

Содержание

<i>Предисловие</i>	
Полоса везения	5
<i>Притча первая</i>	
Как продать лобстера	15
<i>Притча вторая</i>	
Ловушка с первым клиентом	25
<i>Притча третья</i>	
Очередь	31
<i>Притча четвертая</i>	
Три коробочки	39
<i>Притча пятая</i>	
Капитан «Титаника»	51
<i>Притча шестая</i>	
Коробка шоколадных конфет	55
<i>Притча седьмая</i>	
История с баскетбольными мячами — ловушка для разума	63
<i>Притча восьмая</i>	
Брошюра для птичьей клетки	73
<i>Притча девятая</i>	
Грандиозная идея	81
<i>Притча десятая</i>	
Чашка кофе за пять долларов	87
<i>Притча одиннадцатая</i>	
Пицца для гурманов	97
<i>Притча двенадцатая</i>	
Заставьте их раскошелиться	105

<i>Притча тринадцатая</i>	
Волшебная пилюля	113
<i>Притча четырнадцатая</i>	
Допрос с пристрастием	121
<i>Притча пятнадцатая</i>	
Проводник в горах	131
<i>Притча шестнадцатая</i>	
Игра в свидания	137
<i>Притча семнадцатая</i>	
Лес	145
<i>Постскриптум</i>	
Тайна Миши Маркетолога	153
<i>Выражения признательности</i>	154
<i>Об авторе</i>	157

*Моей матери
Присцилле*



ПРЕДИСЛОВИЕ

ПОЛОСА ВЕЗЕНИЯ

Начиная с самых ранних детских лет, мне так ни разу и не удалось вывести дядю из себя. Тихоня и юрист по профессии, мой дядя всегда был спокоен, как слон. Но однажды вечером на семейном званом ужине я заставил его хохотать до колик в животе. Я рассказал ему о том, как много лет назад участвовал в конкурсе официантов и с помощью совершенно оригинальной маркетинговой уловки продал более 1400 лобстеров. Мой дядя решил, что это и в самом деле очень веселая история.

— Я ни за что не поверю, что ты и вправду отмочил подобный номер! — сказал он в промежутке между приступом удушья и громким хохотом. — Это же нахальство, какого свет не видел! И этот твой фокус действительно сработал? Поразительно, просто анекдот, да и только!

Мой дядя был человеком недоверчивым, но даже он на сей раз был весьма впечатлен. Я задел его за живое.

И тогда на меня, подобно вспышке молнии, снизошло вдохновение. Я подумал: если уж моему дяде эта история с лобстерами показалась забавной и поучительной, то она может понравиться и другим людям. Возможно, я смог бы написать юмористическую книгу о конкурсе с лобстерами и о других

ключевых моментах в моей жизни, когда я в очередной раз получал важный урок по части продаж и маркетинга. По всей вероятности, эта книга будет совсем не похожа на три другие (сугубо научные), которые я написал ранее, и на все остальные книги о бизнесе, когда-либо выходившие из печати. Именно в тот момент я и принял решение написать книгу под названием «Как продать лобстера».

С самого начала я знал, что это не будет заурядная книга, каких полным-полно на каждом книжном прилавке. В конце концов, ведь и жизнь, которую я прожил, тоже не была заурядной. Я совершил много такого, что у большинства людей вызывает удивление, а то и легкое беспокойство.

Все началось, когда мне было восемь лет. Несколько моих приятелей, ну, и я с ними, рылись в каких-то урнах на задворках и раскопали большой решетчатый ящик с календарями. Хотя на дворе был июль и год уже перевалил за свою вторую половину, я был уверен, что мы сможем продать эти календари, а вырученные деньги потратить на конфеты и другие не менее важные покупки.

Мы соорудили будку и живописно расположились на тротуаре неподалеку от оживленного перекрестка. Я смастерил ярко-красную вывеску, на которой можно было прочесть: «Календари для продажи. 10 центов за штуку». Но прошло полчаса, а мы продали всего какие-то жалкие три календаря, поэтому я решил сменить вывеску. Теперь на ней красовалась надпись: «Распродажа календарей. Два календаря по цене одного. Всего 20 центов. Спешите купить, пока мы не распродали все». Кроме того, в качестве нашего торгового представителя мы наняли Сьюзи — младшую сестру одного из моих друзей, которая была прелестным созданием.

И наши дела тут же резко пошли в гору. Проходившие мимо взрослые при виде нашей вывески не могли сдержать улыбку, а Сьюзи, на их взгляд, была хорошенькой до невозможности. В течение двух часов мы продали 200 календарей и положили в карман целых 20 долларов, которые так же быстро потратили на праздник души в виде жевательной резинки, леденцов на палочке и воздушной кукурузы в карамельной глазури.

И это было только началом по-настоящему великих дел. В возрасте десяти лет после школы я работал в торговой фирме моих родителей. За доллар и шестьдесят пять центов в час я набивал конверты всякой дрянью и дурачился с офисным оборудованием. Однажды в пятницу пополуночи человек, обслуживавший франкировальную машину¹, поймал меня с личным: я запускал бумажные самолетки, заталкивая их в новехонький аппарат с электрическим приводом. Он был просто в бешенстве и угрожал забрать у меня это ценное оборудование, но я решил, что все это действительно забавно и, вообще, положив руку на сердце, чертовски хорошая идея.

Когда мне стукнуло тринадцать, родители решили повесить меня в должности — готов поклясться, что я это заслужил. Они предложили мне 25 центов прибавки, если я помогу им раскрутить их розничную торговлю — в тот момент они как раз занимались рекламой своих магазинов. Меня облачили в

¹ Устройство, применявшееся вплоть до середины XX века для предоставления на отправляемую почтовую корреспонденцию (письма, открытки, бандероли) специального знака, определявшего сумму почтового сбора (вместо почтовой марки), а также календарного штемпеля и штемпеля с названием и адресом организации-отправителя. — *Прим. перев.*

роскошный наряд, состоявший из гигантской маски лягушонка и ярко-зеленого, расшитого блестками смокинга. И вот в таком виде я часами патрулировал местный торговый пассаж, раздавая воздушные шары и всевозможные призы покупателям и их детям. Эта была совершенно унижительная должность, но я умело скрывал свое смущение под маской земноводного.

К сожалению, это был далеко не конец моих унижений. Следующей весной я вновь очутился в том же самом пассаже, на сей раз одетый розовым кроликом¹, — я раздавал прохожим пасхальные леденцы из маленькой дамской корзинки. Это было самое настоящее надругательство над моим нарождавшимся достоинством, для преодоления последствий которого мне понадобилось двадцать лет интенсивной терапии. Но именно это нелегкое испытание убедило меня в необходимости хорошенько изучить мир бизнеса и попытаться отыскать какой-нибудь более удачный способ заработать копейку.

Хотя в то время мне вовсе не казалось, что я счастливчик, но у меня наступила удачная полоса. Я нашел другую работу, где мне приходилось изо дня в день перемывать сотни вонючих, жирных кастрюль, — этим я занимался на протяжении всей смены, которая длилась нескончаемые десять часов. Затем во время летнего карнавала я целых две недели собственными силами изготавливал и продавал сахарную вату. После этого я какое-то время торговал хот-догами в луна-парке, а следующей

¹ По народному поверью, именно пасхальный кролик приносит крашенные пасхальные яйца. Иногда его называют «Питер — Пушистый хвостик». Перед Пасхой без кроликов не обходится ни одна витрина. Особенно популярны шоколадные кролики — их дарят детям и друзьям. — *Прим. перев.*

моей работой была торговля вразнос газетами. Кроме того, в свободное время я слонялся по окрестностям в надежде на то, что меня попросят сгрести опавшие листья или расчистить снег. Временами я просто подрабатывал на побегушках у старых сухоньких леди. И такой вот ерундой я был занят до пятнадцати лет.

Ума не приложу, почему в таком раннем возрасте я был столь инициативен и честолюбив. Почти все работы, которые мне тогда довелось перепробовать, — это был беспросветный, тяжелый физический труд, а некоторые занятия вызывали у меня самое настоящее отвращение. (Поверьте, если вам когда-нибудь придется две недели подряд возиться с сахарной ватой, то вы по-настоящему поймете, что такое «отвратительный».) Но что-то мне подсказывало: все эти годы беспросветного труда — это путь, ведущий меня куда-то, я только не знал, куда. Я мог, конечно, сказать, что каждая работа меня чему-то научила, но был слишком юн, чтобы точно определить, чему именно.

На протяжении последующего десятилетия я успел сменить множество профессий и рабочих мест. Я работал швейцаром в кино, театре, шофером, чистильщиком духовых шкафов, оператором подъемника для лыжников, преподавателем тенниса и даже оператором ЭВМ. Затем мне посчастливилось получить работу официанта, и вскоре я примкнул к сонму бессмертных, поскольку продал много, очень много лобстеров. Этот эпизод, который я подробно описываю в первой главе, послужил для меня важным уроком презентации и маркетинга.

В возрасте двадцати пяти лет я закончил факультет журналистики, но вскоре мне стало ясно, что рабочих мест в газетах кот наплакал, и поэтому мы с приятелем решили учредить

на паях наш собственный журнал. Мы оба были директорами и очень быстро обнаружили, каких трудов стоит управлять собственным бизнесом. Мы пахали, как каторжные, и не нажили ни цента, но зато получили от этого дела массу удовольствия.

Два года спустя я решил уйти из журнала и подыскать какую-нибудь работу, за которую мне будут платить. Устроился на работу в корпорацию, которая специализировалась на связях с общественностью, и ежеминутно испытывал отвращение к тому, чем занимался. Я ненавидел офисную политику и бесконечные, скучные собрания. Прошло два года, прежде чем я нашел в себе силы оттуда уйти; к тому времени я успел возненавидеть в этой конторе даже цвет стен. Я знал, что у меня нет другого выхода, кроме как стать самому себе начальником, даже если это означало голодать и жить в бедности. Поэтому я основал свою собственную маркетинговую компанию, которая сейчас гордо именуется «Bishop Information Group», или сокращенно «BIG».

Вначале это был сплошной кошмар. На следующий день после того, как я бросил работу, фондовый рынок рухнул. Был октябрь 1987 года¹, и я тогда подумал, что совершил самую большую ошибку в своей жизни. Но был неправ. То, что я начал собственное дело, оказалось самым удачным решением в моей жизни. С тех пор мне и моему партнеру Кертису Вер-

¹ Колоссальный крах на Нью-Йоркской фондовой бирже произошел 19 октября 1987 года. Этот день вошел в историю США под названием «черный понедельник». Крах затронул и фондовые биржи Австралии, Канады, Гонконга, Великобритании. В результате кризиса многие граждане этих стран потеряли многомиллионные состояния. Причины кризиса не известны до сих пор. — *Прим. перев.*

стрету довелось поработать с не меньше, чем с четырьмя тысячами бизнесменов из самых разных компаний и отраслей промышленности. Мы помогли им воплотить в жизнь кое-какие по-настоящему плодотворные идеи, и у них стало больше клиентов и больше денег, а иногда и во много раз больше.

За годы моей работы инструктором по маркетингу и бизнесу я изучил тысячи разных уловок, от которых нет никакого проку, и всего лишь несколько — буквально горстку! — приемов, от которых есть реальная польза. Кроме того, я обнаружил, что за последнее время мир изменился до неузнаваемости. С появлением свободной торговли, компьютеров и интернета старые методы уже не работают. Все, чему мы научились в школе и в лоне семьи, стало бесполезным. В нашу постиндустриальную эпоху необходимо придерживаться нового образа мыслей и пробовать применять новые методы работы. Нам приходится быть более предприимчивыми. Нам нужно освоить новые способы продажи лобстеров.

Кроме того, я знаю, что очередная скучная книга о бизнесе абсолютно никому не нужна. Давайте взглянем правде в глаза — большинство деловых людей не желают продираиться через длинную, тоскливую книгу, написанную каким-нибудь профессором по маркетингу. Они хотят знать, от чего есть польза, а от чего нет, и хотят услышать это от человека, который сам навоевался и нанюхался пороху. Они хотят чему-то научиться у опытного предпринимателя: ведь только такой человек, как они сами, досконально знает, через какие муки им доводится проходить на своем пути.

Вот почему эта книга не очень большая, забавная и ее можно проглотить за один присест. Каждая глава — это своего рода притча, в которой повествуется о какой-нибудь проб-

леме из реального бизнеса и о том, каким образом мы с моим доверенным ментором Мишей Маркетологом сумели ее решить, применив для этого какой-нибудь особенный новаторский подход. Эти притчи представляют собой отдельные законченные рассказы, но в то же время они неразрывно связаны друг с другом. Это лишь некоторые из тех многочисленных историй, которыми я потчую своих клиентов и которые рассказываю на лекциях и семинарах на протяжении многих-многих лет.

Оглядываясь назад на все эти минувшие десятилетия, я действительно радуюсь, что перепробовал столько разных профессий. Каждая из них научила меня чему-то, чего я прежде не знал и что оказалось для меня исключительно ценным. Если не засучить рукава и не попробовать хотя бы раз в жизни сделать все собственными руками, то так никогда и не узнаешь, какие действия необходимы для раскрутки нового бизнеса, расширения круга клиентов, увеличения продаж и получения прибыли. Мне не раз приходилось убеждаться на собственном опыте: для того чтобы преуспеть, нам порой приходится действовать очень решительно и совершать диковинные поступки. Кроме того, я хорошо усвоил: если хочешь добиться успеха в бизнесе, то постарайся понять, что происходит в головах у людей и заставляет их поступать так, а не иначе.

Но самое главное — я узнал, что занятия бизнесом должны приносить радость. Утверждаю: если вы по натуре не игрок, если лишены здорового чувства юмора и не любите никаких неожиданностей, то ваши дела будут идти ни шатко ни валко, и вы вряд ли сумеете удержаться на сегодняшнем рынке с его бешеной конкурентной борьбой и постоянным переизбытком товаров и услуг. Я узнал, что иногда приходится наряжаться

лягушкой или пасхальным кроликом и раздавать воздушные шары. Иначе тебя просто никто не заметит.

Так давайте же побыстрее приступим к делу! Для начала попробуем узнать, как продать лобстера — и не одного, а много-много лобстеров.

