

Величие лишь кажется недостижимым

18+

протяни руку и оно твое!

фото Е. Щетинина

Стратегия успеха

Бизнес курс

Pablo di Le mani



Павел Ширшов

Стратегия успеха

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=55849965

ISBN 9785005039217

Аннотация

НЕЗАКОННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ, ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ, ИХ АНАЛОГОВ ПРИЧИНЯЕТ ВРЕД ЗДОРОВЬЮ, ИХ НЕЗАКОННЫЙ ОБОРОТ ЗАПРЕЩЕН И ВЛЕЧЕТ УСТАНОВЛЕННУЮ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. В этой книге содержится много полезной информации, необходимой всем, кто не хочет останавливаться на достигнутом, а стремится вперёд к покорению новых вершин. Это бизнес-курс в направлении успеха! Здесь используется самый применимый закон нашей физической вселенной, способный изменить всё, что мы только пожелаем. Это практическое руководство для всех, кто способен мыслить и действовать, реализуя свои мечты в реальность. Прочитав эту книгу, вы поймёте, что не можете проиграть.

Содержание

Бизнес курс. Стратегия успеха!	5
Стратегия успеха!	7
Конкурентная борьба	7
Как стать преуспевающим?	8
Вы должны производить продукт нужный людям	9
Реклама двигатель прогресса	11
Жизнь по стандарту – потребителя	13
Маркетинг или общественные связи	14
Факторы, влияющие на успех	18
Финансовые потоки	21
Денежные единицы	25
Денежная система	27
Конец ознакомительного фрагмента.	30

Стратегия успеха

Павел Ширшов

© Павел Ширшов, 2020

ISBN 978-5-0050-3921-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Стратегия успеха!

Pablo di Le mani

Бизнес курс. Стратегия успеха!

– Конкурентная борьба. 3

– Как стать преуспевающим? 3

– Вы должны производить продукт нужный людям. 3

– Реклама двигатель прогресса. 4

– Жизнь по стандарту – потребителя. 5

– Маркетинг или общественные связи. 6

– Факторы, влияющие на успех. 7

– Финансовые потоки. 9

– Денежные единицы. 11

– Денежная система. 11

– Условные рефлексy. 13

– Пастырь, ведущий стадо. 13

– Луч солнца в темном царстве! 14

– Повелители мира. 15

– Мы живём ради ощущений. 16

– Успешное действие. 17

– Спасительная эстафета. 18

– Авторитетный опыт наставника. 18

– Путь неисчерпаемых возможностей. 19

– Франшиза. 19

– Секреты быстрого обучения. 20

– Точное попадание. 22

– Как можно увеличить производство товаров и услуг. 24

- Конвейер. 25
- Кризис или согласие. 27
- Как не поддаться замешательству? 28
- Миллиарды новых возможностей. 28
- Выживает сильнейший. 29
- Шаги для исправления неблагоприятной ситуации. 30
- Жить настоящим! 32
- Что такое стратегия победителя? 33
- Лидер – это побеждающий стратег! 34
- Ответственность. 35
- Мы рождены, чтоб сказку сделать былью. 36
- Выход есть всегда. 37
- Бунтарство и авантюризм. 38
- Формирование реальности. 39
- Необходимость быть Лидером. 40
- Откуда берутся силы и энергия? 40
- Философия Вселенной. 41
- Точка зрения. 42

Стратегия успеха!

Конкурентная борьба

Современный мир – это достаточно сложная среда для выживания. Уровень конкурентной борьбы накалён до предела, и вести эту борьбу за существование своего бизнеса сложно, как крупным фирмам, находящимся десятки лет в круговороте денежных потоков, так и начинающим бизнесменам.

И хотя всё чаще, банкротство постигает мелкие предприятия, поглощаемые крупными корпорациями и холдингами. Случается не редко, что и крупные воротилы бизнеса, отбрасывают, прекращая своё существование. Или в лучшем случае сворачивают дела, сокращая товарообороты в десятки, а то и в тысячи раз. *акулы капитала концы в воду*

Забегая вперёд скажу что в любой ситуации существуют исключения, и конечно же приглядевшись вы без труда сможете найти небольшие и маленькие предприятия, которые ведут свои дела очень успешно. Не нужно думать, что только большие компании могут быть успешными и процветать в мире бизнеса.

Как стать преуспевающим?

Не существует одного ответа на этот довольно таки конкретный и сложный вопрос. Но всё же ответы есть. И мы обязательно их рассмотрим, изучим, а способы их решения научимся применять на практике. Для того чтобы использовать приобретённые знания и умения в суровых реалиях ведения вашего бизнеса, которые неизменно будут приводить вас к успеху!

Нет людей, которые не совершали ошибок.

Так и в бизнесе не существует предпринимателей, которые не ошибались в расчётах, выборе товара, партнёра, способах производства и реализации товара, нужному вам покупателю и потребителю.

Неизменно то, что , желающих, чтобы их бизнес процветал. Принося дивиденды в виде прибыли, увеличивая не только капитал, но и его – ваши возможности. *у каждого товара должен быть свой потребитель, и определить эту закономерную взаимосвязь необходимая задача всех предпринимателей*

Вы должны производить продукт нужный людям

Продукт это – то важность чего мы ставим в приоритет и хотим продать как товар. *У каждой фирмы должен быть продукт.*

Товар может быть любим: ценным – малоценным, нужным – мало нужным, физическим или виртуальным, интеллектуальным, услугой.

Цель каждой компании сделать свой товар нужным, ценным для потенциального покупателя.

Здесь существует очень много способов, но основным направлением будет: Заявить о товаре. Чем больше людей, узнают об этом товаре, тем большим спросом будет он обладать, так как каждый человек, который является потенциальным покупателем. *что-то слышал о товаре,*

Задача руководителей всех предприятий, сделать как можно больше людей, заинтересованными купить их ваш товар. Для этого им необходимо показать нужность, важность, индивидуальность, необходимость приобретения этого товара.

Давайте выполним три задания:

1) *Выберите свой продукт. Ваш продукт, это то чем именно вам будет интересно заниматься. Что вы хотите предоставить этому обществу что, по вашему мнению, бу-*

дет пользоваться спросом.

2) Определите каким на ваш взгляд, будет спрос на выбранный вами продукт.

3) Подумайте, что может заинтересовать потенциального покупателя в приобретении вашей продукции.

Заинтересованность бывает нескольких видов: вызванная потребностью или необходимостью товара.

Навязанная. Для этого применяются различные способы: убеждения, гипноз, давление, использование кнопок, которые включают ответно – раздражительный механизм, вызывая желание иметь этот товар.

Конечно же, лучше всего, когда и обладает такими качествами, что вам не приходится лгать людям, желая его продать. *ваш товар сам по себе необходим потребителю*

Реклама двигатель прогресса

Еще с древних времен люди пользовались слабостями других, используя их, эти слабости в своих интересах, зарабатывая на них целые состояния, получая неограниченную власть, или просто мошенничали и обкрадывали.

За тысячелетия они отточили способы манипуляции друг – другом используя различные кнопки воздействия на сознание.

И если раньше ремесленники просто продавали свой товар, получая за него плату, в современном обществе существует множество посредников имеющих свои дивиденды.

Когда товар придуман, произведён и создан, его нужно продать за наиболее выгодную для нас цену. И в этом огромную помощь нам окажут возможности предоставленные новым XXI веком. Веком хорошо развитых коммуникационных технологий.

Так называемые СМИ: радио, телевидение, интернет, пресса и IT технологии определили этот Век как коммуникационный.

– крылатая фраза раскрывающая суть механизма продаж. Для того, чтобы как можно больше продавать и в этом нам помогают СМИ. *Реклама двигатель прогресса мы должны иметь как можно большую аудиторию потенциальных клиентов*

Человек не сможет купить что – либо, не зная, что это существует, где это можно найти, не зная, для чего оно ему нужно и нужно ли он вообще.

Я бы хотел уделить особое внимание именно этому этапу в цепочке от производства товара до его реализации.

Очень часто бывает так, что товар, обладающий меньшим качеством, может стоить дороже другого менее разрекламированного, но более качественного продукта. Необходимо понимать, что в век коммуникационных технологий, нельзя пренебрегать рекламой своего продукта.

Новые задания:

1) Попробуйте придумать, как можно рекламировать ваш товар.

2) Что может выделить его среди других товаров?

3) Какие кнопки воздействия на покупателей помогут его продать.

Если вы хотите быть , который идёт в ногу со временем или даже опережает время, необходимо не только выпускать современную, качественную продукцию, но и быть впереди в способах презентации ваших услуг. *конкурентоспособным бизнесменом*

Жизнь по стандарту – потребителя

Люди не любят усложнять себе жизнь. Они живут стандартно, используя стандартные привычные способы, воплощения мечты. Им проще взять, что – то готовое, придуманное другими людьми и использовать в своих интересах. *Им нравится быть потребителями чужих идей и товаров.*

Да и само общество, в котором мы сосуществуем, диктует нам свои условия, навязывая пассивный образ жизни. Все средства массовой информации и реклама внушают нам как хорошо быть потребителем, преподнося необходимость того или иного товара для каждого из нас.

И мы можем даже стать изгоями этого общества, если наперекор общественному мнению не желаем пользоваться широко разрекламированным брендом.

Люди могут, считают тебя отстойным, если ты, носишь рубашку, без бренда известного модельера, несмотря на то, что твоя рубашка может быть более удобной и качественной, но сделанная начинающим, неизвестным производителем.

1) Какие бренды вы считаете лидерами продаж?

2) Почему – по вашему мнению, они являются лидерами?

3) Что передового они используют в рекламе?

Маркетинг или общественные связи

и не только. *Общественные связи – это механизм, влияющий на количество продаж. Чем лучше вы можете передать свою идею людям, тем большего успеха вы достигнете в сфере продаж. Донести идею и получить согласие, в отношении этой идеи цель любой рекламной компании.*

Люди, которые занимаются рекламой, хорошо знают, что потенциальный покупатель подразделяется на *типы публики*.

Выбор неправильного типа публики, не даст вам необходимого результата, так как вы просто будете стучаться не в ту дверь.

Типы публики делятся по интересам, профессиям, социальным статусам, возрастное различие. Если вы создаёте продукт, вы должны знать спросом у какой аудитории он будет пользоваться, то же необходимо знать, продавая и рекламируя товар. Для этого необходимо проводить опросы, делая сбор полезной информации, мнений, собирая данные, на основе которых потом делается анализ.

Реклама должна оказывать воздействие на конкретный тип публики, если этого не делать вы можете потерять своего потребителя.

Для того, чтобы продать свой товар вам необходимо иметь

общую реальность с покупателем. Это не возможно без взаимного согласия, чтобы достичь его нужно общение. Общение помогает нам поделиться информацией с другими людьми. С помощью общения мы взаимодействуем с окружающим нас миром и достигаем согласия или не согласия, в зависимости от ситуации или отношения друг к другу. Теплое, дружеское отношение располагает нас к взаимной симпатии и желанию общаться, что в свою очередь увеличивает общую реальность. Отсутствие реальности между людьми блокирует общение, вызывает не согласие, и вследствие этого, недовольство в отношении друг другом.

общение = согласие = реальность

и улучшение, какого ни будь из них, неизменно приводит к улучшению двух других, но тоже происходит в обратном направлении. Отсутствие общения приводит к отсутствию реальности и согласия. Знание того как взаимодействуют эти три компонента необходимы каждому из нас, но особенно тем лицам, которые занимаются общественными связями. Мы всегда сможем, улучшая один из компонентов улучшить два других, для этого нам всего лишь необходимо знание этой взаимосвязи и желание, что – то изменить в этом направлении. *Эти три компонента взаимосвязаны между собой*

- 1) *Попробуйте представить, каким образом можно лучше донести сообщение определенному типу публики.*
- 2) *Приведите примеры как реальность, общение и со-*

гласие могут улучшить или ухудшить взаимоотношение с людьми.

Занимаясь опросом публики, мы выясняем, в чём она нуждается, как думает, чем живёт. Общение помогает вступить в контакт и тем самым начинает формировать общую реальность в отношении их потребностей, на основе которых планируется создание, реклама и реализация товара.

Для создания согласия с аудиторией мы проводим опрос, на основе которого выделяет наиболее частые ответы характерные для данного типа публики вызывающие согласие и отклик, . При использовании кнопок должен быть отклик именно той аудитории, на которую рассчитано воздействие этой кнопки. *Использование кнопки помогает нам донести сообщение так, чтобы оно было услышано и воспринято в нужном нам ракурсе, именно тому типу публики, на который рассчитан продукт в маркетинге называемый кнопкой.*

Друзья ответьте:

- 1) Сколько вам лет?
- 2) Кем вы работаете?
- 3) О чем мечтаете?
- 4) Чего вам не хватает?
- 5) Вы хотите купить?

Сами по себе кнопки бесполезны, если они не несут ни какой информации. Их нужность многократно увеличивается в правильном взаимодействии с той информацией, которую

необходимо донести публике. Кнопка воздействия необходима для привлечения внимания публики, но после того как она произвела нужный эффект, обязательно должна последовать та информация, которую мы хотели сообщить людям!

3) Как с помощью опроса выявить кнопку вызывающую отклик на ваш продукт?

4) Почему кнопки воздействия на публику бесполезны, если их использовать без сообщений?

Факторы, влияющие на успех

Какие же факторы влияют на успех в действиях каждой фирмы или компании?

Одним из важнейших факторов является – **рост** развитие компании на всех этапах её существования.

Для того чтобы хорошо выживать в современном мире необходимо постоянно расти – этот цикл действия указанный нам самой природой: рождение – рост – рост – рост – деградация (постепенное увядание, старение) – смерть. Как только останавливается, прекращается этот важный шаг – рост, происходит обратный процесс и всё, что существует в этой вселенной, начинает двигаться к распаду, а дальше к смерти.

Всё то, что существует в этом мире, либо движется вперёд по пути развития и роста, либо начинает свой распад и разрушение, постепенно двигаясь в обратном направлении. В сторону краха своего существования.

Часто нам кажется: всё у нас идёт нормально нет ни каких изменений, всё по прежнему, по старому. Но, понимающие люди совершенно точно знают, что это либо остановка и подготовка перед новым подъёмом, либо затишье перед надвигающейся на вас бурей, которая может скинуть вас в пропасть к неминуемой гибели, или в лучшем случае нанести ущерб вашему безоблачному существованию.

Поэтому одним из основных направлений , в различных отраслях деятельности фирмы. *внимания руководителей предприятий, должны быть нацелены на рост*

Для того, чтобы видеть рост в каждой сфере деятельности . Из учёта которых, потом составляются: диаграммы, графики функций, таблицы и так далее, они позволяют наглядно увидеть положение дел, на каждом этапе деятельности предприятия. *компании должны вестись статистики*

Анализ этих статистических данных показывает, какие действия, каким образом влияют на улучшение или ухудшение в делах предприятия и какие шаги нужно предпринимать для того, чтобы дела шли хорошо, или ещё лучше в зависимости от результатов и анализа статистик на каждом определённом этапе.

1) *Что вы можете предложить для контроля роста.*

2) *Как статистика влияет на контроль, за прибылью.*

Как я уже писал раньше, ведь если не вести статистики может казаться, что дела идут хорошо. В фирме стабильность и процветание, так как компания на этом этапе, всё ещё может находиться, в хорошем финансовом положении. Но если нет роста это состояние кажущееся, оно не стабильно, обманчиво. Ведь отсутствие роста впоследствии, вызывает распад, который в затянувшейся форме может привести к упадку и краху предприятия.

Это как болезнь на начальном этапе, когда она вызывает еле заметные слегка неприятные ощущения. Если с ней во-

время не бороться (не лечить) она может перейти, перерасти в запущенное хроническое состояние. Оно впоследствии вызывает угнетённое состояние, а в тяжёлой форме вызывает распад организма и приводит его к смерти.

Финансовые потоки

Финансовые потоки на предприятии это как питательные вещества и витамины в организме. Пополняя фирму, они помогают восстановить недостаток сил: – приобрести новое оборудование, сырьё и прочие товарные средства. Обеспечить транспортные и другие коммуникации: средств, сырья, идей, товара и так далее из различных органов предприятия друг к другу, а так же способствовать обмену с другими лицами и предприятиями.

И те и другие в различных ситуациях и сферах деятельности могут причинять как вред, так и пользу фирме. *Финансовые потоки могут быть как входящими, так и исходящими.*

Управление денежными потоками: Прогнозирование ДП – Составление бюджетов ДП – Учет операций ДП – Анализ ДП – Определение оптимального уровня.

Статистики проясняют ситуацию и положение дел, делая видимыми положительные и отрицательные результаты и действия.

Таким образом, как и в организме живых существ, недостаток или переизбыток чего либо может привести к нежелательным последствиям, ухудшению состояния какого либо органа, а затем и состояния всего организма.

Таким же образом, и в фирме все механизмы должны работать слаженно, помогая друг другу и уж тем, более не ме-

шая, работе друг – друга.

Финансовые потоки

- 1) Основные фонды.
- 2) Финансовые вложения.
- 3) Выплаты заработной платы.
- 4) Выплаты Дивидендов.
- 5) Погашение кредитной задолженности и займов.
- 6) Налоги.
- 7) Наличные платежи.
- 8) Продажа имущества.
- 9) Продажа за наличный расчет.
- 10) Погашение дебиторской задолженности.
- 11) Новый заемный капитал.
- 12) Выпуск новых акций.

Финансовые потоки могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на состояние дел в фирме. В каждом предприятии должны существовать структуры, отвечающие за управление, распределение этих потоков. Если структуры работают плохо, неправильно или вообще не работают, это конечно приводит к ухудшению состояния организации и причиняет вред ее выживанию, как в экономическом, так и в прямом смысле.

Например: печень животного работает плохо, не вырабатывая достаточное количество холестерина необходимого для хорошего пищеварения, это приводит к недостатку нужных веществ и ухудшению здоровья.

Похожее воздействие и ухудшение здоровья может вызвать и чрезмерное выделение холестерина, так как баланс нужных полезных веществ будет нарушен.

1) Приведите примеры финансовых потоков.

2) Какие потоки на ваш взгляд позитивно влияют на рост, какие негативно.

Неправильная работа структур может относиться не только к одному организму или предприятию. Все живые существа живут в симбиозе и взаимодействии друг с другом.

Если необдуманно исключить, уничтожить или наоборот добавить в уже существующий и хорошо выживающий симбиоз, популяцию каких либо других живых существ. Такое действие, обязательно отразится, тем или иным образом на выживании или здоровье других (ранее населявших симбиоз животных). В критических ситуациях это может привести к уничтожению и тех и других.

К примеру: если хищники уничтожат всех травоядных, это приведёт к отсутствию пищи и угрозе существования самих хищников.

По таким же похожим схемам работают и финансовые потоки, проходящие внутри фирмы и за её пределами, в других предприятиях.

Нельзя гнаться только за выгодой, удешевляя товар за счёт его качества. Этим вы портите репутацию этого товара и фирмы в целом. В итоге потребитель откажется от приобретения такого товара, выбрав себе другой лучшего каче-

ства. Ведь ***Потребитель всегда прав!***

Если фирма отказывается платить или задерживает платежи своим поставщикам, в конце концов, это приведёт к тому, что поставки с этих предприятий прекратятся и, конечно же, фирма не сможет полноценно работать или вообще прекратит своё существование.

1) Приведите примеры нарушения баланса.

2) Что поможет помочь, исправить это нарушение.

Человек живёт в сообществе с другими людьми и деньги выступают гарантом согласия в процессах взаимообмена товарами.

Товар или услуга производимый каждым из нас определяются спросом на них общества. Они является показателем того насколько мы нужны этому обществу, именно на этом этапе его развития, а так же наш потенциал выживания в будущем. А продаваемость производимой нами продукции показывает, насколько мы заявили о товаре, в этом обществе.

Денежные единицы

К сожалению, в современном мире денежные единицы не обладают той же материальной поддержкой как раньше, когда монеты были из золота и серебра или хотя бы подкреплялись золотым запасом казны государств.

Сейчас это в лучшем случае бумага, подкреплённая честным словом банкиров и правителей государств, в которых мы живём или с которыми ведём денежный товарообмен.

А на последнем этапе развития общества это виртуальные (электронные деньги), которые мы не можем взять и потрогать. , и мы можем с их помощью обмениваться различными товарами, которые мы производим или просто перепродаём. *Это чистый элемент согласия с тем, что они существуют*

На самом деле ни чем иным как . Но мы все живём в материальном мире, а , ведь их нельзя потрогать как бумагу или золото. Это (хорошая), удобная возможность для манипуляций людьми, ведь они люди, так сильно зависят от денег. *деньги всегда являлись элементом согласия виртуальные деньги я бы сказал это иллюзия денежных средств*

Получая зарплату и расплачиваясь этими деньгами за товары, мы вступаем в денежный товарообмен. стран денежными купюрами, которых они пользуются. *Что такое элемент согласия, это то с чем согласилось большинство. Покупательская способность денег зависит от степени до-*

верия его граждан правительству

1) Приведите примеры согласия в жизни людей, как это согласие используется в торговле, почему доверие не возможно без согласия.

2) Найдите элементы согласия и приведите примеры, связанные с электронными деньгами.

3) Опишите, как можно манипулировать людьми с помощью денег.

, тем стабильнее будет экономическое и политическое положение его граждан, хотя здесь правильнее сказать наоборот: . Чем больше люди доверяют, денежным знакам, какого либо Государства, тем более стабильной является его валюта чем стабильной является экономика и политическое состояние, тем больше граждане будут доверять денежной валюте этого государства

Денежная система

с помощью, которой часть людей, стоящих у её руля, может направлять человеческое общество в том направлении, которое будет *Денежная система это механизм, своеобразная машина выгодно этой группе, управляющей финансовыми потоками.*

Люди, живущие в обществе, социальны.

У каждого из нас есть мечты, цели, желания, стремления, это именно то, что не даёт нам остановиться на достигнутом.

На каком-то определённом этапе и двигаться дальше, расти – жить.

и эта вселенная так устроена, чтобы их получить, Мы меняемся товарами и услугами, созданными нашим трудом и трудом других людей, живущими по соседству с нами, и в других очень далёких от нас государствах. Здесь и вступает в силу *Мы хотим ощущений, нам нужен взаимобмен. деньги – товар, товар – деньги, товар – ощущения. денежная система*

В этом мире наше внимание направлено на получение ощущений, и деньги нам в этом очень сильно помогают. настолько сильно, что в этой игре под названием «денежный – товарообмен» они стали играть *ключевую – главную роль.*

Мы стали путать, что важнее деньги или товар? Деньги или ощущения?

Теперь деньги или их отсутствие, сами оказывают воздействие на наши ощущения. . , так как наши интересы, мечты и цели стали направлены не в том, не нужном для большинства из нас направлении. ***Они управляют нашим настроением, эмоциями, здоровьем*** Они управляют нашими действиями

Большинство наших целей и интересов несмотря на то, что деньги это всего лишь одно из средств достижения этих целей, желаний и потребностей. *направлены на получение денег,*

1) *Опишите, как люди меняют деньги на ощущения?*

2) *Ответьте, почему деньги могут менять настроение.*

3) *Подумайте, как можно достичь целей не используя денежные единицы, но вступая во взаимодействие с другими людьми.*

Мы зомбированы жадой получения капитала, забывая о других ценностях существующих и образующих этот мир – нашу жизнь. ***Деньги поглощают почти все единицы нашего внимания.***

И эта наша маниакальная страсть, конечно же, выгодна тем, кто стоит у руля финансового лайнера. Они, управляя штурвалом огромных кораблей, (государств и банковских систем) управляют жизнями простых граждан, используя их сугубо в своих интересах. Эта жажда получить как можно больше денег и власти, на руку её владельцам: банкирам и правителям, которые владеют большей частью денежных

средств государств и с их помощью управляют народами, манипулируя их сознанием и поступками.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.