

НВУЗ АНО «РЕГИОНАЛЬНЫЙ
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

БИЗНЕС БЕЗ СТАРТОВОГО КАПИТАЛА



Курск

Все права защищены. Воспроизведение любой части раздела «Бизнес без стартового капитала» без письменного разрешения автора запрещено.

Все замечания и пожелания Вы можете отправить по электронному адресу: konorev_rp@mail.ru.

2-е издание

Курск: типография РФЭИ. – 8 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ	4
ПУТЬ ПО СОЗДАНИЮ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА БЕЗ СТАРТОВОГО КАПИТАЛА.....	4
ПУТЬ ВЛАДИМИРА СИРАЗОВА	5

ВСТУПЛЕНИЕ

Я рад представить Вам раздел «Бизнес без стартового капитала». В первую очередь, он направлен на практику. Поэтому эта часть курса учит не теории, а дает готовые советы, взятые из реальных событий. В этом разделе рассказывается, как молодой человек Владимир Сиразов, не имея капитала, создал свой бизнес, который существует и развивается до сих пор. Кроме того, в этом разделе все расписано шаг за шагом, так что, повторив все указанные действия, Вы сможете открыть точно такой же бизнес.

Возможно, у Вас возникает вопрос: «Зачем мне знать, как кто-то создавал свой бизнес?».

Ответ прост. Во-первых, Сиразов – наш ученик, который, создавая свое дело, руководствовался советами из этого курса. Во-вторых, он сам захотел поделиться опытом. Вам открываются перспективы: Вы можете перенять не только наш опыт, но и опыт состоявшихся бизнесменов. И, в-третьих, если Вы проделаете все то, что написано в этом разделе, пройдете тот путь, который прошел Владимир, то сможете открыть свое собственное дело, которое будет приносить Вам прибыль.

Итак, этот раздел разбит на шесть шагов. И давайте познакомимся с ними прямо сейчас.

ПУТЬ ПО СОЗДАНИЮ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА БЕЗ СТАРТОВОГО КАПИТАЛА

Шаг 1. Изучение конкурентов:

- позвонить или прийти в офис фирмы и под видом клиента поговорить с менеджерами о том, как ведут бизнес конкурентные предприятия;
- найти отстающую организацию и оценить влияние на нее со стороны конкурентов;
- прийти в организацию, представиться заказчиком и узнать цены на продукцию;
- сделать вывод: стоит ли начинать бизнес в данной сфере или нет.

Шаг 2. Выявление желаний клиентов:

- составить социологический опрос для фирм и провести его;
- прийти к руководству предприятия и лично поговорить о том, как оно хочет рекламировать свою продукцию или услуги;
- на основании опроса и бесед выявить, в каком направлении начинать свой бизнес.

Шаг 3. Поиск типографии:

- прийти или позвонить в типографии города и узнать цены в каждой из них;
- определить типографию с наиболее низкой ценой;

- прийти в эти типографии, попросить показать ту продукцию, которую они печатают. Определить, в какой типографии лучшее качество печати.
- выбрать наиболее оптимальный вариант: низкая цена и хорошее качество.

Шаг 4. Поиск рекламного агентства:

- пойти в офис и поговорить с начальством, предложить ему сотрудничество (Вы являетесь представителем этого агентства и работаете от его имени, а оно получает за это процент от сделки);
- заключить договор о сотрудничестве;
- взять в рекламном агентстве все необходимые для сделок реквизиты.

Шаг 5. Поиск клиентов:

- составить прайс-лист на услуги. В цену на листовки должно быть включено все: печать, проезд, клей и кисточки, процент агентству, собственная прибыль;
- составить список потенциальных клиентов;
- по списку встретиться лично с каждым управляющим и предложить им свои услуги;

- взять у клиентов деньги, а им дать товарный чек от имени рекламной компании.

Шаг 6. Изготовить продукцию:

- в текстовом редакторе (MS Word, OpenOffice Writer) изготовить макет листовки (подробности смотрите ниже);
- распечатать нужное количество продукции, отдать за нее деньги в типографию;
- расклеить листовки по городу;
- отдать отчет о работе заказчику;
- отдать процент рекламному агентству;
- оставить себе прибыль.

Дальше только остается выполнять Шаг 5 и 6 по кругу, пока не накопите нужных средств для открытия собственного рекламного агентства. Если Вам понятны действия, которые написаны выше, и у Вас есть желание это повторить, то можете приступать к реализации этого проекта. Если же Вам что-то не понятно, то ниже приведен подробный рассказ о том, как Владимир Сиразов начинал свой бизнес.

Если Вам не нравится идея с рекламным агентствам, то Вы можете создать что-то новое, в чем Вам обязательно помогут наши остальные разделы.

ПУТЬ ВЛАДИМИРА СИРАЗОВА

Владимир Сиразов учился на четвертом курсе университета на специальности «Менеджмент организации». И, как у всех студентов, у него никогда не хватало стипендии и тех денег, которые он где-то мог подзаработать. Владимир понимал, что институт закончится через год, нужно будет устраиваться на какую-нибудь работу. Но также он понимал, что менеджеров очень много, и, наверняка, его возьмут только на самую низкооплачиваемую работу. А еще, что более важно, деньги он хотел зарабатывать сейчас.

Владимир решил открыть свой собственный бизнес. Но у него возникла трудность – он не мог придумать бизнес, где не нужны были бы вложения. Он долго искал идеи в Интернете, расспрашивал своих друзей. И только одна пришла ему по душе. Как Вы уже поняли, он захотел открыть рекламное агентство. Идея была подходящая, потому что не требовала вложений.

Но перед Владимиром возникла другая проблема – как грамотно построить бизнес, чтобы он был успешным и приносил прибыль. Он опять воспользовался могучим Интернетом и нашел там АППЭК. Приобретя наш курс, он его внимательно изучил.

Получив все необходимые знания для начала собственного бизнеса, наш герой приступил к реализации своей идеи.

Шаг 1. Изучение конкурентов

Одно из первых, что мы посоветовали сделать Владимиру, – это изучить рынок, в котором он собирается работать. Потому что некоторые фирмы проводят достаточно жесткую конкурентную политику. И если такие есть, то без приличного капитала и хорошего опыта туда лучше не лезть. Сиразов пообщался с менеджерами маленьких рекламных агентств, и они рассказали ему, что дела, в целом, обстоят неплохо. Также он узнал об одной отстающей организации, которая работает и развивается до сих пор. А это значит, что давление со стороны крупных агентств невелико.

Теперь он приступил к изучению цен у конкурентов. Делал это весьма просто: звонил или приходил в фирмы и представлялся заказчиком, а после чего узнавал про цены.

Таким образом, он изучил то, что предлагают рекламные агентства, но нужно было еще узнать желания клиентов.

Шаг 2. Выявление желаний клиентов

Конечно, можно просто взять и начать свой бизнес. Просто делать то, что кажется правильным. Но тогда Вы не будете застрахованы от неудач. Чтобы у Вас не возникало неприятных ситуаций, всегда нужно знать, где «постелить соломки». В роли «соломы» в нашем случае выступает информация. «Кто владеет информацией – тот владеет миром» – это высказывание одного из

великих бизнесменов Майера Амшеля Ротшильда, владельца банков по всему миру.

Владимир начал собирать информацию. Его основной задачей стало выявление потребностей клиентов.

А кто же его клиенты? Организации, которым нужна реклама. А значит, именно под них он должен делать свой бизнес. Руководствуясь полученными знаниями, он составил социологический опрос и приступил к его выполнению. Для него это не составило большого труда. Его результат был такой: 74% опрошенных хотели видеть рекламу дешевой и массовой, а остальные (в основном это крупные фирмы) более дорогой и целенаправленной.

Как Вы знаете, Владимир не располагал в то время средствами, чтобы открыть большое рекламное агентство. Его это не беспокоило, потому что он уже был обучен созданию бизнеса с нуля. Идея проста: утром деньги – вечером стулья, то есть реклама. Сиразов решил, что клиенты сначала дают ему деньги, потом он делает рекламную продукцию и отдает рекламодателям готовый материал либо распространяет его сам.

Шаг 3. Поиск типографии

Чтобы назвать цену клиенту, нужно сначала узнать, сколько обойдется себестоимость продукции. Владимир не пошел далеко, он выбрал мелкую печатную продукцию: листовки, маленькие плакаты, небольшие буклеты. Теперь его главной целью было найти самую дешевую типографию. Здесь ему потребовалось больше сноровки, он старался сбить цену как можно ниже. В итоге, он нашел типографию, которая согласилась печатать продукцию по достаточно низким ценам города.

У рынка полиграфических услуг есть одна особенность, которой Владимир решил поделиться. Также он хочет рассказать, как ею можно воспользоваться:

Он звонил в полиграфическую фирму и спрашивал:

- Сколько будет стоить напечатать у Вас листовки?

- Подождите, пожалуйста, сейчас посчитаем, – после пары минут молчания. - Это будет стоить Вам, к примеру, 5 740 рублей.

- Эта цена очень высокая, мне в другой полиграфии предложили такие же листовки напечатать за более низкую цену – за 3 200 рублей.

Дальше сотрудник полиграфии просил номер телефона Владимира и говорил, что позже перезвонит. Спустя минут двадцать – звонок:

- Это из полиграфии, мы пересчитали Ваш заказ и предлагаем цену: 3 000 рублей.

Как Вы видите, снизить цену можно почти на 30%. Но, что обидно, такие приемы работают не на все типографии.

Шаг 4. Поиск рекламного агентства

У Владимира не было денег, чтобы открыть собственное рекламное агентство, а клиенты не будут давать деньги, не зная кому. Поэтому он решил, что нужно воспользоваться услугами другой рекламной фирмы. У этого приема есть ряд преимуществ. Во-первых, он не вкладывает своих денег. Во-вторых, он пользуется именем известной компании. В-третьих, Владимир наработает клиентскую базу, которая останется у него, когда он откроет свое рекламное агентство.

Итак, он пришел в фирму и предложил руководителю, что будет работать самостоятельно от их имени, а они будут получать за это процент со сделки. Начальство согласилось и подписало договор о сотрудничестве с Владимиром. Потому что агентству нужны гарантии, что Сиразов должен взять деньги с клиентов и обязательно выполнить заказ.

Итак, наш герой взял товарные чеки в рекламном агентстве и приступил к следующему шагу.

Шаг 5. Поиск клиентов

Это самый сложный этап в создании бизнеса, да и в его существовании вообще. Почему сложный? Потому что у клиентов есть деньги, и далеко не каждый Вам их даст. Их нужно к этому подтолкнуть. У Владимира не было денег, и его никто не знал. Поэтому он должен был рекламировать свои услуги сам.

Первым делом Владимир составил прайс-лист на листовки. Как составить правильную цену для листовки? Нужно взять все расходы: печать, кисточки и клей, проезд; прибавить

собственную прибыль и процент агентству. Как это получилось у Владимира:

- печать одной тысячи листовок стоит 1150 рублей;
- клея тратится на эту тысячу одна банка – 60 рублей, и кисточка – 30 рублей;
- на проезд, чтобы расклеить эти листовки, выходит в среднем 120 рублей;
- он хотел получить прибыль – 1000 рублей, куда входит процент рекламному агентству – 25%;
- итого получается – 2360 рублей, эта цифра должна стоять напротив 1000 экземпляров.

Также Владимир высчитал стоимость 2000, 3000, 5000 экземпляров.

После этого Сиразов составил список потенциальных клиентов. В основном это были службы такси, ремонтные и отделочные фирмы, доставка пиццы и продуктов, мастерские. По этому списку он начал всех обходить. Где-то соглашались, где-то нет, а где-то заказывали малые партии, чтобы оценить работу с Владимиром. В общем, он собрал небольшую клиентскую базу и приступил к выполнению заказов.

Шаг 6. Изготовить продукцию.

В изготовлении листовок нет ничего сложного: электронный макет можно сделать при помощи программы Microsoft Word. Вот краткий экскурс, как сделать листовку:

- открыть новый документ;

- на панели инструментов нажать правой кнопкой мыши и выбрать Рисование;
- в появившейся панели выбрать Надпись, протянуть размеры листовки и написать текст объявления;
- выбрать Добавить объект WordArt, в появившемся окне выбрать стиль написания, ввести название фирмы;
- составить текст объявления с названием;
- сохранить на какой-нибудь носитель.

Дальше Владимир с макетом пришел в типографию и отдал на печать. Через некоторое время он получил готовые листовки. После чего он пошел в город и расклеил их возле подъездов домов, остановок и в местах большого скопления людей, после выполнения работы он предоставил отчет о выполненной работе заказчику.

В заключение он отдал процент рекламному агентству, а себе оставил прибыль. Эту прибыль он копил на открытие своей собственной фирмы. И через два месяца такой работы он смог снять небольшой офис и работать уже на себя.

Как Вы видите, открыть свой бизнес с нуля не так уж сложно – стоит только захотеть. И если Вы решились открыть свой бизнес, то можете смело повторить все шаги из выше-сказанного, и у Вас все обязательно получится.

Если у Вас возникнут вопросы по созданию своего дела, то Вы всегда можете обратиться за помощью в Научно-Исследовательский Центр Аксенова при АППЭК. Мы будем рады Вам помочь.

