



Smart Reading

Smart Reading on Instagram



**\$100M Offers:  
How To Make  
Offers So Good  
People Feel Stupid  
Saying No**  
Alex Hormozi

# Оффер на \$100 миллионов

Как делать предложения,  
от которых невозможно отказаться

Алекс Хормози

**Smart Reading**

**Ключевые идеи книги:  
Оффер на \$100 миллионов.  
Как делать предложения,  
от которых невозможно  
отказаться. Алекс Хормози  
Серия «Smart Reading. Ценные  
идеи из лучших книг. Саммари»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=68732538](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68732538)*

*Ключевые идеи книги: Оффер на \$100 миллионов. Как делать предложения, от которых невозможно отказаться. Алекс Хормози:*

**Аннотация**

Это саммари – сокращенная версия книги «Оффер на \$100 миллионов. Как делать предложения, от которых невозможно отказаться» Алекса Хормози. Только самые ценные мысли, идеи, кейсы, примеры.

Что лучше, снотворное или медитация перед сном? Кажется, ответ очевиден. Тогда почему мы не знаем ни одного многомиллиардного бизнеса, связанного с медитацией, а число сверхприбыльных фармацевтических компаний растет с каждым

годом? Парадоксально, но люди тратят бешеные деньги на таблетки, хотя знают, насколько они опасны.

Пора осознать, что восприятие ценности субъективно. И использовать это знание.

Алекс Хормози сумел разбогатеть, потому что научился понимать, что нужно людям. Он дает им это, а они платят ему деньги.

Хотите, чтобы ваши дорогие, очень дорогие, неприлично дорогие продукты разлетались, как горячие пирожки? Тогда это саммари – для вас.

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

# Содержание

|  |    |
|--|----|
| Как выиграть Большой шлем в бизнесе?       | 6  |
| Как получать много денег за свои продукты? | 8  |
| Конец ознакомительного фрагмента.          | 12 |

**Ключевые идеи книги:  
Оффер на \$100 миллионов.  
Как делать предложения,  
от которых невозможно  
отказаться. Алекс Хормози**

**Оригинальное название:**

\$100M Offers: How To Make Offers So Good People Feel  
Stupid Saying No

**Автор:**

Alex Hormozi

[www.smartreading.ru](http://www.smartreading.ru)

# Как выиграть Большой шлем в бизнесе?

Предприниматели похожи на игроков в казино – они делают ставки каждый день. Ставят на идею, в которую верят, и инвестируют свои тяжело заработанные деньги в сотрудников, инвентарь, аренду, маркетинг в надежде на то, что эти вложения окупятся. Они часто проигрывают. Но иногда им удается выиграть. И выиграть по-крупному. Однако разница между азартными играми в бизнесе и казино все-таки есть. В казино наши шансы на успех неизменно малы. Можно оттачивать навыки, придумывать хитроумные системы и... все равно проигрывать. В бизнесе, совершенствуя навыки, мы увеличиваем шансы на успех. И при достижении высокого уровня мастерства срываем куш.

***Умение делать предложения – базовый навык для предпринимателя.*** Потому что предложение – это отправная точка отношений с клиентами. Это то, что мы готовы предоставить им в обмен на их деньги. То, от чего зависит наш бизнес и (во многом) наша жизнь.

*Нет предложений? Нет бизнеса.*

*Плохое предложение? Отрицательная прибыль.*

*Нет бизнеса. Несчастливая жизнь.*

*Неплохое предложение? Нет прибыли. Застойный*

*бизнес. Унылая жизнь.*

*Удачное предложение? Какая-то прибыль. Какой-то бизнес. Неплохая жизнь.*

Предприниматель Алекс Хормози называет предложения, от которых клиент не может отказаться, предложениями Большого шлема – по аналогии с первым призом в соревнованиях экстра-класса по бейсболу и теннису. Именно такие предложения (и отчасти кредитная карта) помогли ему выбраться из нищеты и стать мультимиллионером.

*Предложение Большого шлема? Фантастическая прибыль. Невероятный бизнес. Свобода.*

Применяя комбинацию стратегий Алекса Хормози, вы сумеете быстро перестроить свой бизнес, научитесь делать предложения Большого шлема и значимо увеличите свои шансы на грандиозный успех.

# Как получать много денег за свои продукты?

Компания – живой организм, который либо растет, либо умирает.

Стабильность бизнеса при отсутствии роста – миф. Фондовый рынок растет в среднем на 9 % в год. Если наш бизнес не растет хотя бы на 9 % в год, мы отстаем от конкурентов. Поэтому *поддержание бизнеса в стабильном состоянии все равно требует роста*. Если мы работаем на растущем рынке, бизнесу придется расти на 20–30 % в год, просто чтобы не отстать.

*Предположим, мы продаем продукцию 10 клиентам в месяц. Каждый из них в среднем делает две покупки за этот период. Средний чек составляет \$500. В результате бизнес будет приносить \$10 тысяч в месяц:*

$$2 \times 500 \times 10 = 10\,000.$$

Обеспечить рост можно тремя очевидными способами:

1. Привлекать больше клиентов.

*Если клиентов станет не 10, а 15, выручка увеличится до \$15 тысяч в месяц.*

2. Увеличивать средний чек.

*Если клиенты будут совершать покупку в среднем*

на \$600 за один раз, оборот вырастет до \$12 тысяч в месяц при том же количестве клиентов.

### 3. Делать так, чтобы клиенты покупали чаще.

*Если клиенты начнут покупать в среднем не два, а три раза в месяц, выручка поднимется до \$15 тысяч в месяц.*

*Если изменятся все три показателя, выручка значительно увеличится:*

$$3 \times 600 \times 15 = 27\,000.$$

На первый взгляд все просто. Но где найти новых клиентов? Как заставить их покупать чаще? Как убедить их платить больше, если у конкурентов можно найти товар дешевле?

Ответ на все эти вопросы дает **предложение Большого шлема** – рыночное предложение, которое нельзя сравнить ни с каким другим доступным продуктом, сочетающее в себе привлекательную рекламу, непревзойденное ценностное предложение, премиальную цену и отличную гарантию. Такое предложение навсегда устраняет ограничения для роста бизнеса и позволяет вам «продавать в вакууме», поставив клиента перед выбором: купить ваш замечательный и необходимый ему продукт по вашей цене или... не купить ничего.

## Поиск нового рынка

***Правильный рынок – тот, где вас ждет голодная толпа.***

*Вы можете продавать худшие в мире хот-доги по огромной цене, и ваш киоск может находиться в неудобном месте, но если вы единственный продавец хот-догов в городе, где проводится крупный футбольный матч, все ваши хот-доги будут проданы.*

Если на ваш продукт огромный спрос, а конкурентов нет, вы можете не пытаться делать лучший продукт и не тратить деньги на рекламу. Вы в любом случае сможете хорошо заработать.

*Вспомним ажиотаж вокруг туалетной бумаги в начале пандемии COVID-19. Толпа была такой большой и голодной, что сметала упаковки туалетной бумаги за \$100.*

Существует рынок, который отчаянно нуждается в вас. Когда вы его найдете, то получите выгоду, о которой и мечтать не могли. ***Не романтизируйте свою аудиторию и ценность своего продукта. Служите людям, которые могут платить вам столько, сколько вы стоите, за то, что им нужно.***

Вот основные индикаторы, которые помогают в поисках

своего рынка:

**1. Сильная боль.** У потенциального клиента должна быть болезненная проблема, которую вы сможете решить.

*Стоять в очереди в продуктовых магазинах мучительно.*

*Терпеть абьюз в браке больно. Боль в спине...  
Боль от лишнего веса... Боль от собственной нереализованности...*

Степень боли будет пропорциональна цене, которую вы сможете запросить за свой продукт. Покажите потенциальному клиенту, как может выглядеть жизнь без боли, и он почти наверняка купит то, что вы предлагаете.

**2. Покупательная способность.** *Ваша аудитория должна быть в состоянии позволить себе услугу, за которую вы берете с нее плату.* Убедитесь, что у вашей целевой аудитории есть деньги или доступ к сумме денег, необходимой для покупки ваших услуг по вашим ценам, которые стоят вашего времени.

*Друг Алекса просчитался, полагая, что нашел отличный рынок. Там постоянно появлялись новые потенциальные клиенты, которые испытывали сильную боль. Он разработал эффективную систему помощи людям в подготовке резюме. Она позволяла значимо увеличить количество предлагаемых собеседований.*

# 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.