ввести покупателей в заблуждение и приукрасить реальную ситуацию.
- 0 Но здесь нельзя, не вспомнить Дэвида Огилвис замечательным высказыванием: «Предоставление ложной информации о продукции неизменно приводит к разоблачению и наказанию со стороны государства или клиентов, которые не купят ваш товар второй раз».

Советы Джеффри Фокса

- Формула успеха предпринимателя и руководителя по Фоксу.
- Для того, чтобы труд руководителя был не только эффективным, но и результативным, следует разбить рабочий день на три временные части: $60\% + 30\% + 10\% = 100\%$
 - 1 блок: 60 % — отводятся вопросам маркетинга и продаж;
 - 2 блок: 30 % — на изготовление продукции или оказание услуг;
 - 3 блок: 10 % — управлению и административной работе.
- В свою очередь, каждый из блоков дробится подобным образом.
- Например: В управлении продажами (часть первого блока):
 - 60 % — удержание имеющихся потребителей;
 - 30 % — привлечение потенциальных потребителей в ближайшей перспективе;
 - 10 % — привлечение потенциальных потребителей в долгосрочной перспективе.

Советы Джеффри Фокса

- o Три самые распространенные ошибки.
- o Три самые распространенные ошибки, которые совершают руководители компаний, при найме нового сотрудника:
 - o 1. Решение о найме сотрудника происходит слишком быстро.
 - o 2. Найм нового сотрудника происходит из соображений безопасности. Руководители не нанимают индивидуальность, гения, или человека, который может встряхнуть их бизнес.
 - o 3. Они не слушают свой внутренний инстинкт, который шепчет — «забудьте резюме, забудьте большое интервью, это тот кто тебе нужен».

Советы Джеффри Фокса

- Небольшой отрывок из книги Джеффри Фокса по поводу того, как увеличить доход от малого бизнеса.
- Называется она «Как делать большие деньги в малом бизнесе». К сожалению, найти ее в продаже уже нельзя. Но вот вам занятный отрывок о том, где брать идеи для бизнеса.



Советы Джеффри Фокса

- 0 Возможностей для малого бизнеса очень много. Пути поиска идей перечислены ниже.
- 0 1. Посмотритесь в зеркало. Что вы умеете? Ваш дар может положить начало бизнесу и принести вам много денег.
- 0 2. Что делается в вашей семье? Есть ли какой-то семейный бизнес, который мог бы стать вашим? Может быть, стоит поработать на семейном предприятии, изучить дело досконально и основать собственный бизнес?
- 0 3. Присмотритесь к компании, в которой вы работаете. Может быть, стоит заняться тем, что не делает ваша компания? Нет ли рынка, который ваша компания могла бы обслуживать, но который остается неохваченным?

Советы Джеффри Фокса

- 0 4. Изучайте идеи, которые были отвергнуты или не реализованы вашей компанией. Часто они весьма перспективны для малого бизнеса.
- 0 5. Читайте журналы по франчайзингу. Купите или создайте компанию в стремительно развивающейся отрасли, например, откройте тренажерный зал для женщин за тридцать. Возможностей для франчайзинга очень много.
- 0 6. Поставляйте товары и услуги для определенной этнической группы. Выявите группу, которая быстро растет, и продавайте то, что требуется этим людям, и так, как они хотят. Выясните, например, что потребляют выходцы из Доминиканской Республики и какие из этих товаров нельзя достать в США. Изучите испанский и работайте с клиентами, которые говорят по-испански.

Советы Джеффри Фокса

- 0 7. По мере того как люди стареют, им требуется все больше разнообразных услуг в сфере здравоохранения.
- 0 8. Смотрите телепередачи, где рассказывают о разнообразных навыках и умениях, — о ремонте, садоводстве, отделке интерьеров. Это позволит нам быть в курсе современных тенденций и популярных идей. Существует ли компания, которая обеспечивает потребителей гаражами? Есть ли компания, которая поставяет планы посадок садовых цветов и кустарников через Интернет? Есть ли компания, которая управляет личными делами занятых людей, если оба супруга работают, постоянно находятся в разъездах, имеют несколько домов или ведут иной образ жизни, который требует планирования и организации?
- 0 9. Купите компанию, на которую вы работаете. Это может быть выкуп с использованием заемных средств или выкуп компании менеджментом.

Советы Джеффри Фокса

- 0 10. На компании, выставленные на продажу, вас могут вывести аудиторы, адвокаты, кредитные менеджеры, профессиональные брокеры и объявления. Купите такую компанию.
 - 0 11. Оцените этот бизнес со следующей точки зрения: можете ли вы организовать подобное дело чуть лучше? Вспомните, что привлекло ваше внимание во время одной из недавних поездок: существует ли подобный бизнес там, где вы живете, и есть ли в нем потребность?
 - 0 12. Попробуйте реализовать одну из своих давних задумок, ту, о которой вы рассказывали людям годами. Осуществите ваш школьный проект, где предлагалась идея нового бизнеса.
-
- 0 Ну и при старте бизнеса очень важно понять "Что вы действительно продаете?".

Эпилог 2

0 Спасибо за внимание!

