

# Содержание

Введение .....	10
Часть I. Готовимся открывать дело, но пока сидим на диване .....	13
Бизнес и рациональное мышление .....	14
С чего начать .....	17
А зачем вообще платить налоги? .....	20
Зачем расти большим? .....	26
На какие деньги начинать? .....	30
Редко получаемые ответы .....	31
Рабочий день бизнесмена .....	39
Про героя .....	41
Азы спиральной динамики .....	42
Тайм-менеджмент для себя .....	46
Почему бизнес на услугах легче разваливается .....	52
«Отожмут» ли мой бизнес? .....	55
Часть II. Прототип .....	57
Пора двигаться. Начнем считать! .....	58
Собираем данные и проверяем гипотезы .....	63
Составляем финансовую модель .....	82
Прототипирование бизнеса, или минимально работающий продукт .....	98
Как ставить эксперименты .....	100
Минимальный продукт в случае розницы .....	102
Оценка работы прототипа .....	104
Минимальный продукт в случае отдельного товара .....	105
Сколько нужно бизнес-планов и для чего? .....	107
Что такое кассовый разрыв? .....	109

Часть III: Без паники: первая точка .....	117
План открытия магазина в регионе .....	118
Базовые условия .....	119
О регистрации: ООО или ИП? .....	122
Реклама до открытия .....	123
Что должно быть на сайте? .....	126
Что делать в соцсетях? .....	127
Как выбрать точку .....	128
Подписание договора аренды .....	134
Как делать ремонт .....	139
Как мы выбрали оборудование для магазина .....	140
Еще пара советов по открытию магазина .....	143
Режим работы .....	145
Ценники .....	146
Сертификаты .....	147
Воронка продаж (Corvus cornix venditio) .....	149
Что влияет на доход магазина? .....	152
Что контролировать в магазине? .....	155
Где брать товар и как работать с поставщиками .....	157
Как часто привозить товар? .....	162
«Челночное» планирование .....	165
Ассортимент .....	166
Управление ассортиментом: почему товара может не быть? .....	168
Можно ли добиться постоянного наличия самых важных товаров? .....	172
«Хайповый» товар .....	176
Кассовая дисциплина и инвентаризации .....	177
Как делается инкассация? .....	180
Проверки и нежданчики во время работы .....	182
Информационные технологии (ИТ) .....	185
Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) .....	186
Система планирования ресурсов (ERP) .....	188
Инструмент отслеживания задач (таск-трекер) .....	190
Мессенджеры .....	191

Часть IV. Маркетинг по шагам .....	193
Два магазина в Гренландии .....	194
Миссия и ценности .....	196
Бренд .....	199
Валовая прибыль .....	202
Клиентоориентированность .....	207
Качели клиентоориентированности .....	212
Вертикально интегрированный маркетинг .....	215
Где ловить человека: каналы и точки контакта .....	219
Самая главная драгоценность — клиентская база .....	222
Начнем с автосервиса .....	224
Карта каналов «Браво» .....	227
Не наш пример: история с ящиками для мыла и открытками .....	231
Магазин Мосигры в регионе .....	234
Карта коммуникаций Мосигры в целом .....	236
Не наш пример: комиссионный магазин .....	241
Социальное доказательство .....	244
Часть V. Персонал .....	247
Где брать толковых сотрудников .....	248
Как нанимать людей .....	249
Как проводить собеседование .....	252
Как работать с фрилансерами .....	254
Базовые принципы мотивации .....	258
Как ставить задачу .....	261
Кто может решить задачу .....	264
Ответственность руководителя .....	270
Кто принимает решение? .....	274
Два сотрудника не могут договориться — как решить проблему .....	276
Почему надо сразу признать свой косяк? .....	279
Как обрабатывать ошибку сотрудника .....	281
О рабском мышлении .....	285
Как назначать зарплату .....	288
Заключение .....	296
Приложение. Анкета тайного покупателя .....	297
Об авторах .....	301