

«И БОТАНИКИ ДЕЛАЮТ БИЗНЕС» —

КНИГА ДЛЯ ТЕХ, КТО ЛЮБИТ НАБЛЮДАТЬ



О КНИГЕ «И БОТАНИКИ ДЕЛАЮТ БИЗНЕС» МАКСИМА КОТИНА В ИНТЕРНЕТЕ ЗАГОВОРИЛИ ЕЩЕ ДО ЕЕ ВЫХОДА В СВЕТ. И ДЕЛО НЕ В ТОМ, ЧТО ПУБЛИКАЦИЯ КНИГИ СУЛИЛА СКАНДАЛЫ, ИНТРИГИ, РАССЛЕДОВАНИЯ. ФОРМУЛА УСПЕХА «БОТАНИКОВ» БЫЛА ИНОЙ: В ЧЕМ-ТО ОБЫЧНОЙ, В ЧЕМ-ТО НЕСТАНДАРТНОЙ.

ИЗВЕСТНОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО «МАНН, ИВАНОВ И ФЕРБЕР», ИЗВЕСТНЫЙ АВТОР – С ОДНОЙ СТОРОНЫ. И НЕОБЫЧНАЯ ИСТОРИЯ НЕУСПЕХА, НЕ ЗАКАНЧИВАЮЩАЯСЯ НА ПОСЛЕДНЕЙ СТРАНИЦЕ КНИГИ (ЗА ДАЛЬНЕЙШЕМ РАЗВИТИЕМ СОБЫТИЙ МОЖНО СЛЕДИТЬ И СЕГОДНЯ В БЛОГЕ ГЛАВНОГО ГЕРОЯ), – С ДРУГОЙ.

ОСНОВАТЕЛИ КОМПАНИИ 375-MARKETING.COM ЮЛИЯ ЗАРЕМБО, АНАСТАСИЯ ДУДИНА И ОЛЬГА ПОЛЯКОВА ДЕЛЯТСЯ С ЧИТАТЕЛЯМИ «ПЕРВОГО» СВОИМИ ВПЕЧАТЛЕНИЯМ ОТ ПРОЧТЕНИЯ НАШУМЕВШЕЙ КНИЖНОЙ НОВИНКИ.

Анастасия Дудина – копирайтер, руководитель контент-агентства Adudina.com. Работает в сфере маркетинга и рекламы с 1999 года. В 2009-м ушла с должности руководителя отдела рекламы и PR международного холдинга, чтобы открыть собственное дело. Свое жизненное кредо формулирует так: «Жизнь начинается там, где заканчивается зона комфорта».

Юлия Зарембо – маркетолог, основатель компании Julia Zarembo. Работает в сфере маркетинга с 1998 года. В мае 2010 г. открыла свое дело. Эксперт в области продвижения малого и среднего бизнеса. Имеет 13-летний опыт в области маркетинга: в качестве руководителя отдела крупной компании, топ-менеджера компании, предпринимателя, продвигающего свой бизнес.

Ольга Полякова – консультант по интернет-маркетингу, руководитель веб-студии. Опыт работы составляет более 8 лет и включает руководство интернет-проектами белорусских, зарубежных и международных компаний. При разработке сайтов применяет уникальную технологию, позволяющую правильно «перевести бизнес на язык Интернета».

О ЧЕМ И ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА?

«И ботаники делают бизнес» – художественная книга, в которой нет универсальных и четко прописанных рецептов успеха. Напротив, многие убеждения главного героя – молодого бизнесмена Федора Овчинникова, мечтающего построить крупнейшую книжную сеть в своем регионе, в ходе повествования доказывают свою неоднозначность. «Я уверен, что если вложить в проект душу, то он будет успешен», – утверждает Федор в начале своего пути бизнесмена. Успеха – в общепринятом понимании этого слова – добиться ему пока не удалось. Тогда почему история Федора заслужила внимание издателей книги и может быть интересна вам?

А.Д.: Во-первых, она позволяет понять, что в бизнесе не бывает гладких дорог – каждому встречаются свои «грабли», но это не должно становиться поводом для отчаяния. Во-вторых, для тех, кто относится к жизни философски, книга может стать хорошим подтверждением того, что «нет никакого пути к счастью – сам путь и есть счастье». История Федора – целая «коллекция» взлетов и падений. И ее результаты, безусловно, не измеряются только тем, сколько рублей остается на счету у главного героя. Опыт, который получает Овчинников

за несколько лет, многим не удастся приобрести и за всю жизнь.

О.П.: Я думаю, что таких людей, как Федор, много. Он олицетворяет определенный тип бизнесмена. Правда, большинство предпочитают молчать о своих неудачах, а он решил сказать об этом вслух. Книга будет полезна и тем, кто только мечтает о своем деле, и тем, кто уже в бизнесе давно и забыл, как все начиналось. После прочтения они будут лучше понимать своих начинающих партнеров.

Ю.З.: Эта книга для тех, кто любит наблюдать и пробует заимствовать что-то для себя, для тех, кому интересен взгляд автора на один из новых классов российских бизнесменов. Это своеобразный «роман» с передовой бизнеса. И блог Федора Овчинникова, предпринимателя-интеллекта, интересен в первую очередь с этой точки зрения: из любопытства посмотреть на внутренние переживания главного героя – как он борется, как по наитию шагает по дороге бизнеса. Ну и, конечно, эта книга для тех, кто только думал открыть что-то свое, но так и не решился. У кого нет связей в верхах, богатого дяди и бандита-друга.

О НАСТРОЕНИИ, С КОТОРЫМ ЧИТАЕТСЯ ЭТА КНИГА

Если чаще всего мнения основателей 375-marketing.com и их взгляды на вещи и события совпадают, то в этом вопросе они разделились кардинально.

Ю.З.: Книга с грустной надеждой... Меня она не мотивирует, не сподвигает на какие-то изменения. Я ее восприняла как одну из частных историй бизнеса. Читала ее как художественную литературу настоящего времени. Что-то взяла на заметку, где-то улыбнулась, в какой-то момент была увлечена сюжетом. Временами хотелось помочь Федору остановиться и осмотреться. Но все же главный момент – он взял и сделал! И продолжает делать.

О.П.: Меня она успокаивает и убеждает: падать не страшно, делать ошибки не смертельно, всегда можно начать заново, воплотить новую мечту. В этой истории мне понравилось то, что она не «звездная», а о таком человеке, как я и многие, кто пробует достичь своей цели.

А.Д.: А мне книга показалась вдохновляющей. Меня она очень мотивировала: вставать раньше, смотреть шире, делать больше, не довольствоваться достигнутым, искать новые возможности, работать на все 100%. А что касается неудач Федора, то здесь я соглашусь со словами автора: «Каждый человек, наверное, должен совершить опущенные ему ошибки хотя бы для того, чтобы просто стать другим».

О ВАЖНЕЙШИХ НАВЫКАХ КОММЕРСАНТА

Благодаря кризису Федор понял, что умение говорить себе «нет» входит в число важнейших навыков коммерсанта. Вообще, чтобы быть успешным предпринимателем, надо все время внутренне склоняться к тому, чтобы скорее сказать «нет», чем «да».

А.Д.: Полностью соглашусь с Федором, хотя еще несколько лет назад я придерживалась совсем иного мнения. К примеру, мне нравился голливудский фильм Пейтона Рида «Всегда говори «да», который проповедует такую теорию: соглашайся со всеми предложениями, которые подбрасывает тебе жизнь, – и ты сам удивишься, к каким результатам это приведет. Но... В сутках всего 24 часа, и, на мой взгляд, в бизнесе стоит говорить «да» только тому, что приближает к цели, а не уведит в сторону.

О.П.: Раньше мне тоже нравилось все время говорить «да» – это приносит опыт и новые возможности. Соглашаясь на предложенные проекты и работы, ты

пробуешь себя в чем-то новом. Но на разных этапах карьеры полезно делать это по-разному. Пока ты студент или начинающий специалист, слово «да» и открытость позволяют увидеть большие горизонты. Но когда ты уже нашел себя и знаешь, чего стоишь, стоит расставлять приоритеты, соответственно, и чаще говорить «нет».

Ю.З.: Я стараюсь придерживаться курса «без вранья». Стремлюсь говорить открыто, когда меня что-то смущает или не нравится. Известно выражение о том, что если тебя что-то не устраивает и ты молчишь, то хуже только тебе самому.

И мне несложно сказать «нет». Некоторых это удивляет – возможно, кто-то посчитает это с наглостью, но я за открытый разговор. Всегда нужно прислушиваться к себе и говорить именно то, что хочешь сказать. В некоторых случаях можно сказать «нет» косвенно: например, «Меня это смущает, давайте другой вариант рассмотрим» или «Мне здесь что-то не нравится, я подумаю».

ОБ ОТКРЫТОСТИ БИЗНЕСА

Предприниматель Федор Овчинников вел все финансовые расчеты онлайн – выкладывал их в блоге, ничего не скрывая от своих читателей и конкурентов. Оправдана ли такая открытость или она граничит с безумием?

Ю.З.: Повторюсь: я за открытость. За рубежом есть платные базы, где можно оценить финансовую состоятельность компаний. Но все мы понимаем, что это зависит от уровня ведения бизнеса в стране и, конечно, от

людей, которые в этой стране живут. Если бы Беларусь была на пути создания базы, я бы открыла свои данные по Julia Zarembo.

О.П.: Обычно я открыто отвечаю на вопросы о своем бизнесе. Федор долго думал, почему плохо открывать все карты, и не нашел никаких минусов. Такая открытость в итоге приведет к прозрачности рынка – люди будут правильно оценивать свою работу, от чего выиграют и бизнесмены, и их клиенты.

РЕЗЮМЕ

Ю.З.: Большое спасибо журналисту и автору, который собрал весь этот материал. Важно говорить о том, что есть, отмечать новое и самим делать новое!

ВРЕМЯ ДЛЯ ПРОЧТЕНИЯ КНИГИ –

6-8 ч интенсивного чтения либо от недели чтения в «фоновом» режиме.